

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS
FACULDADE DE DIREITO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

Karine Porto Nassif

HEGEMONIA CULTURAL E HOLLYWOOD

Como o cinema contribuiu para a identidade cultural norte-americana se popularizar ao redor do mundo

DOURADOS

Abril, 2023

Karine Porto Nassif

HEGEMONIA CULTURAL E HOLLYWOOD

Como o cinema contribuiu para a identidade cultural norte-americana se popularizar ao redor do mundo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Examinadora da Universidade Federal da Grande Dourados como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dra. Fernanda Barth Barasuol

DOURADOS

Abril, 2023



ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Em 04 maio de 2023, compareceu para defesa pública do Trabalho de Conclusão de Curso, requisito obrigatório para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais, a aluna **Karine Porto Nassif** tendo como título “**HEGEMONIA CULTURAL E HOLLYWOOD: Como o cinema contribuiu para a identidade cultural norte-americana se popularizar ao redor do mundo**”.

Constituíram a Banca Examinadora os professores **Dr. Carlos Roberto Staine Prado Filho** (orientador), **Dra. Fernanda Barth Barasuol** (examinadora) e **Dr. Luciano Pereira Duarte** (examinador).

Após a apresentação e as observações dos membros da banca avaliadora, o trabalho foi considerado **aprovado**.

Por nada mais terem a declarar, assinam a presente Ata.

Observações: _____

Assinaturas:

Documento assinado digitalmente
gov.br CARLOS ROBERTO STAINE PRADO FILHO
Data: 05/05/2023 13:03:03-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. Carlos Roberto Staine Prado Filho

Orientador

Dra. Fernanda Barth Barasuol

Examinadora

Documento assinado digitalmente
gov.br LUCIANO PEREIRA DUARTE SILVA
Data: 08/05/2023 10:14:13-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. Luciano Pereira Duarte

Examinador

AGRADECIMENTOS

À minha família pelo apoio incondicional, encorajamento e amor durante esta jornada. Obrigada por estarem sempre ao meu lado.

Aos meus amigos por terem sido uma fonte constante de motivação e inspiração. Seja com conversas animadas sobre o tema do trabalho ou com momentos de descontração e lazer, vocês me ajudaram a manter o equilíbrio e a enfrentar os desafios. Ana Laura, Gabi, Katiane, Julie, Manu, Camila Camargo, Nathália, Camila e Pedro Chama, João Gabriel, Ademar, Viana, Victor e Jeferson eu amo vocês!

À minha orientadora, Dra. Fernanda Barth Barasuol, pela orientação e incentivo ao longo deste projeto. Sua experiência e conselhos foram inestimáveis para a realização deste trabalho.

À vó Wanda, pelos conselhos, pelo carinho, pelos cafezinhos e por ter se preocupado junto comigo durante a produção deste trabalho.

Ao meu pai, pelo incentivo em continuar estudando, pelo apoio emocional e por ter dedicado sua vida para me fazer feliz.

E, por fim, à minha mãe, que desde minha infância, despertou em mim o interesse pelo cinema como uma forma de arte. Seu incentivo foi fundamental para que eu pudesse trilhar este caminho e realizar este trabalho.

À vocês, meu eterno agradecimento.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar o conceito de Hegemonia Cultural de Antonio Gramsci, apresentar como os EUA acabaram se tornando a maior potência mundial da indústria cinematográfica e quais foram as estratégias utilizadas para se manter no poder durante todo o século XX. Como o cinema contribuiu para que os EUA se tornassem uma referência para outros países, exportando sua identidade cultural, e quais as problemáticas que isso carrega. Através da produção cinematográfica, os EUA conseguiram impor sua visão de mundo e seus valores culturais como universais e legítimos, influenciando a maneira como as pessoas pensam e agem em todo o mundo. A Hegemonia Cultural norte-americana no cinema se manifesta na produção de filmes em inglês, que seguem as convenções narrativas, temáticas e estéticas americanas, reforçando a perspectiva dominante nos Estados Unidos. Essa hegemonia é alcançada por meio de instituições culturais como a mídia, a educação e a religião, que moldam as mentes das pessoas e fazem com que elas aceitem a visão de mundo norte-americana como a única possível.

Palavras-chave: Estados Unidos, Hollywood, Identidade Cultural, Hegemonia Cultural, Gramsci.

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze Antonio Gramsci's concept of Cultural Hegemony, present how the USA became the world's leading power in the film industry, and examine the strategies employed to maintain their dominance throughout the 20th century. It explores how cinema contributed to the USA becoming a reference point for other countries by exporting its cultural identity and the problematic aspects associated with it. Through film production, the USA managed to impose its worldview and cultural values as universal and legitimate, influencing the way people think and act worldwide. The American Cultural Hegemony in cinema is evident in the production of English-language films that adhere to American narrative, thematic, and aesthetic conventions, reinforcing the dominant perspective within the United States. This hegemony is achieved through cultural institutions such as media, education, and religion, which shape individuals' minds and lead them to accept the American worldview as the only possible one.

Keywords: United States, Hollywood, Cultural Identity, Cultural Hegemony, Gramsci.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 HOLLYWOOD E A INDÚSTRIA DO CINEMA.....	11
2.1 O Surgimento da Indústria Cinematográfica nos Estados Unidos.....	13
2.2 A Expansão de Hollywood.....	16
2.3 A Era de Ouro em Hollywood e o Studio System.....	22
2.4 A Nova Hollywood.....	27
2.5 A Vilanização da Rússia no Cinema Americano.....	32
3 A IDENTIDADE NACIONAL NORTE-AMERICANA E O CINEMA.....	35
3.1 A Identidade Nacional Norte-Americana.....	36
3.1 O Sonho Americano Presente nas Telas.....	43
4 GRAMSCI E A HEGEMONIA CULTURAL.....	50
4.1 O Indivíduo e a Política.....	55
4.2 O Cinema e a Hegemonia Cultural.....	59
4.3 Gramsci, Cinema, e a Hegemonia Norte-Americana.....	63
5 CONCLUSÃO.....	70

1 INTRODUÇÃO

Durante o século XX, uma parte significativa da produção cultural e midiática dos Estados Unidos ultrapassou suas fronteiras e se tornou popular em todo o mundo. Através da televisão, cinema, rádio, revistas e jornais, os Estados Unidos foram retratados como um país progressista, igualitário, democrático e forte. A sociedade americana foi apresentada como composta por cidadãos saudáveis, educados, limpos e éticos, organizados em núcleos familiares e sociais, servindo de modelo não só para o seu próprio povo, mas também para outras nações que assistiam a filmes ou acompanhavam séries na TV. Esse modelo foi validado pela demonstração de progresso materializado em objetos de consumo e atitudes moldadas pela realização das promessas religiosas e democráticas que fundamentaram a nação americana desde a elaboração de sua Constituição no século XVIII (CUNHA, 2017).

