

## O QUE ESTÁ POR TRÁS DA REPRESENTATIVIDADE LATINA DA DISNEY?

WHAT IS BEHIND THE LATIN REPRESENTATION OF DISNEY ANIMATIONS?

¿LO QUE ESTÁ DETRÁS DE LA REPRESENTATIVIDAD LATINA DE DISNEY?

### **Ariane Holzbach**

Universidade Federal Fluminense - UFF

ORCID: 0000-0002-8548-0220

Niterói, RJ, Brasil

### **Aline Mendes**

Universidade Federal Fluminense - UFF

ORCID: 0000-0003-3189-0512

Niterói, RJ, Brasil

### **Isabella Verran**

Universidade Federal Fluminense - UFF

ORCID: 0009-0007-6591-6617

Niterói, RJ, Brasil

Recebido: 05/09/2024 / Aprovado: 30/10/2024

Como citar: HOLZBACH, A.; MENDES, A.; VERRAN, I. O que está por trás da representatividade latina da Disney? Revista GEMInIS, v. 16, p. 20-44, 2025

Direito autoral: Sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 3.0 Internacional.

## RESUMO

Este artigo explora como as animações da Disney emulam características latinas e analisa a conjuntura política por trás dessa representação. Focamos nos filmes "*Alô Amigos*" (1942) e "*Encanto*" (2021), destacando continuidades e rupturas na abordagem da empresa sobre elementos culturais latinos. Metodologicamente, analisamos o contexto das relações entre Estados Unidos e América Latina nos períodos de lançamento dos filmes, além de realizar uma análise de conteúdo. Argumentamos que as produções da Disney promovem a diplomacia cultural enquanto constroem representações convenientes para evitar crises políticas e obter capital simbólico.

**Palavras-chave:** Disney; Latinidade; Representatividade.

## ABSTRACT

This article explores how Disney animations emulate Latin characteristics and analyzes the political context behind this representation. We focus on the films "*Saludos Amigos*" (1942) and "*Encanto*" (2021), highlighting continuities and ruptures in the company's approach to Latin cultural elements. Methodologically, we analyze the context of U.S.-Latin American relations during the films' release periods, alongside a content analysis. We argue that Disney's productions promote cultural diplomacy while constructing convenient representations to avoid political crises and garner symbolic capital.

**Keywords:** Disney; Latinity; Representativeness.

## RESUMEN

Este artículo explora cómo las animaciones de Disney emulan características latinas y analiza el contexto político detrás de esta representación. Nos enfocamos en las películas "*Saludos Amigos*" (1942) y "*Encanto*" (2021), destacando continuidades y rupturas en la forma en que la compañía aborda los elementos culturales latinos. Metodológicamente, analizamos el contexto de las relaciones entre Estados Unidos y América Latina durante los períodos de estreno de las películas, junto con un análisis de contenido. Argumentamos que las producciones de Disney promueven la diplomacia cultural mientras construyen representaciones convenientes para evitar crisis políticas y obtener capital simbólico.

**Palabras Clave:** Disney; Latinidad; Representación.

## Introdução

Os desenhos animados produzidos pela Disney sempre foram bastante convenientes para legitimar e ajudar a sustentar o cenário político hegemônico dos Estados Unidos. Desde as primeiras produções, exibidas na primeira metade do século XX, a empresa aciona imaginários e narrativas que dialogam positivamente com o imaginário branco e eurocêntrico, característicos da hegemonia política estadunidense, e isso tem servido como uma potente ferramenta de domínio econômico e cultural que atravessa partidos políticos e se institui globalmente. Os filmes, em particular, “expressam uma visão norte-americana sobre a ideologia política que o país passava a utilizar, em especial sobre a América Latina” (Ferreira, 2007, p.1). A criação de imaginários específicos sobre a América Latina pelas narrativas da Disney aconteceu, inicialmente, como ferramenta para auxiliar os Estados Unidos a angariarem aliados políticos na Segunda Guerra Mundial. Posteriormente, foram importantes para o empoderamento do país perante a Guerra Fria e, atualmente, é peça nevrálgica quando o debate sobre as “minorias” urge nas produções audiovisuais contemporâneas. Mesmo assim, ainda que os latinos nos Estados Unidos sejam uma força política, econômica e sociocultural, é comum que as representações sejam clichês, estereotipadas e racistas (Fernández, 2016). No contexto das produções direcionadas ao público infantil, esse problema é ainda mais extremo.

O objetivo central deste artigo é apontar elementos instituídos nas animações da Disney que emulam características do que a empresa elege como latinas. Para isso, a proposta é analisar duas produções da Disney protagonizadas por personagens latinos que foram lançadas em contextos históricos distintos, numa tentativa de apontar continuidades e, talvez, rupturas na forma como esses desenhos apresentam as características do que seria latino. Selecionamos para análise os filmes *Alô Amigos*, lançado em 1942, e *Encanto*, exibido em 2021, especialmente por terem suas narrativas ambientadas na América Latina e por terem entre si um significativo espaço temporal que possibilita identificar diferentes variáveis instituídas em cada produção a partir de uma perspectiva de caráter histórico. Argumentamos que, no passado, foi a diplomacia cultural instituída pelos Estados Unidos o principal motivador para a Disney criar personagens latinos em suas animações. Recentemente, há uma busca mais direcionada aos interesses da audiência em consonância com a necessidade de a empresa se colocar como potência global do entretenimento. Como estratégia para isso, a Disney se apresenta convenientemente como uma empresa preocupada em representar latinos de maneira mais fidedigna, seguindo as preocupações atuais da audiência.

Estruturalmente, o artigo aborda a representatividade latina nos audiovisuais estadunidenses tendo como elemento norteador a conjuntura política erigida entre os Estados Unidos e a América Latina. Em seguida, traz um breve panorama da representatividade latina nas produções daquele país

para, então, analisar os filmes escolhidos. Metodologicamente, fazemos uma análise contextual da relação entre Estados Unidos e América Latina nos períodos de estreia dos dois filmes, entremeadada com uma análise de conteúdo desses filmes. Esta, por sua vez, concentra-se, especialmente, na ambientação das histórias, em características visuais das personagens e em elementos da narrativa que promovem imaginários relacionados à América Latina.

## 1. A conjuntura latina no audiovisual estadunidense

Após a Primeira Guerra Mundial, a partir de 1918, os Estados Unidos ascenderam como liderança geopolítica internacional e a política estadunidense começou a destinar mais atenção para a América Latina. Paulatinamente foi instituído naquele país um consenso de que, para alcançar os seus objetivos no âmbito global, era necessário intervir nos países na região para criar um ambiente estável e com menos influência de outras potências globais (Tulchin, 2016). Os Estados Unidos acabaram assim se tornando inalcançáveis para os outros países da região em termos econômicos e de influência política. E ainda que inicialmente tenha ocorrido uma aversão à interferência dos Estados Unidos, com o passar das décadas, muitos países latino-americanos passaram a contemplar cada vez mais os Estados Unidos. Razões como a cultura religiosa, as liberdades políticas e as oportunidades econômicas passaram a atrair imigrantes latinos para o país (Vaz, 2014). A imigração de latinos e caribenhos para os Estados Unidos representava cerca de 25% do total de imigrantes recebidos na década de 1960. Em 1985, essa porcentagem ultrapassou os 35% (Castro, 1991). Em 2018, havia quase 45 milhões de imigrantes vivendo nos Estados Unidos, sendo 50% deles latinos (Budiman, 2020). O censo de 2020 mostrou que 18,7% da população estadunidense é de origem hispânica ou latina e essas pessoas foram responsáveis por metade do crescimento demográfico do país desde 2010 (Casado, 2021).

Nesse sentido, a população latina se tornou muito expressiva nos Estados Unidos e isso tem gerado cada vez mais interesse no âmbito das produções audiovisuais. Em 1999, os latinos representavam 11% da população estadunidense, sendo que apenas cerca de 2% dos personagens na televisão eram latinos. Em contrapartida, em 2021 foram lançados diversos filmes com presença de personagens latinos que estamparam os cartazes cinematográficos daquele país, como a animação *Encanto*, a refilmagem de *Amor*, *Sublime Amor* e a adaptação para longa-metragem do musical *In The Heights*, o que enfatiza um esforço estadunidense no sentido de contemplar e ao mesmo tempo atrair o público latino.

Porém, essa presença ainda é irrisória se comparada aos latinos que compõem a população. Mesmo que existam personalidades latinas de vários segmentos da mídia com visibilidade nos

Estados Unidos, como Shakira, Sofia Vergara e Alfonso Cuarón, a representatividade latina na mídia não acompanhou o crescimento desse grupo no país. Segundo relatório da Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA), na temporada de 2018-2019, a população latina representou 5,3% da parcela de papéis na televisão aberta dos Estados Unidos e apenas 4,6% de latinos estavam presentes nos filmes de 2019, cenário que também reflete o pouco espaço dado a roteiristas, executivos e diretores latinos no audiovisual estadunidense (Martínez; Ylanan, 2021).

Nesse contexto, o cenário dos desenhos animados é ainda mais complexo. Esses conteúdos costumam ser associados ao público infantil, de modo que as pesquisas no campo audiovisual tendem a negligenciar tanto o público infantil quanto os desenhos. Há, por isso, poucos trabalhos na área que se dedicam ao estudo sistemático do que as crianças consomem e, também, das características dessas produções (Holzbach, 2022). Apesar disso, Klein e Shiffman (2006) analisaram a representatividade de grupos minoritários em animações nos Estados Unidos entre as décadas de 1940 e 1990 e perceberam que, nos anos 1990, apenas 1,2% dos personagens das animações eram latinos, ainda que naquele período os latinos já representassem cerca de 9% da população estadunidense. Boa parte dessas produções foi instituída pelos grandes estúdios cinematográficos, como a Warner e a Disney. Uma das personagens latinas mais famosas criadas pela Warner foi o camundongo *Ligeirinho*, que nos Estados Unidos tem o nome de *Speedy González*, uma união de uma expressão anglófona – speedy – com um nome de origem hispânica. Criado em 1953, Ligeirinho carrega, na dublagem original, sotaque espanhol, frequentemente emana gírias hispânicas e apresenta uma série de características estereotipadas, sobretudo da cultura mexicana. Ele se apresenta como um galanteador que vez ou outra faz piadas sexistas, usa um chapéu mesmo na sombra e a ambientação das histórias acontece em cenários desertos, rurais e pobres (Fig. 1).

**FIGURA 1:** Frame do episódio *O Poço do Deserto*, no qual Ligeirinho (personagem à direita) e seus amigos rastejam no deserto porque sentem muita sede e não encontram água.



Fonte: YouTube.

Importante destacar, assim, que as referências calcadas pela Disney para a representatividade latina fazem parte de um contexto mais amplo e complexo que reúne um imaginário de estereótipos negativos sobre a cultura, as fenotípicas e as características dos países latinos encapsulados por muitas produções audiovisuais de empresas hegemônicas. De todo modo, argumentamos que, nesse contexto, a Disney tem papel especial devido tanto à força política da empresa quanto pela maneira como aproveitou-se da representatividade latina em suas produções. Diferentemente de outras empresas, ela explorou de forma contundente e sistemática a representatividade latina, instituindo com isso diversos estereótipos perpetuados até hoje.

## **2. Representatividade latina e o caso Disney**

A palavra “representatividade” aparece originalmente sob um viés político e dá conta da representação política dos cidadãos, ou seja, a capacidade de resposta dos representantes políticos em relação ao que os cidadãos querem e precisam (Celis, 2013). Trata-se de um conceito que se naturaliza nos regimes democráticos, nos quais um indivíduo toma decisões em nome de um grupo maior. O conceito de representatividade vem se desenvolvendo cientificamente sobretudo a partir do século XIX de tal forma que o termo foi ganhando camadas de complexidades e se instituindo em diferentes áreas das Ciências Humanas.

A partir do final do século XX, ganha força o argumento segundo o qual a representatividade pode definir-se como um contrato social no qual os indivíduos falam em nome de si mesmos como representantes de suas próprias experiências pessoais de origem étnica, política ou suas especificidades de gênero, com o propósito de dirigir-se a “todos” e garantir o reconhecimento das próprias especificidades. Nisso, termos comumente atrelados à ideia de representatividade, como “igualdade”, passam a significar igual acesso à visibilidade por meio da auto-representação (Emmelhainz, 2020). Nesse sentido, passa a importar não somente existir uma representação, mas essa representação ser valorizada quando realizada pelos próprios grupos que estão sendo retratados.

A representatividade latina no contexto estadunidense só chamou atenção da Ciência de forma mais regular a partir da década de 1990, quando temos algumas pesquisas publicadas sobre a representação dos latinos no cenário político dos Estados Unidos (Brischetto e Engstrom, 1997; Hero e Tolbert, 1995) e sobre a identidade latina propriamente (Corlett, 1999; Johnson, 1998). A partir dos anos 2000, as pesquisas sobre latinidade se ampliaram e passaram a ter uma abordagem mais heterogênea que passou a levar em conta, de forma mais complexificada, a representação dos latinos na mídia (Roman, 2000; Beltran, 2002). No caso específico da representatividade latina na Disney,

há trabalhos que discorrem acerca das primeiras produções com personagens latinos (Adams, 2007; Ferreira, 2008) e que analisam produções audiovisuais contemporâneas (Diah et al., 2021; Leon-Boys, 2021). Cabe pensar, partindo destas reflexões, em alguns fios condutores que demarcam pontos importantes da instituição da latinidade pela Disney em uma perspectiva temporal, a partir da ideia de que os fenômenos socioculturais se constroem na longa duração (Williams, 1961).