Neste trabalho, proponho uma análise da construção da hegemonia dos Estados Unidos através da cultura, mais particularmente do cinema hollywoodiano. Para isso, é importante considerar as relações internacionais não apenas como um contexto em que os atores principais são Estados, organizações internacionais ou ONGs, mas também como um ambiente que remete à raiz de todas essas formações: o indivíduo, seu desenvolvimento, suas atitudes e suas implicações em questões globais. Desse modo, busco compreender a noção de Hegemonia Cultural de Gramsci e relacioná-la ao fenômeno do cinema hollywoodiano, investigando como ele é aplicado na prática, qual a sua eficácia e como atinge os mínimos atos do indivíduo comum. A cultura norte-americana está presente em todos os países do mundo, ultrapassa barreiras territoriais e agrada espectadores de diversas nacionalidades. É relevante refletir acerca das maneiras como suas vidas são influenciadas pelo que consomem. Para começar, é importante entender o conceito de Hegemonia Cultural. A Hegemonia Cultural é uma forma de poder cultural em que um grupo ou nação domina a cultura de outros grupos ou nações, tornando seus valores, crenças e costumes dominantes e influentes em todo o mundo. A Hegemonia Cultural pode ser alcançada por meio de vários meios, incluindo a produção e exportação de bens culturais, como filmes, música, televisão e literatura.

No caso dos Estados Unidos, o país tornou-se a maior potência mundial da indústria audiovisual por meio da produção em massa de filmes e programas de televisão que foram amplamente distribuídos em todo o mundo. Desde o início do século XX, Hollywood tem sido o centro da indústria cinematográfica global, e os estúdios de cinema americanos rapidamente se tornaram líderes na produção e exportação de filmes. Para se firmar no ramo, os EUA utilizaram várias estratégias, como a concentração de poder na indústria cinematográfica, a produção em massa de filmes para atender às demandas de um público global, a utilização de tecnologias de ponta e a criação de redes de distribuição internacionais.

O cinema americano contribuiu significativamente para que os EUA se tornassem uma referência cultural global, exportando sua identidade cultural por meio de seus filmes e programas de televisão. O cinema americano frequentemente apresenta elementos da cultura americana, como a língua inglesa, a comida, a música e os estilos de vida, que são amplamente reconhecidos em todo o mundo. No entanto, essa exportação de identidade cultural também carrega problemáticas, como a imposição de valores e ideias que podem não ser aceitos ou apropriados em outras culturas. Além disso, a produção e exportação de bens culturais pode levar a uma homogeneização cultural global, onde as culturas locais são suprimidas em favor da cultura dominante.

Embora na área de Relações Internacionais o conceito mais frequentemente utilizado para analisar a influência de um país no Sistema Internacional pela utilização de ferramentas culturais seja o Soft Power, cunhado por Joseph Nye, acreditamos que o conceito de Gramsci seja mais apto à análise que realizamos aqui. Existem uma série de semelhanças entre os conceitos. Em primeiro lugar, pode-se destacar que tanto a Hegemonia Cultural quanto o soft power são conceitos que se relacionam à capacidade de um país influenciar outros países. Enquanto a Hegemonia Cultural se preocupa com a imposição de uma cultura dominante e a submissão de outras culturas, o Soft Power busca a cooperação e o diálogo para influenciar outras sociedades. O Soft Power também está relacionado ao poder de atrair e persuadir, sem recorrer a formas de coerção ou imposição, e pode ser exercido por vários meios, incluindo cultura, educação, diplomacia, tecnologia e outros. No entanto, embora haja alguma sobreposição entre os dois conceitos, a teoria do Soft Power parte do pressuposto de que a cultura e os valores são compartilhados universalmente e que os países podem usar sua

cultura para influenciar e persuadir outros países a adotarem suas políticas e valores (NYE JR, 2004). No entanto, isso não é necessariamente verdadeiro, uma vez que a cultura e os valores variam significativamente de uma sociedade para outra. O que é valorizado em um país pode não ser valorizado em outro, tornando difícil a aplicação da teoria do Soft Power de forma universal.

A teoria do Soft Power tende a ignorar as relações de poder subjacentes entre países. A influência cultural de um país pode ser limitada pelo seu poder econômico e militar em relação a outros países. Além disso, a teoria pressupõe que os países têm uma escolha livre e consciente em adotar ou rejeitar a cultura de outro país, o que pode não ser o caso quando se trata de países mais fracos ou vulneráveis. Muitas vezes não se leva em conta a resistência cultural e as possíveis reações negativas que podem surgir diante da tentativa de um país influenciar a cultura de outro. É comum que haja resistência à adoção de produtos culturais estrangeiros que são vistos como uma ameaça à cultura e identidade nacional (NYE JR, 2014).

A luta de classes é um elemento fundamental na teoria da Hegemonia Cultural, enquanto que na teoria do Soft Power, as relações entre países e a busca pelo poder no Sistema Internacional são mais centrais. Na teoria da Hegemonia Cultural, a luta de classes é vista como uma disputa pela construção da hegemonia, ou seja, pela definição do consenso sobre valores, normas e ideias que permeiam a sociedade. Nesse sentido, a classe dominante busca impor sua visão de mundo como a única válida e aceita por todos, criando um senso comum que legitima sua dominação sobre as classes subalternas. A resistência e a luta das classes subalternas, por sua vez, consiste em construir uma contra-hegemonia capaz de questionar e subverter essa ordem estabelecida, por meio de uma produção cultural alternativa que busque romper com as estruturas dominantes. A ideia do Soft Power é que um país pode aumentar sua influência e obter vantagens estratégicas por meio da difusão de sua cultura e valores, sem precisar recorrer à força ou à coerção. A teoria do Soft Power é mais utilizada em relações internacionais e em análises de política externa, enquanto a teoria da Hegemonia Cultural tem maior aplicação em estudos sobre cultura e poder dentro das sociedades.