As primeiras produções da Disney voltadas para a América Latina foram desenvolvidas no contexto da Segunda Guerra Mundial, período em que os Estados Unidos buscaram se aproximar estrategicamente dos países latino-americanos. Essas produções foram decisivas para a formação de estereótipos que se difundiram mundo afora no período pós-guerra (Massagli, 2018). Os primeiros personagens latinos criados pela empresa foram fruto de uma excursão realizada pelo próprio Walt Disney em um momento no qual os governos americanos mantinham acordos sob a perspectiva de Boa Vizinhança. Tais acordos foram criados durante o governo Roosevelt (1933-1945) como estratégia de investir na América Latina com o objetivo de influência cultural e promoção de maior aproximação política (Hernandez, 2015). Isso fazia parte de uma lógica de imperialismo cultural pensada pelos Estados Unidos e na qual a Disney, por meio de suas produções, serviria como embaixadora para propagar um ideal ligado ao *American Way of Life* com o intuito de “trazer modernidade e civilização para a América Latina” (Franz, 2017, p. 26).

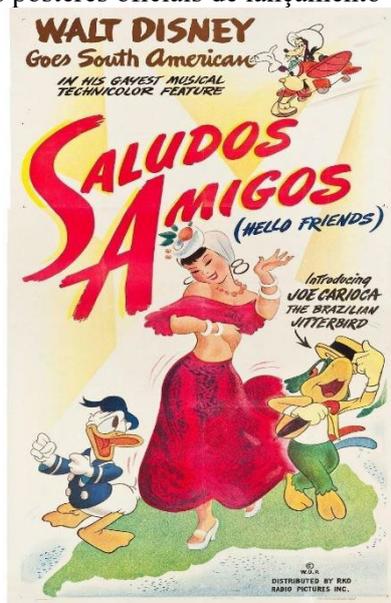
Foi criada, então, “por determinação do presidente Roosevelt em 1940, uma agência especial para dar conta dos assuntos interamericanos de interesse dos Estados Unidos, chamada de *Office of the Coordinator of Interamerican Affairs* (OCIAA)” (Hernandez, 2015, p.12). A OCIAA financiou as expedições de Walt Disney pela América Latina e o governo estadunidense, além de custear as despesas da viagem, fechou contrato com o estúdio no valor de 100 mil dólares para produção de dois filmes resultantes das expedições (Broda, 2013). Essas produções foram *Alô Amigos* (1942) e *Você já foi à Bahia?* (1944), não por acaso lançados exatamente durante a Segunda Guerra Mundial. Ressalta-se, contudo, que, embora ambas as produções sejam mencionadas, o foco deste trabalho recai sobre a primeira.

Temos assim que personagens como o emblemático Zé Carioca nascem com a finalidade de estreitar laços com os países da América Latina no intuito de afastar qualquer influência externa que poderia vir a ameaçar a hegemonia cultural estabelecida pelos Estados Unidos. O país percebe, portanto, que um imperialismo cultural feito através de acordos amigáveis entre os governos servia como arma importante durante os períodos de guerra e pós-guerra, uma vez que a manutenção de uma imagem amigável faria com que sua influência fosse de maior peso, garantindo assim força cultural e econômica. As representações forjadas no primeiro filme, *Alô, Amigos*, instituem uma visão

rasa e estereotipada do que seria uma sociedade latino-americana naquela época, como analisaremos a seguir.

### 3. ALÔ AMIGOS (1942)

FIGURA 2: Um dos pôsteres oficiais de lançamento do filme *Alô, Amigos*.



Imaged by Heritage Auctions, HA.com

Fonte: Heritage Auctions

*Alô, Amigos* (Fig. 2) é uma produção audiovisual composta por quatro curtas, cada um responsável pela representação de uma parte da América do Sul, resultado da passagem de Walt Disney e equipe a cada um desses lugares: Lago Titicaca, Chile, Argentina e Brasil. O filme começa com cenas em *live action* de um grupo de artistas preparados para o que o narrador descreve como sendo uma “expedição incomum”. Em seguida, é apresentada uma animação que ilustra o trajeto realizado pela equipe. A mistura de imagens reais captadas pelo próprio Walt Disney durante sua visita com outras feitas em animação atribui um caráter documental ao filme, aumentando o seu valor simbólico, uma vez que esse teor “jornalístico” supostamente imprime maior veracidade.

O primeiro lugar representado é o Lago Titicaca, situado na fronteira entre Peru e Bolívia. Logo na chegada, o narrador anuncia: “Afastando-se das cidades modernas para encontrar os descendentes da antiga civilização Inca”. Após um pequeno compilado de cenas realizadas do lugar, o personagem Pato Donald aparece, sendo o escolhido para protagonizar esta parte da produção. Donald aparece vestido como um explorador, utilizando chapéu e binóculo, em uma típica representação do explorador estadunidense. A população do entorno do Lago é representada com coadjuvantes que permeiam a aventura de Donald em terras lidas como exóticas pelo filme, tidas

quase como primitivas pelo olhar do forasteiro. Um ponto importante a ser demarcado é a alvura do Pato em contraste com a pele escurecida dos demais personagens, estratégia de demarcação fenotípica que é bastante similar a outras obras audiovisuais que inserem um aventureiro/herói estadunidense em terras exóticas, como é o caso dos filmes da franquia *Indiana Jones*, lançados a partir de 1981. Neles, o aventureiro estadunidense vai a terras distantes e lá encontra culturas diferentes, em geral mais primitivas, e a partir da liderança desse explorador são desvendados mitos e mistérios do lugar exótico. O explorador estadunidense frequentemente se coloca como herói em detrimento dos nativos, que são em geral pessoas comuns (e pobres) que, por vezes, inclusive, são vilões despidos de qualidade. No primeiro filme da franquia citada, temos por exemplo o vilão Barranca, um ladrão que carrega características de um estereótipo fenotípico pertencente ao lugar explorado por Jones, que é a Índia (Fig. 3).

**FIGURA 3:** Nas imagens de cima, Pato Donald conhece os arredores e os povos do Lago Titicaca. Nas imagens de baixo, frames de *Os Salteadores da Arca Perdida* (1981), estando o protagonista Indiana Jones à esquerda e, à direita, o ladrão Barranca.



Fontes: *Alô Amigos* (Disney, 1942) e *Os Salteadores da Arca Perdida* (Lucasfilm, 1981)

Na segunda parte de *Alô Amigos*, temos o personagem Pedro, um aviãozinho chileno que tem como primeira missão levar correspondências de Santiago até Mendoza, na Argentina. Pedro, no

entanto, representa mais o percurso da viagem do que um lugar ou país propriamente dito, pois apesar de ser retratado como chileno, não é possível traçar uma semelhança entre ele e o país além da presença da bandeira chilena e de palavras enunciadas em espanhol. Pedro não possui falas, sendo toda a sua narrativa guiada pelo narrador. Sendo assim, não ocorre uma representação da cultura e do povo chileno, somente uma simples alusão ao país como um destino geográfico. A animação segue então para a Argentina. O personagem escolhido para representar os habitantes do lugar é o “gaúcho”. Porém, não é criado um personagem para isto; no lugar, somos apresentados ao já conhecido Pateta, retratado como um cowboy estadunidense que, ao lado de seu cavalo Pingo, mostra quais seriam as principais diferenças entre o gaúcho argentino e o cowboy estadunidense. Durante a comparação, Pateta se “fantasia” de gaúcho e apresenta alguns elementos vinculados à cultura gaúcha, como o chimarrão e o churrasco, que são sempre entremeados com ações cômicas decorrentes do comportamento tolo do protagonista. O teor cômico, na verdade, acontece de uma perspectiva estadunidense, considerando que esse elemento acaba inevitavelmente conectando, na narrativa, a imagem do gaúcho à do tolo Pateta (Fig. 4).

**FIGURA 4:** Acima, o aviãozinho Pedro e, à direita, o cowboy Pateta. Nas duas imagens de baixo, Pateta travestido de gaúcho argentino.



Fonte: Alô Amigos (Disney, 1942)

Na quarta e última parte de *Alô Amigos* aparece, enfim, a cidade do Rio de Janeiro, que acaba servindo de referência metonímica para o conceito de “Brasil” construído pelo filme. Inicia-se então uma sequência animada da canção *Aquarela do Brasil*, de Ary Barroso, interpretada por Aloysio Oliveira. Imagens da fauna e da flora brasileira se intercalam em várias transições lúdicas que tentam imprimir o teor da canção, demonstrando quase sempre uma selva onde pássaros voam e dançam livremente. Na sequência, Pato Donald e, finalmente, seu companheiro José Carioca são apresentados. O papagaio, algumas vezes nomeado Joe Carioca, é uma antropomorfização do que seria um imaginário estereotipado de um brasileiro/carioca sob o olhar estadunidense. Retratado como preguiçoso, festeiro e cortejador, funciona como uma representação do que viria a ser o “malandro” carioca. No entanto, “seria a representação falsa de um malandro. Digo falsa porque é uma representação unidimensional, que faz desses traços um atalho para essencializar uma identidade que é muito mais complexa” (Massagli, 2018, p. 242).

Uma das sequências mais emblemáticas nesse sentido acontece quando Zé Carioca leva Donald para um bar e lhe apresenta a cachaça, supostamente a bebida representativa do Brasil. Alegrementemente, ambos enchem seus cálices e, ao degustar a bebida, Donald faz caretas e rapidamente fica bêbado. Zé Carioca, por sua vez, mostra-se pleno porque, afinal, brasileiros/cariocas seriam acostumados a beber cachaça. Nessa mesma sequência, acontece uma alteração da realidade que é comum em desenhos animados: por ser a cachaça muito forte, logo após beber, Donald solta fogo pela boca. Em seguida, Zé Carioca utiliza o fogo que sai de Donald para acender o seu charuto. Temos, então, o personagem criado especialmente para homenagear o Brasil definido como um papagaio que, além de cortejador, festeiro e preguiçoso, é também fumante de charuto e resistente à bebida alcoólica (Fig. 5).

**FIGURA 5:** Acima, à esquerda, Zé Carioca apresentando paisagens naturais para Donald. Nas demais imagens, sequência de apresentação da cachaça a Donald.



Fonte: Alô Amigos (Disney, 1942)

Em linhas gerais, *Alô Amigos* apresenta a América Latina desconsiderando quaisquer aspectos culturais de Chile, Argentina, Peru e Bolívia. No caso do Brasil, a representação cultural acontece especialmente a partir do estereótipo da “selva” amazônica e do Rio de Janeiro. Em segundo lugar, a maior parte das personagens latinas não possuem qualquer papel relevante, servindo apenas de degrau para fortalecer o cenário elaborado pela Disney e a presença de seus personagens icônicos, Pato Donald e Pateta. O filme modela o imaginário da América Latina como um lugar exótico e primitivo, refúgio de belezas naturais que serviriam de matriz exploratória para o forasteiro estadunidense. A representatividade do indivíduo latino, por sua vez, se resume ao arquétipo do gaúcho argentino – definido como um simples contraponto à figura do cowboy – e ao “malandro” carioca. Este, diferentemente, aparece de forma mais complexificada e se transforma num potente estereótipo na figura de Zé Carioca, desenhado como sendo um sujeito que carrega algumas qualidades externadas ao povo brasileiro, como a hospitalidade e a simpatia, mas também permeado por características moralmente duvidosas como a vagabundagem (Zé Carioca detesta trabalhar), a preguiça, o galanteamento e a esperteza, que não necessariamente aparecem acompanhadas da honestidade.

#### 4. O que está por trás da busca pela representatividade latina?

Toda produção midiática carrega significados e efeitos políticos (Kellner, 2001). Na década de 1940, a Disney assumiu um papel político ao criar personagens latinos em suas animações. Essa iniciativa pode ser percebida como uma forma de diplomacia cultural na qual a cultura é utilizada como ferramenta para promover entendimento e cooperação entre nações por meio das trocas

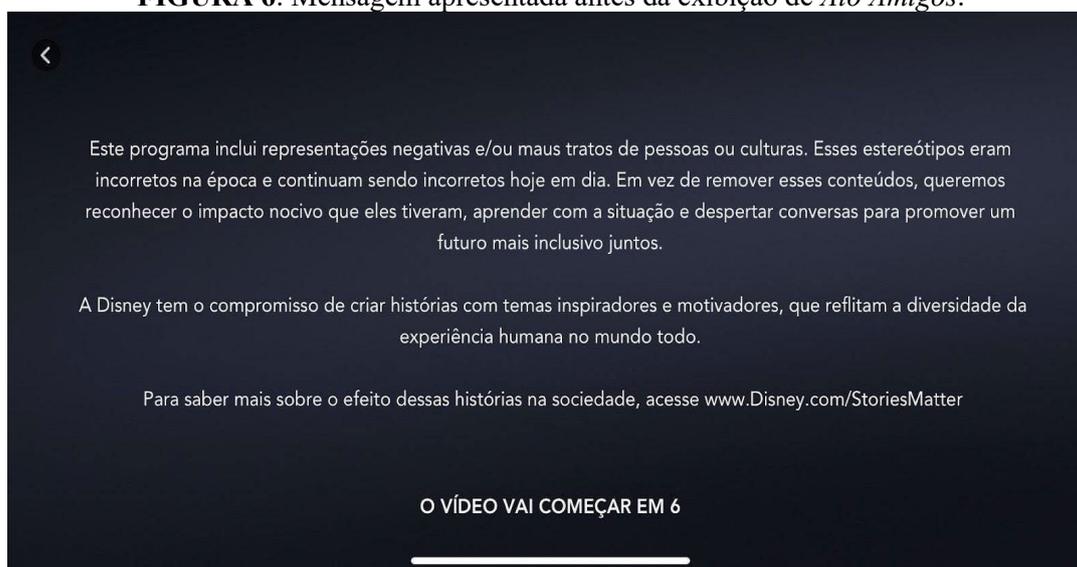
culturais (Cummings, 2009). Embora as representações da América Latina fossem altamente estereotipadas, o objetivo era promover uma narrativa de amizade e cooperação entre Estados Unidos e América Latina. Todavia, à medida que a população não-caucasiana crescia nos Estados Unidos, as representações dos grupos minoritários nas animações eram reduzidas significativamente. Das décadas de 1930 e 1940 para a década de 1990, os latinos (9% da população para 1,2% dos personagens de animação) e nativo-americanos (0,72% da população para 0,04% dos personagens de animação) foram os grupos com menor representatividade nas animações estadunidenses (Klein e Shiffman, 2006).