Os conceitos de Hegemonia Cultural e Soft Power diferem em sua abordagem pelos autores. Enquanto Gramsci critica a Hegemonia Cultural e propõe maneiras de romper com esse sistema, Nye destaca a importância do Soft Power. Enquanto a Hegemonia Cultural é vista como um mecanismo de dominação, o Soft Power é considerado como uma forma legítima e eficaz de influenciar e persuadir outros países. O conceito de hegemonia cultural é mais abrangente e profundo, pois envolve não apenas a influência cultural, mas também o controle sobre as narrativas e discursos dominantes em uma sociedade. Isso inclui o controle sobre as instituições culturais, como escolas, universidades, mídia e indústrias culturais, que moldam as percepções e comportamentos das pessoas. Além disso, a hegemonia cultural pode estar presente em diferentes níveis, como a nível nacional, regional ou global, e pode ser exercida por grupos culturais ou econômicos dominantes. Enquanto Nye enxerga o soft power como uma ferramenta de influência, Gramsci nos mostra que a hegemonia cultural pode levar à marginalização e opressão de grupos culturais minoritários, e à perpetuação de desigualdades sociais e econômicas. Por todos esses fatores, o conceito de hegemonia cultural é mais completo e relevante para entender as dinâmicas culturais e sociais em uma sociedade.

Para realizar o objetivo proposto, o trabalho é dividido da seguinte forma: o primeiro capítulo aborda a história do cinema desde sua invenção até o final da Guerra Fria, com o objetivo de apresentar ao leitor o desenvolvimento da indústria cinematográfica em Hollywood ao longo do século XX, bem como sua consolidação como uma das mais lucrativas do mundo. O capítulo apresenta as estratégias utilizadas pelo governo dos Estados Unidos para impulsionar a indústria cinematográfica do país e torná-la o maior mercado de exportação de filmes do mundo.

No segundo capítulo deste trabalho, são exploradas as consequências decorrentes da hegemonia de Hollywood e o modo como isso influenciou não somente a população dos Estados Unidos, mas também a população global. A partir da consolidação de Hollywood como centro de produção cinematográfica mundial, houve a criação de um padrão cultural difundido por meio da tela grande, que ajudou a forjar um estilo de vida almejado por pessoas de diferentes partes do planeta. Esse modelo cultural ficou conhecido como "Sonho Americano" e o "American Way of Life". Através do cinema, as mensagens culturais e

ideológicas promovidas por Hollywood, muitas vezes por meio de estereótipos e representações simplistas, foram difundidas pelo mundo. Isso criou uma imagem da cultura norte-americana que, embora em muitos casos distante da realidade, acabou sendo internalizada e incorporada pelos indivíduos como um referencial. Assim, a análise crítica do legado cultural deixado por Hollywood é fundamental para se compreender o modo como valores, hábitos e comportamentos são construídos e disseminados.

No terceiro e último capítulo, analiso o conceito de Hegemonia Cultural proposto por Antonio Gramsci, e apresentado a contribuição teórica do filósofo italiano para o tema deste trabalho. Neste capítulo, é feita uma análise do papel das instituições na formação intelectual e crítica do indivíduo, sob a perspectiva de Gramsci. A partir dessa análise, são exploradas as implicações da hegemonia cultural norte-americana na difusão de valores e ideologias pelo mundo, com destaque para o papel do cinema hollywoodiano nesse processo. Através das lentes de Gramsci, o cinema pode ser visto como um dos principais canais utilizados pelo Estado norte-americano para difundir sua cultura e consolidar sua posição de hegemonia no sistema internacional. Ao retratar a vida e a cultura dos Estados Unidos de maneira glamourosa e idealizada, o cinema hollywoodiano ajudou a estabelecer um imaginário coletivo que, em última instância, contribuiu para a consolidação da hegemonia norte-americana.

2 HOLLYWOOD E A INDÚSTRIA DO CINEMA

Seja como uma expressão da arte ou como tecnologia, o cinema é uma das formas de entretenimento mais populares de todos os tempos, além de ser uma das indústrias mais lucrativas do mundo¹. Alguns dos primeiros dispositivos cinematográficos começaram a ser explorados na década de 1890, quase simultaneamente, nos Estados Unidos, França,

¹ O mercado global de entretenimento ultrapassou a marca de US\$ 100 bilhões pela primeira vez na história em 2019. A Motion Picture Association divulgou um novo relatório sobre a bilheteria internacional e o mercado de entretenimento doméstico, mostrando que a indústria atingiu US\$ 101 bilhões em 2019. O relatório afirma que a bilheteria arrecadou US\$ 42,2 bilhões em todo o mundo e que o entretenimento doméstico/móvel corresponde a US\$ 58,8 bilhões em todo o mundo. Embora o entretenimento doméstico tenha gerado mais receita do que em anos anteriores, o relatório descobriu que 76% da população dos EUA e do Canadá foram ao cinema pelo menos uma vez no ano em 2019. O crescimento digital foi essencial para o entretenimento doméstico, impulsionando 14% do crescimento geral. Os dados de visualização mostram que 85% das crianças e 55% dos adultos agora estão consumindo programas de TV e filmes em dispositivos móveis (Forbes, 2020).

Alemanha e Grã-Bretanha. Em vinte anos, o cinema tinha se espalhado por todos os cantos do mundo. A indústria foi se encaminhando para o estrelato, desenvolvendo uma tecnologia sofisticada e distribuindo aos centros urbanos ao redor do globo a forma mais popular de entretenimento já vista, atraindo a atenção de empreendedores, artistas, cientistas e políticos (NOWELL-SMITH, 1996).

Além de ser algo voltado para o entretenimento, os filmes podem ser utilizados para vários propósitos, como para a educação, propaganda e pesquisas científicas. Por se tratar de uma expressão artística tão popular, o cinema tem estado constantemente à mercê de forças que fogem do seu controle, ao mesmo tempo que, por sua vez, tem o poder de influenciar a história.

A máquina cinematográfica não caiu do céu. Em quase todos os países europeus e nos Estados Unidos no fim do século XIX foram-se acentuando as pesquisas para a produção de imagens em movimento. É a grande época da burguesia triunfante; ela está transformando a produção, as relações de trabalho, a sociedade, com a Revolução Industrial; ela está impondo seu domínio sobre o mundo ocidental, colonizando uma imensa parte do mundo que posteriormente viria a chamar-se Terceiro Mundo (BERNARDET, 2001, np).