Nos anos 2000, a partir do filme *A Nova Onda do Imperador* (2000), as animações com representatividade latina começaram a ser lentamente percebidas como um mercado rentável para a Disney. Essa é uma questão que não se resume ao cenário dessa empresa, já que o mercado latino passou a se mostrar cada vez mais interessante nos Estados Unidos. No cenário audiovisual, os intérpretes latinos passaram a ser valorizados financeiramente pela capacidade de transformar suas identidades étnicas e raciais em papéis de atuação, campanhas publicitárias e divulgação (Molina-Guzmán, 2013). Portanto, o crescimento da representatividade latina nas produções da Disney não é surpreendente, a empresa está acompanhando uma tendência de valorização do mercado latino em razão da crescente participação dos latinos na vida social e econômica estadunidense. Na verdade, a Disney só começou a lidar de forma mais sistemática com a presença de personagens latinos a partir mais ou menos de 2015, com a ascensão das plataformas de streaming e com o sucesso da Netflix, que enfatizou a potência dos mercados internacionais. A Disney (como outras empresas) vem incluindo mais representatividade latina nas suas produções pois está interessada no lucro que ela pode trazer com o chamado *latin money*, ou seja, ocorre um investimento direcionado ao segmento latino em busca do potencial consumidor dessa população. Atualmente, de acordo com um levantamento feito em 2019 pela MPA (*Motion Picture Association of America*), os latino-americanos e os hispânicos são os maiores frequentadores de cinema entre todas as demais etnias, demonstrando que há um grande mercado em potencial.

Além disso, a inclusão de representatividade latina nas animações segue a reflexão de Kellner (2001), para quem alcançar grande audiência é preciso dar visibilidade para as preocupações atuais. Isso justifica o esforço da Disney em trazer uma representatividade mais responsável nas animações contemporâneas, considerando que algumas representações do passado são mal vistas pelos grupos representados. Para evitar críticas, a Disney já começou a tomar medidas que vão além da maior inclusão de minorias nas suas animações. Por exemplo, os desenhos animados do passado que reforçam estereótipos negativos, como no caso da representação de Zé Carioca em *Alô, Amigos*

(e também em *Você já foi à Bahia?*), a Disney, em seu serviço de streaming, o Disney+, passou a exibir a seguinte mensagem de alerta e retratação antes da exibição dessas animações (Fig. 6):

**FIGURA 6:** Mensagem apresentada antes da exibição de *Alô Amigos*.



Disponível em: Disney+

Fernanda Maurício (2022) pontua que, com essa mensagem, a Disney realiza uma releitura do seu passado, promovendo uma reflexão sobre essas produções e as renegociando a partir da diversidade; uma pauta que a empresa tem promovido no seu catálogo por meio de audiovisuais que trazem mais visibilidade para grupos minoritários.

Ademais, a motivação da Disney pode não ser somente econômica, pois é possível que os Estados Unidos também estejam retomando as estratégias de diplomacia cultural para a América Latina considerando as mudanças na região no século XXI. De acordo com Wajner (2019), diversos governos latino-americanos a partir desse período passaram a adotar um discurso de política externa voltado para um posicionamento anti-imperialista e anti-hegemônico. Nesse sentido, alguns países da região apresentaram oposições ao modelo econômico dos Estados Unidos, às interferências do país

na região e ações internacionais, como a invasão ao Iraque em 2003. A política externa das nações latino-americanas passaram a reivindicar a preferência por um mundo multipolar, ou seja, um mundo no qual existem outros países além dos Estados Unidos com uma parcela considerável na distribuição de poder político, econômico, militar e assim, aumentaram a colaboração com outras potências, como a China e a Rússia, assim como impulsionam as cooperações Sul-Sul. É a partir dessa lógica que o filme *Encanto* se transforma em um modelo repleto de representatividade, mas aos moldes da conveniência estadunidense, como analisaremos a seguir.

### 5. *Encanto* (2021) e a representatividade latina na Disney hoje

O filme *Encanto* foi lançado em novembro de 2021. A história se passa na cidade fictícia Encanto, ambientada nas montanhas da Colômbia, e a narrativa se desenvolve em torno dos Madrigal, uma família cujos integrantes possuem poderes mágicos com uma única exceção: a protagonista Mirabel. Quando a magia que cerca os Madrigal passa a ser ameaçada, Mirabel inicia uma jornada para salvar sua família, sua casa e assim toda a cidade. A trama, que utiliza um pano de fundo fantástico, discorre sobre as relações familiares e busca transmitir uma mensagem de respeito às diferenças. Os contextos históricos e ambientes colombianos onde a história se desenrola são minimizados em prol dos sentimentos e dos conflitos internos enfrentados por Mirabel e por outras personagens, como as irmãs, a avó e o tio da protagonista.

O filme (Fig. 7), dirigido pela dupla Jared Bush e Byron Howard, contou com um grupo de especialistas dedicados a estudarem a cultura colombiana para conceder uma representação cuidadosa e fidedigna. O chamado *Colombian Cultural Trust* teve 10 especialistas, entre historiadores, antropólogos, botânicos e biólogos, focados especificamente em analisar e acompanhar o desenvolvimento dos detalhes do filme. Além disso, parte da equipe de produção foi composta por nativos dos Estados Unidos com ascendência latina. Alguns dos diálogos e das músicas são cantadas em espanhol e foram criadas por Lin-Manuel Miranda, compositor e ator de família porto-riquenha. Ele e seu pai, Luis Miranda Junior, que foi consultor de *Encanto*, juntaram-se a uma equipe que, em 2018, passou duas semanas na Colômbia realizando pesquisas para conhecer nuances da cultura desse país. O elenco de dubladores originais do filme também inclui personalidades latinas, como o cantor colombiano Maluma e a atriz com ascendência colombiana Diane Guerrero. No total, foram cinco anos de produção e realização de oito grupos focais até a total aprovação de *Encanto* para estrear as salas de cinema.

**FIGURA 7:** Um dos pôsteres oficiais de *Encanto*, com a presença de Mirabel, em primeiro plano, e a casa da família Madrigal em segundo plano.



Fonte: Disney+

A recepção do filme se mostrou, à princípio, bastante positiva. A proposta de desassociar a Colômbia de cenas relacionadas ao tráfico de drogas – muitas dessas ligadas ao sucesso da série *Narcos* (2015) –, demonstrou ter sido eficaz em construir uma imagem mais positiva para a marca Disney (Zornosa, 2018). No entanto, algumas críticas foram traçadas e serão pertinentes para a análise proposta. Aiko Hilking, roteirista colombiana, escreveu para a revista *Remezcla* que não conseguiu sentir tal representatividade, já que os chefes de equipe não são colombianos. A autora afirma que “contar histórias sobre nós, sem nós” ainda representaria, portanto, um erro na lógica de produção (Hilking, 2021). O escritor colombiano Camilo Garzón (2022) enfatiza que em vez de os colombianos-estadunidenses serem convidados a participarem da produção, eles deveriam estar na equipe em funções principais. Garzón também aponta para a questão racial pois, segundo ele, apresentar personagens diversos sem atribuir certa profundidade racial não seria suficiente para que a população afro-colombiana, por exemplo, se visse contemplada.

Outro fator importante para a compreensão simbólica de *Encanto* diz respeito à viagem de parte da equipe à Colômbia, em 2018, como protocolo de pesquisa para produção do filme. Se tecnicamente essa viagem possa ter ajudado a levar algumas complexidades culturais ao roteiro e à estética visual do longa, por outro lado a ação se assemelha ao que o próprio Walt Disney fez em 1941, antes da criação de *Alô Amigos*. Trata-se, pois, da construção de uma narrativa cujos elementos são erigidos sob um viés exploratório liderado por uma instituição politicamente hegemônica procurando uma forma lúdica, e, portanto, palatável de acordo com as suas referências, de contar a história de um lugar periférico. Desta vez, supostamente essa hierarquização seria arrefecida devido à participação, na comitiva, dos representantes latino-americanos Lin-Manuel Miranda e seu pai Luis Miranda Jr. No entanto, ambos são porto-riquenhos e possuem pouca familiaridade com a Colômbia, algo que também foi fruto de críticas, já que a maioria dos latinos que fizeram parte do processo de

construção do filme tem ligações com outros países latinos, não com a Colômbia. Lin-Manuel, particularmente, tem uma presença muito importante porque *Encanto* é um filme musical e boa parte dos conflitos são apresentados e solucionados através das canções elaboradas por ele. A sua nacionalidade porto-riquenha deve ser analisada em um contexto de popularização da música latina no cenário global. Em 2016, a canção *Despacito*, composta e cantada pelos porto-riquenhos Luis Fonsi e Daddy Yankee, se transformou em um sucesso global, abrindo mais portas para a música latina; seu videoclipe tornou-se, em 2017, o vídeo mais visto da história do YouTube e, no momento de escrita deste artigo (novembro de 2024), tem mais de 8 bilhões de visualizações. Assim, ainda que as produções contemporâneas da Disney que representam a América Latina sejam mais cautelosas com os elementos de representatividade, o caso de *Encanto* evidencia como a empresa mantém uma perspectiva generalista da região. Na visão da empresa, é somente preciso ser latino/a para representar a Colômbia, independentemente das distinções culturais existentes no cenário latino-americano.

A narrativa dá conta, com bastante densidade no contexto de um filme para crianças, dos conflitos internos de Mirabel e de diversas personagens que a orbitam. Ela sente-se insegura por ser a única da família sem “um dom”. A irmã Luisa, por sua vez, sente-se pressionada a ter que dar conta de todos, ao passo que não tem tempo nem ninguém que preste atenção nela mesma. A outra irmã, Isabela, sente-se mal por ser vista apenas como uma moça muito bonita e está preocupada por ter que se casar com um rapaz que não ama. E, finalmente, a avó Alma, responsável por dar início à jornada mágica que circunda *Encanto*, é extremamente autoritária em função de seu passado dramático que a fez perder o marido e criar sozinha suas filhas trigêmeas recém-nascidas.

Cada um desses problemas é encarado em momentos distintos da história, mas cabe ter em vista, no contexto da análise aqui proposta, que se tratam de problemas contemporâneos universais e não têm relação, portanto, com latinidade ou com a Colômbia. Os elementos mais fortemente vinculados à construção de uma identidade latina aparecem sobretudo nas canções em espanhol, como já citado, e nos elementos visuais, como as roupas das personagens e os cenários. De forma similar ao que acontece em *Alô Amigos*, os cenários são enquadrados de uma perspectiva rural, um tanto primitiva e pobre. *Encanto* é um vilarejo encravado na floresta, o que em alguns pontos aciona certo imaginário do feudalismo europeu, com bosques, casas de madeira, chapéus de palha e carroças puxadas por animais (Fig.8).

**FIGURA 8:** Frames de *Encanto*. Nas quatro imagens de cima, cenas externas da cidade. Nas duas imagens finais, a ambientação interna da casa da família Madrigal.



Fonte: Encanto (Disney, 2021)

Um último ponto a ser destacado nos aspectos visuais diz respeito à fenotipia das personagens. Pela primeira vez, a Disney realizou um longa-metragem repleto de diferentes características físicas. A família Madrigal é visualmente composta por uma série de fenotipias possíveis, demarcada sobretudo pelas cores de pele, traços físicos e, com grande destaque, pelos cabelos das personagens. A escolha fenotípica da protagonista Mirabel tenta fugir do estereótipo da princesa medieval ao demarcá-la com cabelos cacheados, pele marrom claro, baixa estatura e óculos. O mesmo acontece com boa parte das demais personagens, que possuem diferentes tonalidades de pele, alturas, formas físicas e, também, diferentes tipos de cabelo. Embora essa heterogeneidade física tenha de fato semelhança com a identidade latina – não existe, com efeito, uma pele latina nem muito menos um cabelo latino – ela na verdade se refere aos seres humanos de maneira praticamente universal. Da mesma forma que não se pode falar em uma fenotipia latina, o mesmo pode ser afirmado em relação à fenotipia europeia ou norte-americana. Assim, não deixa de ser conveniente para a Disney lidar com a riqueza fenotípica do ser humano no contexto de um filme cuja ambientação acontece fora dos Estados Unidos. Ao mesmo tempo, existe na narrativa a manutenção de um

estereótipo muito comum aos filmes da Disney. Embora Mirabel não tenha características físicas de “princesa Disney”, essa imagem é deslocada para a sua irmã Isabela, que é uma espécie de ícone de beleza no filme. Isabela é nitidamente percebida como a mulher mais bela da família – demarcação dada inclusive pelo seu nome – e tem traços fenotípicos lidos hegemonicamente como belos: cabelos longos e lisos, corpo esbelto e acinturado e traços finos. Parte dos dramas de Isabela, como já analisado, tem relação com a sua beleza (Fig. 9).