Os Estados Unidos foram – e continuam sendo até hoje – portadores da maior indústria de cinema do mundo. Segundo dados da Motion Picture Association (MPA), em 2019 a indústria de cinema dos Estados Unidos e Canadá gerou um total de US\$ 11,4 bilhões em receita de bilheteria, sendo a maior indústria de cinema do mundo em termos de receita. Além disso, de acordo com o site Box Office Mojo, em 2020, apesar da pandemia de COVID-19, o mercado norte-americano de cinema gerou US\$ 2,2 bilhões em receita de bilheteria. De acordo com o mesmo relatório da Motion Picture Association (MPA) de 2019, a receita de bilheteria internacional foi de US\$ 31,1 bilhões. Essa receita internacional representa cerca de 73% da receita global da indústria cinematográfica norte-americana². Portanto, pode-se afirmar que os Estados Unidos continuam sendo portadores da maior indústria de cinema do mundo, tanto em termos de receita quanto em influência cultural. Por saber proteger muito bem a sua indústria e por possuir uma vigorosa política de exportação, os americanos adquiriram uma posição dominante no mercado internacional às vésperas da

² Dados disponíveis em: <https://www.motionpictures.org/research-docs/2019-theme-report/>

Primeira Guerra Mundial. Durante a guerra, enquanto a Europa desmoronava, o cinema norte-americano continuava a se desenvolver, originando novas tecnologias e se consolidando, tomando as rédeas da indústria cinematográfica (NOWELL-SMITH, 1996).

Hollywood se tornou líder tanto artisticamente como industrialmente. Isso porque esses dois aspectos eram inseparáveis. Os filmes de Hollywood se destacavam por possuir uma narrativa mais cativante, efeitos visuais mais grandiosos, e o modo como os atores eram considerados "estrelas" facilitou para que se prestasse mais atenção na atuação. Quando não tinham os recursos necessários, buscavam tecnologias e artistas da Europa para estabilizar sua posição no topo da competição. O mundo se dividia em dois lados: o lado que aprendia com Hollywood; e o lado que vivia da audiência que continuava a usufruir dos produtos que Hollywood não conseguia oferecer³. Nada disso teria acontecido sem a tecnologia, portanto o cinema é tanto uma forma artística única quanto um caráter tecnológico (NOWELL-SMITH, 1996).

2.1 O Surgimento da Indústria Cinematográfica nos Estados Unidos

A invenção do cinema e das imagens em movimento é quase sempre associada com a figura de Thomas Edison, entretanto, essas tecnologias foram produzidas por um time de técnicos que trabalhavam em seu laboratório em West Orange, Nova Jersey, supervisionados por um rapaz inglês chamado William Kennedy Laurie Dickson. Dickson e seus companheiros começaram a trabalhar com imagens em movimento em 1889 e por volta de 1893 tinham construído o cinetógrafo, (uma espécie de câmera grande) e o cinetoscópio (que possuía um sistema de engrenagem para uma tira de 15m de película de celulóide e permitia a observação através de um furo). Edison foi creditado na invenção do cinetoscópio, embora a maior parte do trabalho tenha sido feita por Dickson e os outros técnicos (NOWELL-SMITH, 1996).

³ Isto é, filmes independentes e internacionais muitas vezes têm mais liberdade criativa para explorar ideias e conceitos não convencionais, o que pode levar a filmes mais inovadores e originais. Esses filmes não se enquadram nos moldes tradicionais de Hollywood e podem fornecer uma experiência única e desafiadora.

Thomas Edison obteve mais de mil patentes⁴ nos Estados Unidos. Pelo fato de Edison ter registrado tantas patentes, inclusive na criação de filmes e a tecnologia empregada para as salas de cinema, ele convenceu outros detentores de patentes a criar uma empresa chamada Motion Picture Patent Company (MPPC), onde seus membros só venderiam seus produtos a quem fizesse parte dessa associação. O MPPC controlava as patentes de câmera de cinema, produção de rolo de filme, os estúdios que faziam esses filmes e os seus projetores. Dessa forma, a empresa tinha também a imposição de acordos de licenciamento com distribuidores e teatros, determinando quem exibiria os filmes e onde seriam exibidos. (NOWELL-SMITH, 1996).

Nos Estados Unidos, no início do século XX, aqueles que sonhavam em lucrar com o cinema precisavam, portanto, se submeter à MPPC. Essa empresa reunia todos os setores da indústria cinematográfica, e era composta pelos principais grupos de cada ramo. O Trust, que era como os membros apelidaram a empresa, funcionava como uma “camisa de força” econômica. Os exibidores ou produtores interessados em comprar equipamentos ou filmes eram obrigados a adquiri-los de representantes dos direitos da MPPC. Além disso, eram cobradas taxas semanais sobre a utilização dos equipamentos (projetores, câmeras, etc.) (NOWELL-SMITH, 1996).

A história do cinema é marcada por muitas disputas de patentes, acusações de plágio e práticas comerciais questionáveis, especialmente nas primeiras décadas do século XX. O caso de "Viagem à Lua" é um exemplo disso e mostra como os direitos autorais eram pouco protegidos na época. Existem relatos de que, em 1902, representantes de Thomas Edison subornaram o dono de um teatro em Londres, para que assim pudessem conseguir de forma ilegal uma cópia do filme “Viagem à Lua”, do diretor George Méliès, depois do diretor ter

⁴ Uma patente no campo jurídico é um direito exclusivo concedido pelo governo a um inventor ou titular de uma invenção para impedir outras pessoas de fabricar, usar, vender ou importar a invenção sem autorização. Em outras palavras, uma patente é uma forma de propriedade intelectual que garante ao inventor o direito de controlar a exploração comercial de sua invenção por um determinado período de tempo. Para obter uma patente, o inventor deve apresentar uma solicitação detalhada da invenção ao escritório de patentes competente e demonstrar que a invenção é nova, não óbvia e útil. Se a solicitação for aceita, o inventor receberá uma patente que lhe concede o direito exclusivo de explorar comercialmente a invenção por um período determinado, geralmente de 20 anos a partir da data de depósito da solicitação.

recusado vender os direitos do filme para Edison. Tendo essa cópia em mãos, Edison fez centenas de outras cópias do filme para revender sem o consentimento de seu criador. Méliès só descobriu o que havia acontecido quando viajou para os Estados Unidos em 1903 e percebeu que o seu filme estava sendo exibido em cinemas sem a sua autorização e sem que ele recebesse os lucros da distribuição. Enquanto a empresa de Thomas Edison lucrava sem parar com a distribuição do filme nos Estados Unidos, Méliès foi à falência. É importante ressaltar que, naquela época, a indústria cinematográfica ainda estava em sua infância e haviam poucas leis e regulamentos sobre direitos autorais. Muitas empresas de cinema, incluindo a Edison Manufacturing Company, muitas vezes adaptavam ou copiavam filmes sem obter permissão dos criadores originais. Entretanto, a MPPC era conhecida por ter práticas controversas e fiscalizavam rigorosamente qualquer pessoa que lucrava com filmes sem o consenso de Edison. Tendo conhecimento de sua fama, muitos da indústria do cinema conhecidos como independentes, escolheram fugir da empresa de Thomas Edison e da enorme burocracia que pairava no momento (CLEE, 2005).

Em busca de um clima ameno e barato para filmagens, os produtores de cinema se mudaram para a costa oeste dos Estados Unidos, especificamente para a região de Los Angeles, na Califórnia. Lá, eles encontraram um clima ensolarado e uma grande variedade de cenários naturais que podiam ser usados para filmar. Além disso, a distância geográfica de Los Angeles em relação a Nova York, onde ficavam as principais empresas cinematográficas, permitia que os produtores independentes trabalhassem sem a interferência de grandes empresas, como a Motion Picture Patent Company de Thomas Edison (CLEE, 2005).

O primeiro estúdio de cinema em Hollywood foi inaugurado em 1911 pela Nestor Company, e outros estúdios começaram a se estabelecer na região ao longo da década de 1910. H. J. Whitley foi um dos principais personagens responsáveis pela criação da indústria cinematográfica em Hollywood, que se tornou uma das mais importantes do mundo. Conhecido como o "Pai de Hollywood", ele foi um dos primeiros a reconhecer o potencial da região para a produção de filmes, além de ter sido um importante empreendedor imobiliário. Foi durante sua atuação como empreendedor imobiliário que Whitley teve a ideia de criar um centro para a produção de filmes em Hollywood. A região era considerada uma área rural,

pouco explorada e com terras baratas, o que a tornava ideal para o estabelecimento de estúdios de cinema. Além disso, a proximidade com Los Angeles, um importante centro urbano, era uma vantagem para a distribuição dos filmes. Com o objetivo de atrair produtores de cinema para a região, Whitley investiu em infraestrutura e publicidade. Ele organizou excursões para produtores de cinema visitarem a área, construiu hotéis para acomodá-los e promoveu eventos para divulgar as possibilidades da região. Graças aos seus esforços, Hollywood se tornou rapidamente o centro da produção cinematográfica dos Estados Unidos e, posteriormente, do mundo. Grandes estúdios, como a Paramount e a Warner Bros, foram estabelecidos na região, atraindo atores e atrizes famosos e contribuindo para o desenvolvimento de uma cultura cinematográfica única (CLEE, 2005).

Hollywood, a primeira grande indústria a exportar a cultura popular norte-americana, trabalhou com ferramentas de marketing (com apoio econômico e político) que estimularam o consumo, tanto dentro do país como fora, de filmes e produtos (ideológicos e bens de consumo). O local chamou a atenção dos cineastas em meados do século XX por seu clima ameno e o sol durante quase o ano inteiro, possibilitando que fossem feitas filmagens externas durante todas as estações. Atualmente, o termo Hollywood é utilizado não apenas para se referir aos filmes produzidos nesse local, mas para tratar de todos os filmes de origem norte-americana. Segundo Finler (2003), uma das características hollywoodianas é o zelo pela perfeição. As cenas são editadas até que saiam da maneira mais perfeita possível. A iluminação, as cores, a continuidade, a fala, os movimentos, tudo deve estar na tela sem nenhuma imperfeição. Tudo está intencionalmente posicionado, cada movimentação de câmera tem o objetivo de ressaltar determinado elemento da cena.

2.2 A Expansão de Hollywood

Nos primeiros vinte anos de sua existência o cinema se desenvolveu rápido. O que em 1895 era uma mera novidade, por volta de 1915 tinha se estabelecido como indústria. Os primeiros filmes eram um pouco mais que fotos que se moviam, com menos de um minuto de duração e continham uma única tomada. Entre 1914 e 1916, com o desenrolar da Primeira Guerra Mundial, a indústria cinematográfica norte-americana começaria a estabelecer sua

hegemonia econômica nos mercados internacionais, principalmente nos países ocidentais (NOWELL-SMITH, 1996).

A expansão veio com a Primeira Guerra Mundial, que definitivamente selou a hegemonia americana, pelo menos se tratando do mainstream. Antes da guerra, o cinema europeu dominava o mercado internacional, com a França, Itália e Dinamarca sendo os grandes exportadores. Durante a Primeira Guerra Mundial, a indústria cinematográfica dos Estados Unidos teve um papel importante na propaganda de guerra e no apoio à causa dos Aliados. O governo americano criou o Comitê de Informação Pública, que era responsável por gerenciar a propaganda de guerra e censurar a imprensa. Esse comitê também tinha a tarefa de produzir filmes que apoiassem a causa dos Aliados e retratassem os inimigos da guerra de forma negativa. Os filmes de guerra eram muito populares entre o público americano, e muitos estúdios de cinema aproveitaram a oportunidade para produzir filmes que apoiavam a causa da guerra. Os filmes de guerra também ajudaram a estabelecer a reputação do cinema americano como uma forma de entretenimento de massa. Além disso, a guerra teve um grande impacto na produção cinematográfica dos Estados Unidos. Como resultado, os estúdios americanos se tornaram cada vez mais dependentes do mercado internacional para sustentar sua indústria. Isso levou ao aumento da exportação de filmes americanos para a Europa e outros mercados internacionais, o que ajudou a estabelecer a indústria cinematográfica americana como uma força global (NOWELL-SMITH, 1996).

O artigo "A Propaganda da Violência: Filmes de Guerra de Hollywood no Início do Século XX" de Tom Burns discute a representação da guerra em filmes produzidos em Hollywood nas primeiras décadas do século XX. O autor argumenta que esses filmes eram usados como forma de propaganda para promover a guerra como uma ação justa e necessária, e para influenciar a opinião pública a favor do envolvimento dos Estados Unidos em conflitos militares. Burns analisa diversos filmes de guerra produzidos entre 1914 e 1929, incluindo *The Birth of a Nation* (1915), *Wings* (1927), entre outros. Ele observa que esses filmes retratavam a guerra como um empreendimento heróico e glorioso, com soldados valentes e patrióticos lutando pelo bem de seu país. No entanto, Burns também destaca que esses filmes ignoravam os horrores da guerra, como a violência, o sofrimento e a morte, e retratavam os

inimigos como vilões unidimensionais e sem humanidade. Ele argumenta que essa representação idealizada da guerra era usada como propaganda para incentivar a adesão do público aos esforços de guerra do governo e promover o nacionalismo. Além disso, o autor discute como esses filmes também retratavam a guerra como uma oportunidade para o crescimento econômico e o avanço tecnológico, destacando os benefícios econômicos e industriais da guerra. Ele também observa como a representação de mulheres nos filmes de guerra era usada para promover a ideia de que as mulheres tinham um papel importante na manutenção da moral dos soldados e no apoio à guerra em casa.