**FIGURA 9:** A família Madrigal. Isabela é a segunda personagem da esquerda para a direita.



Fonte: Encanto (Disney, 2021)

A concepção de *Encanto* ajuda a entender não só por quem o filme foi feito, mas também para quem ele está sendo direcionado e de que maneira os arquétipos sobre os latinos são atualizados mas continuam com problemas. Se por um lado *Encanto* deu voz aos latinos de forma protagonista e construiu personagens com alguma densidade, por outro lado a representatividade desses personagens é bastante genérica e não aparece culturalmente particularizada nem na história nem na caracterização desses sujeitos.

## Considerações finais

A América Latina foi uma região que por muitas décadas esteve alinhada aos Estados Unidos, mas o contexto contemporâneo pode representar o declínio da influência estadunidense na região. Conforme Hakim (2006), as relações entre os Estados Unidos e a América Latina no século XXI chegaram ao ponto mais baixo desde o fim da Guerra Fria (1947-1991). Como consequência disso, ocorreram algumas tentativas de aproximação dos países da região, como em 2015, quando o então presidente Barack Obama (2009-2017) buscou dialogar e tentar normalizar as relações com Cuba, com o objetivo de melhorar as relações dos Estados Unidos com esse país e com a região como um todo, criando um ambiente mais aberto e de menos desconfiança na América Latina (Bassets, 2015). Apesar da chamada “Doutrina Obama de diálogo” não ter normalizado as relações com Cuba, desde 2015, os vínculos dos Estados Unidos para o país foram impulsionados com programas culturais coordenados pelo Departamento de Estado dos Estados Unidos, assim como intercâmbios culturais para além do cenário estatal (Sesin e Matos, 2023).

Nesse sentido, as produções contemporâneas que retratam a América Latina mostram-se estratégicas em um período de dinamismo econômico das populações com ascendência latino-americana, mas também da queda de influência dos Estados Unidos em uma região que exerceu prevalência durante o século XX. Portanto, a economia desempenha um papel importante para a Disney realizar representações menos estereotipadas dos latino-americanos em *Encanto* em comparação com *Alô Amigos*. Porém, a diplomacia cultural expressada na década de 1940 também faz sentido para analisar as produções contemporâneas.

Neste trabalho, comparamos *Alô Amigos* e *Encanto* com o objetivo de captar as mudanças na representatividade latina da Disney. Demonstrar tais mudanças é um convite a compreender melhor os interesses por trás da marca e reforçar que questões políticas e financeiras cumprem papéis centrais durante a história da Disney, que atualmente passa por um processo de busca de novos mercados evitando possíveis boicotes e “cancelamentos”. No início dos anos 1940, os Estados Unidos buscavam se aproximar dos países latino-americanos sob uma perspectiva de Boa Vizinhança, resultando assim em personagens como Zé Carioca. A diplomacia cultural transformou a América Latina em um alvo para os Estados Unidos, que passaram a pensar parte de suas produções a fim de estreitar laços com estes países. Após esse período, os estúdios evocam os latinos com menor frequência em personagens sem muita relevância devido a um hiato gerado pela falta de interesse político e econômico pelos latinos nesse período. Atualmente, porém, existe um movimento de reaproximação por meio de uma coerência de mercado que busca expandir seu público-alvo e que vê nos latino-americanos uma oportunidade.

Ademais, no século XXI, as relações diplomáticas dos Estados Unidos com a América Latina decrescem e a diplomacia cultural volta a ser necessária para a região. *Encanto* pode ser visto, assim, com um símbolo deste período. Sendo assim, apesar de estarmos passando por um momento de transição no qual a Disney tenta assumir certas responsabilidades por sua comunicação, os lucros advindos da apropriação de outras culturas continuam indo para o mesmo lugar. Além de consultar os latinos para contar suas histórias, estes deveriam fazer parte das produções e serem incluídos nas áreas de chefia para que mudanças realmente efetivas ocorram não só em questões de representatividade, mas também nas disparidades econômicas e sociais a que tais grupos estão sujeitos.

## REFERÊNCIAS

- ADAMS, Dale. Saludos amigos: Hollywood and FDR's good neighbor policy. **Quarterly Review of Film and Video**, v. 24, n.3, p.289-295, 2007.
- BASSETS, Marc. **Barack Obama busca normalizar a relação com a América Latina**. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/09/internacional/1428600441\\_304117.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/09/internacional/1428600441_304117.html). Acesso em: 3 de maio de 2024.
- BELTRAN, Mary. The Hollywood Latina Body as Site of Social Struggle: Media Constructions of Stardom and Jennifer Lopez's Cross-over Butt. **Quarterly Review of Film and Video**, v.19, n.1, 71-86, 2002.
- BENNETT, Andrew. Case study methods: Design, use, and comparative advantages. In: SPRINZ, Detlef; WOLINSKY-NAHMIAS, Yael. **Models, numbers, and cases: Methods for studying international relations**, Ann Arbor: University of Michigan Press, 2004.
- BRISCHETTO, Robert; ENGSTROM, Richard. Cumulative voting and Latino representation: exit surveys in fifteen Texas communities. **Social Science Quarterly**, v.78, n.4, p.973-991, 1997.
- BUDIMAN, Abby. **Key findings about U.S. immigrants**. Disponível em <https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/08/20/key-findings-about-u-s-immigrants/>. Acesso em: 12 de abril de 2022.
- CASADO, José. **Latinos já representam 18% da população dos Estados Unidos**. Disponível em <https://veja.abril.com.br/coluna/jose-casado/latinos-ja-representam-18-da-populacao-dos-estados-unidos>. Acesso em: 3 de maio de 2024.
- CASTRO, Mary Garcia. “Latinos nos EUA – Unindo Américas, fazendo a América de lá ou perdendo a nossa América?”. **Revista Travessia**, v.11, p.14-20, 1991.
- CELIS, Karen. Representativity in times of diversity: The political representation of women. **Women's Studies International Forum**, v.41, n.3, p.179-186, 2013.

CORLETT, Angelo. Latino identity. **Public Affairs Quarterly**, v.13, n.3, p.273-295, 1999.

CUMMINGS, Milton. **Cultural Diplomacy and the United States Government: a survey**. Disponível em <https://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/legislation-policy/naappd/cultural-diplomacy-and-the-united-states-government-a-survey>. Acesso em: 3 de maio de 2024.

DAH, Istiwarni; ANISA, Siti; BUDIARTO, Budiarto. The representation of Mexican culture in Disney Pixar's movie entitled 'Coco'. **Journal of English Language and Literature**, v.6, n.2, p.99-114, 2021.

EMMELHAINZ, Irmgard. **Can We Share a World Beyond Representation?**. Disponível em <https://www.e-flux.com/journal/106/314167/can-we-share-a-world-beyond-representation/>. Acesso em: 3 de maio de 2024.

FERNÁNDEZ, Laura. Canta y no llores: Life and Latinidad in Children's Animation. In: L.A. Frederico. **The Routledge Companion to Latina/o Popular Culture**. Abingdon: Routledge. p. 68-75, 2016.