Era, obviamente, impossível fazer um filme de combate fictício sem retratar americanos morrendo em batalha, porém o modo como essas imagens foram retratadas podem ter sido manipuladas. O que pode ser chamado de "morte-limpa de Hollywood" foi, como resultado, notavelmente limpa e livre de sofrimento: sem sangue, desmembramento ou feridas abertas. Na tela, os gritos de agonia deram lugar a discursos corajosos. Nenhum filme feito durante a guerra poderia mostrar um soldado desmoronando emocionalmente sob o estresse da batalha, embora mais de um milhão de soldados americanos - ou mais de três vezes o número de homens mortos em combate - sofressem problemas psiquiátricos que os debilitavam por algum tempo (BURNS, p. 8, 2010).⁵

Durante a primeira metade do século XX, a indústria cinematográfica americana se estabeleceu como a mais importante do mundo. A popularidade dos filmes de Hollywood em outros países fez com que o governo dos Estados Unidos tomasse medidas para proteger e manter a Hegemonia Cultural do país. Uma das principais estratégias adotadas pelo governo americano foi a criação do Código Hays⁶, em 1930. Esse código estabeleceu normas de conduta para a produção de filmes, com o objetivo de evitar a exibição de conteúdos

⁵ It was, of course, impossible to make a fictional combat film without portraying Americans dying in battle, but how these images were portrayed might be manipulated. What may be called "the Hollywood battle-death" was, as a result, remarkably clean and free of suffering: no blood, dismemberment or gaping wounds. On the screen, screaming in agony gave way to brave last words. Nor could any film made during the war show a soldier emotionally falling apart under the stress of battle, although more than a million American soldiers — or more than three times the number of men killed in combat — suffered psychiatric problems that debilitated them for some time (BURNS, p. 8, 2010)

⁶ O código foi elaborado pela Associação de Produtores e Distribuidores de Filmes (Motion Picture Producers and Distributors Association, ou MPPDA) e recebeu o nome de Will H. Hays, que liderou a associação de 1922 a 1945. O objetivo do código era evitar a representação de conteúdos considerados controversos ou ofensivos, como nudez, violência, drogas, blasfêmia e qualquer tipo de comportamento sexual fora do casamento. O código não era uma lei, mas sim um acordo voluntário entre os estúdios de cinema e a MPPDA, que se comprometiam a seguir as regras e submeter seus filmes à análise de um comitê de censura. Filmes que desobedeciam às normas do código poderiam ser censurados ou mesmo proibidos de exibição. O Código Hays vigorou até 1968, quando foi substituído pelo sistema de classificação indicativa, que classifica os filmes de acordo com a idade recomendada para o público, sem impor restrições à temática ou ao conteúdo.

considerados imorais ou ofensivos, como nudez e violência explícita. Essas normas contribuíram para consolidar a imagem de Hollywood como uma indústria responsável e moralmente correta (ÁVILA, 2018).

O governo americano também adotou medidas para controlar a distribuição e exportação de filmes. Uma das principais medidas foi a imposição de cotas de importação para filmes estrangeiros, o que limitava a quantidade de filmes que podiam ser exibidos nos cinemas americanos. Essas cotas foram estabelecidas em 1922 pelo Ato de Tarifas Fordney-McCumber⁷, que estabeleceu que os estúdios americanos deveriam exibir pelo menos 75% de filmes produzidos nos Estados Unidos. Além disso, o governo americano também impôs uma série de restrições à exportação de filmes americanos para outros países. Em alguns casos, os governos estrangeiros também impuseram suas próprias restrições à exibição de filmes americanos em seus territórios. Em resposta a essas restrições, os estúdios de Hollywood começaram a produzir filmes adaptados a diferentes mercados estrangeiros, com a edição de cenas que pudessem ser consideradas ofensivas ou inapropriadas em determinados países.

Durante a Grande Depressão, a indústria cinematográfica de Hollywood enfrentou dificuldades significativas. A queda na renda disponível dos espectadores levou a uma redução na frequência do público aos cinemas, causando um declínio nas receitas de bilheteria. Além disso, a introdução do Código Hays de Produção em 1934, que impôs uma série de restrições à representação de temas como sexo, violência e crime nos filmes, limitou a liberdade criativa dos cineastas (ÁVILA, 2018). No entanto, Hollywood ainda era capaz de

⁷ O Ato de Tarifas Fordney-McCumber foi uma lei aprovada pelo Congresso dos Estados Unidos em 1922, durante a administração do presidente Warren G. Harding. Essa lei estabeleceu uma série de tarifas alfandegárias sobre produtos importados para os Estados Unidos, incluindo filmes. O objetivo principal era proteger a indústria americana de produtos estrangeiros e incentivar a produção nacional. Em relação aos filmes, a lei estabeleceu que os estúdios americanos deveriam exibir pelo menos 75% de filmes produzidos nos Estados Unidos. Isso significava que os cinemas americanos teriam que limitar a exibição de filmes estrangeiros. Essa restrição foi vista como uma forma de proteger a indústria cinematográfica americana e aumentar seu domínio no mercado nacional. Ao limitar a concorrência de filmes estrangeiros, os estúdios americanos conseguiram aumentar seus lucros e consolidar sua posição como a principal indústria cinematográfica do mundo. O Ato de Tarifas Fordney-McCumber teve um impacto significativo na indústria cinematográfica americana e na distribuição de filmes em todo o mundo. Ele ajudou a criar as bases para a implementação de outras políticas de controle de exportação e distribuição de filmes americanos, que permitiram que Hollywood se tornasse uma força cultural dominante em todo o mundo (Comitê de Finanças do Senado dos Estados Unidos, 1922).

produzir filmes populares que atraíam grandes audiências, como os musicais e as comédias românticas que proporcionaram escapismo e diversão ao público. Os estúdios também aproveitaram a oportunidade para produzir filmes que refletiam a situação econômica e social da época, como *Os Inconquistáveis* (1939) de Frank Capra, que apresenta a história de um homem comum lutando contra as injustiças do sistema financeiro. Outro aspecto importante foi a introdução de novas tecnologias, como o som⁸ e o uso do Technicolor⁹. O som permitiu a produção de filmes musicais e a inclusão de diálogos falados, enquanto o Technicolor permitiu a produção de filmes em cores vibrantes, tornando a experiência cinematográfica ainda mais imersiva (CUNHA, 2017).

A aplicação da Lei Antitruste¹⁰ na indústria cinematográfica dos Estados Unidos teve um grande impacto no mercado de cinema do país. Na década de 1940, as grandes empresas de estúdio de Hollywood, como a Paramount, a MGM, a Warner Bros e a 20th Century Fox, detinham grande controle sobre a produção, distribuição e exibição de filmes. Essas empresas de estúdio usavam táticas anti competitivas para manter seu poder no mercado, como a prática do *block booking*, que exigia que os cinemas comprassem uma série de filmes de uma mesma empresa de estúdio para ter acesso a um filme de grande sucesso. Além disso, as empresas de estúdio também possuíam suas próprias redes de cinemas, o que garantia a exibição de seus filmes em detrimento dos concorrentes (CARBONERA, 2020).

Em 1948, a Suprema Corte dos Estados Unidos emitiu a "Decisão Paramount", que

⁸ O primeiro filme sonoro de grande sucesso e amplamente reconhecido foi *O Cantor de Jazz* (*The Jazz Singer*), lançado em 6 de outubro de 1927. O filme, estrelado por Al Jolson, marcou a transição do cinema mudo para o cinema sonoro.

⁹ A primeira exibição comercial de um filme Technicolor ocorreu em 1922, com o curta-metragem "*The Toll of the Sea*". No entanto, foi na década de 1930 que o Technicolor ganhou destaque e se tornou amplamente utilizado na indústria cinematográfica.

¹⁰ A Lei Antitruste, também conhecida como Lei Sherman Antitruste, é uma lei dos Estados Unidos promulgada em 1890 que proíbe atividades que restrinjam o comércio e impeçam a livre concorrência no mercado. A lei recebeu esse nome em homenagem ao seu autor, o senador John Sherman, que a apresentou ao Congresso americano. A lei estabelece que é ilegal qualquer acordo ou prática comercial que restrinja a livre concorrência no mercado ou que leve à criação de monopólios. A lei também proíbe fusões e aquisições que resultem em concentração excessiva de poder de mercado em uma determinada indústria. O objetivo dessa lei é proteger a livre concorrência e garantir que os consumidores tenham acesso a uma ampla variedade de produtos a preços justos. Além disso, visa promover a inovação e a eficiência econômica, incentivando a competição entre empresas. Desde a sua promulgação, a Lei Antitruste tem sido amplamente utilizada pelo Departamento de Justiça dos Estados Unidos e pela Comissão Federal de Comércio para combater práticas anticompetitivas e monopólios em diversos setores da economia, incluindo tecnologia, energia, saúde e transporte, entre outros (Comissão Federal de Comércio, s.d.).

proibiu as práticas de "block booking" e a propriedade de cinemas pelas empresas de estúdio. Essa decisão permitiu que os cinemas tivessem mais liberdade para escolher os filmes que desejavam exibir, e as empresas de estúdio passaram a competir diretamente entre si. A aplicação da Lei Antitruste também levou à dissolução das grandes empresas de estúdio, que tiveram que se separar de suas redes de cinemas. Isso permitiu o surgimento de novas empresas de distribuição e exibição de filmes, o que ajudou a diversificar o mercado e a ampliar a oferta de filmes. Portanto, a aplicação da Lei Antitruste teve como objetivo limitar o poder das empresas de estúdio de Hollywood, garantindo a livre concorrência e aumentando a diversidade no mercado de cinema (ÁVILA, 2018).

A criação da Motion Picture Export Association¹¹, em 1945, foi mais uma estratégia importante, pois tinha como objetivo promover e facilitar a exportação de filmes americanos para outros países. A associação estabeleceu acordos com governos estrangeiros para facilitar a importação de filmes de Hollywood e também investiu em campanhas publicitárias para promover a imagem do cinema americano em outros países. Essas estratégias do governo dos Estados Unidos foram fundamentais para garantir a Hegemonia Cultural da indústria cinematográfica americana no mundo. Embora tenha havido resistência e críticas a essa dominação cultural, a influência do cinema de Hollywood continuou a crescer e a moldar a cultura popular em diversos países ao redor do mundo até os dias de hoje (ÁVILA, 2018).

Após a Segunda Guerra Mundial, a dominação americana na indústria cinematográfica era indiscutível. Nesse período, cerca de 90% do capital do cinema na Grã-Bretanha veio dos Estados Unidos. A França, buscando proteger sua própria produção e distribuição, propôs restrições à importação de filmes, entretanto um acordo para ajudar os Estados Unidos a se recuperar do pós-guerra bloqueou a medida. Na verdade, os franceses não estariam dispostos a ajudar se o acesso a filmes de grandes empresas fosse restrito. A

¹¹ A Motion Picture Export Association (MPEA) foi uma organização criada em 1948 pelas principais empresas de cinema dos Estados Unidos, como a Paramount, a MGM, a 20th Century Fox, a Warner Bros. e a RKO, para controlar a distribuição e a exibição de filmes americanos em todo o mundo. A MPEA operou como um cartel, estabelecendo políticas comuns em relação à fixação de preços, às cotas de importação e às condições de distribuição, com o objetivo de maximizar os lucros e garantir a hegemonia cultural dos Estados Unidos. A MPEA também desenvolveu estratégias de marketing agressivas para promover os filmes americanos, como a criação de festivais de cinema, o patrocínio de programas de televisão e a distribuição de brindes promocionais. A organização se dissolveu em 1975, depois que o governo dos Estados Unidos acusou as empresas de violar as leis antitruste.

retórica dos EUA de ajuda aos países em guerra parece ainda mais irônica, considerando que a guerra é um importante impulsionador do capitalismo no país. Embora o sucesso econômico dos Estados Unidos decorra de certas circunstâncias históricas e geográficas, o país sempre contou com o financiamento de mercados estrangeiros. É importante lembrar que o crescimento do capital econômico está sendo financiado pelos próprios países em que os EUA impõem sua vontade de explorar (ÁVILA, 2018).