FERREIRA, Alexandre. **A produção Disney em época de Segunda Guerra Mundial: cinema, história e propaganda**. 24º Simpósio Nacional de História, São Leopoldo, 15 a 20 de julho, 2007. Disponível em <https://www.encontro2016.sp.anpuh.org/resources/anais/anpuhnacional/S.24/ANPUH.S24.1241.pdf>. Acesso em: 3 de maio de 2024.

FERREIRA, Alexandre. O cinema Disney agente da história: a cultura nas relações internacionais entre Estados Unidos, Brasil e Argentina (1942-1945). Dissertação de Mestrado, Curso de Integração Latino-Americana, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.

FRANZ, Nayara. Fantasia (1940), Walt Disney e a imprensa no Estado Novo. **Revista Nep-UFPR (Núcleo de Estudos Paranaenses)**, v.3, p. 19-38, 2017.

GARZÓN, Camilo. **Encanto Still Has Charm, Despite Generic Representation of Colombia**. Disponível em <https://www.latinxproject.nyu.edu/interventions/encanto-still-has-charm-despite-generic-representation-of-colombia>. Acesso em: 3 de maio de 2024.

HAKIM, Peter. Is Washington Losing Latin America?. **Foreign Affairs**, v.85, n.1, p.39-53, 2006.

HERNANDEZ, Pablo. **Cinema e Política da Boa Vizinhança: a expedição de Walt Disney ao Brasil**. 2015. 120f. Dissertação (Mestrado em História) – Curso de Pós-graduação em História, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

HERO, Rodney; TOLBERT, Caroline. Latinos and substantive representation in the US House of Representatives: Direct, indirect, or nonexistent?. **American Journal of Political Science**, v.39, n.3, p.640-652, 1995.

HILKINGER, Aiko. **Op-Ed: We Can Enjoy 'Encanto' While Calling Out the Ways It Faltered – Let's Discuss**. Disponível em: <https://remezcla.com/film/encanto-review-lets-discuss-why-it-faltered/>. Acesso em: 3 de maio de 2024.

HOLZBACH, Ariane Diniz. Galinha Pintadinha runs the world: a made-for-children Brazilian cartoon in the global flow of television content. **Television & New Media**, v. 1, p. 1-15, 2022.

JOHNSON, Kevin. Immigration and Latino identity. **Chicago-Latino Law Review**, v.19, p.197-2012, 1998.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

KLEIN, Hugh; SHIFFMAN, Kenneth S. Race-related content of animated cartoons. **The Howard Journal of Communications**, v.17, n.3, p.163-182, 2006.

LEON-BOYS, Diana. Disney's specific and ambiguous princess: A discursive analysis of Elena of Avalor. **Girlhood Studies**, v.14, n.2, p.29-45, 2021.

MARTÍNEZ, V.; YLANAN, A. **Long underrepresented in film and TV, Latinos are falling further behind**. Disponível em <https://www.latimes.com/entertainment-arts/tv/story/2021-06-13/latino-gap-representation-tv-movies-roles-writers-directors-executives>. Acesso em: 3 de maio de 2024.

MAURICIO, Fernanda . **“ESTE PROGRAMA INCLUI REPRESENTAÇÕES NEGATIVAS”:** as estratégias do Disney+ para agregar o valor de diversidade por meio da série SparkShorts, 31º Encontro anual da Compós, Imperatriz, 06 a 10 de junho, 2022. Disponível em [encurtador.com.br/elzF8](http://encurtador.com.br/elzF8), Acesso em: 6 de fevereiro de 2023.

MASSAGLI, Sérgio. A falsa representação da identidade brasileira na construção do personagem Zé Carioca da Disney. **Literartes**, v.1, n.8, 2018.

MOLINA-GUZMÁN, Isabel. Commodifying black Latinidad in US film and television. **Popular communication**, v.11, n.3, p.211-226, 2013.

ROMAN, Ediberto. Who exactly is living la vida loca: The legal and political consequences of Latino-Latina ethnic and racial stereotypes in film and other media. **Journal of Gender Race and Justice**, v.4, n.37, 2000.

SEISIS, Carmen. **Between the U.S. and Cuba, more cultural exchanges and engagement signal a modest shift in policy**. Disponível em <https://www.nbcnews.com/news/latino/us-cuba-cultural-exchanges-engagement-signal-modest-shift-policy-rcna73654>. Acesso em: 4 de abril de 2024.

TULCHIN, Joseph. **América Latina x Estados Unidos. Uma relação turbulenta**. São Paulo: Editora Contexto, 2016.

VAZ, Celso. ‘The Americano Dream’ ou ‘The American Dream’: o debate contemporâneo sobre a imigração de mexicanos para os Estados Unidos. **Opinião Pública**, v.20, n.3, p.496-522, 2014.

WAJNER, Daniel. Making (Latin) America great again: Lessons from populist foreign policies in the Americas, In: F.A Stengel; D.B MacDonald; D. Nabers (ed.), **Populism and World Politics: Exploring Inter-and Transnational Dimensions**, Berlim, Springer, 2019.

WILLIAMS, Raymond. **The long revolution**. New York: Columbia University Press, 1961.

ZORNOSA, Laura. **'Encanto' pode ser minucioso, mas será que consegue retratar todo um país?**. Disponível em <https://f5.folha.uol.com.br/cinema-e-series/2022/03/encanto-pode-ser-minucioso-mas-sera-que-consegue-retratar-todo-um-pais.shtml>. Acesso em: 3 de maio de 2024.

### Informações sobre o Artigo

**Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese:** não se aplica.

**Fontes de financiamento:** CNPQ e CAPES.

**Apresentação anterior:** não se aplica.

**Agradecimentos/Contribuições adicionais:** não se aplica.

### Ariane Holzbach

Professora adjunta de Estudos de Mídia e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Doutora em Comunicação pela UFF com pós-doutorado em Literatura Comparada pela Universidade de Ghent e em História Política pela UERJ. Atualmente é Bolsista de Produtividade em Pesquisa pelo CNPq.

**E-mail:** [arianeh@id.uff.br](mailto:arianeh@id.uff.br)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-8548-0220>

### Aline Mendes

Doutoranda e Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Mestre em Relações Internacionais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

**E-mail:** [aline\\_ms@id.uff.br](mailto:aline_ms@id.uff.br)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3189-0512>

### Isabella Verran

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Bacharel em Cinema e Audiovisual também pela UFF. Co-fundadora do coletivo independente INO que preza produção colaborativa de obras audiovisuais. Produtora e Montadora do Álbum Visual NOITES, realizado como filme de conclusão. É autora de Estilo Sassi: A Estética de Felipe Sassi, e o Videoclipe mainstream nacional (2021).

**E-mail:** [isabellaverran@id.uff.br](mailto:isabellaverran@id.uff.br)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0007-6591-6617>