O cinema era utilizado também pelo governo dos Estados Unidos como um instrumento para levar mensagens de ânimo e manter os oficiais envolvidos na Segunda Guerra Mundial atualizados dos acontecimentos. O governo preocupado com questões psicológicas enviava, através dos filmes, mensagens de motivação, o cinema era amplamente utilizado como um instrumento educativo e para informar as tropas sobre a Alemanha que começava a ser ocupada (FURTADO, 1991 apud ÁVILA, p. 75)

2.3 A Era de Ouro em Hollywood e o Studio System

Durante os anos 40 e 50, Hollywood teve grande sucesso com seus filmes e muitos consideram essa era como a Era de Ouro do cinema americano. No entanto, após a Segunda Guerra Mundial, os estúdios de Hollywood passaram a enfrentar uma série de dificuldades financeiras. A indústria cinematográfica sofreu uma drástica queda na bilheteria¹², segundo dados de Hillier (1992, p. 13), em 1946 a média de público semanal nos Estados Unidos era de 90 milhões, mas esse valor diminuiu continuamente até a década de 1970, atingindo 60 milhões nos anos 1950, 40 milhões na década de 1960 e 17 milhões em 1970. Embora a concorrência da televisão, que se popularizou nos anos 1940 e 1950, tenha sido a explicação mais comumente aceita para a crise de Hollywood, com um aumento significativo de aparelhos de televisão nos Estados Unidos, passando de 14.000 em 1947 para 32 milhões em 1954 (HILLIER, 1992, p. 13), essa explicação isolada para as dificuldades enfrentadas pela indústria durante quase vinte anos é considerada insuficiente.

A década de 1950 também marcou a introdução do sistema de estúdios independentes, que permitiu aos produtores de filmes mais controle criativo e financeiro sobre suas

¹² Jim Hillier aponta que, apesar da redução de 73% das audiências entre 1946 e 1962, o valor arrecadado com as bilheterias caiu apenas 48%, devido ao aumento no preço dos ingressos, que passaram de 25 centavos na década de 1940 para 1 dólar duas décadas depois (HILLIER, 1992, p. 13).

produções. Isso deu origem a uma série de filmes mais ousados e inovadores, que ajudaram a mudar a forma como os filmes eram produzidos e consumidos. No entanto, nesse mesmo período, o *Studio System* (sistema de estúdio)¹³ começou a entrar em colapso, devido a mudanças na indústria e à pressão antitruste do governo dos Estados Unidos. Um elemento central do período do *Studio System* era a censura. Desde o início do cinema como meio de entretenimento em massa existia uma preocupação, principalmente por parte de setores ligados à Igreja, de que os filmes pudessem estar corrompendo a sociedade, apresentando uma série de valores e ideias que não eram aqueles característicos não só de um cristão, mas também do homem norte-americano (DA SILVA, 2016). Por essa razão, o *Studio System* censurava elementos considerados "inapropriados" para o público em geral, como sexualidade, violência, política e linguagem. A censura era realizada pelo Código Hays, que estabeleceu as normas morais e éticas para a produção de filmes. O *Studio System* controlava a produção, distribuição e exibição de filmes, tornando-se um poderoso regulador da indústria cinematográfica de Hollywood. Apesar disso, algumas produções ainda conseguiam escapar da censura, trazendo à tona temas polêmicos e controversos.

As dificuldades experimentadas por Hollywood nos anos 1950 e 1960 apresentavam razões não apenas econômicas, mas também dimensões sociais e políticas. Somada à popularização da televisão, ocorreu uma mudança no estilo de vida norte-americano. Após o fim da Segunda Guerra Mundial, diversas famílias rumaram para os subúrbios para constituírem seus lares. Isso afetou diretamente a indústria cinematográfica, uma vez que as principais e mais lucrativas salas de cinema do país se encontravam nas cidades. Entre 1948 e 1954, mais de 3.000 cinemas fecharam nos Estados Unidos, a maioria deles em localidades urbanas (HILLIER, 1992).

¹³ O *Studio System*, que dominou Hollywood desde os anos 1930 até o final da década de 1940, sempre teve como objetivo principal a obtenção de lucro financeiro na produção cinematográfica. Esse sistema funcionava como uma linha de montagem de automóveis, onde a produção, direção, roteiro, distribuição e comercialização eram processos independentes que se uniam para entregar o produto final. Todos esses processos eram supervisionados pelos executivos dos grandes estúdios. No entanto, o advento da televisão na década de 1950 foi o primeiro golpe sofrido pelo sistema de estúdio, já que grande parte dos espectadores passou a assistir filmes em casa, em vez de ir ao cinema. Após a queda da lei que garantia o sistema, Hollywood teve que se reinventar, produzindo filmes de grande orçamento, épicos e espetaculares, como forma de competir com a televisão. A inovação do *widescreen* foi uma das estratégias adotadas para atrair o público de volta ao cinema (AICINEMA, 2021).

Outro fator importante foi a recuperação dos países europeus e suas indústrias cinematográficas na condição do pós-guerra. Após anos tendo seus cinemas exibindo majoritariamente filmes norte-americanos, os governos europeus começaram a criar barreiras à entrada dos longas-metragens dos Estados Unidos. Sendo assim, os estúdios também diminuíram sua arrecadação com a distribuição internacional (DA SILVA, 2016).

Ainda na década de 1950, investigações do Comitê para Atividades Antiamericanas (House Un-American Activities Committee - HUAC), comissão do Congresso dos Estados Unidos comandada pelo Senador Joseph McCarthy, foram responsáveis por criar um clima de tensão e medo dentro da indústria cinematográfica norte-americana. As averiguações do Comitê levaram a criação de uma “lista negra” de diversos profissionais que foram acusados de simpatizarem com a ideologia comunista. Nesse breve intervalo de tempo entre 1948 e meados da década de 1950, um dos maiores temores dos executivos de Hollywood se realizou duas vezes. Através do Decreto Paramount e das investigações do Comitê para Atividades Antiamericanas, o governo federal interveio diretamente na indústria cinematográfica norte-americana (DA SILVA, 2016).

As inúmeras dificuldades financeiras enfrentadas por Hollywood entre as décadas de 1940 e 1950, levaram à busca de soluções para a crise. Diversas estratégias foram adotadas para recuperar o hábito do público de ir ao cinema, sendo uma delas a busca pela diferenciação em relação à televisão. Nesse sentido, novas tecnologias foram desenvolvidas, como o 3D e o Cinemascope¹⁴, que buscavam proporcionar uma experiência única ao espectador. Outras mudanças significativas também ocorreram na forma de produção e organização da indústria cinematográfica. Houve uma interação maior entre o cinema e a televisão, com muitos atores e diretores trabalhando em ambos os meios. Isso contribuiu para

¹⁴ O Cinemascope é um processo de filmagem e exibição de filmes widescreen, que surgiu na década de 1950 como uma resposta à competição da televisão e da necessidade de oferecer uma experiência cinematográfica mais imersiva e diferenciada. Esse formato de tela foi criado através da utilização de lentes anamórficas que ampliavam a imagem horizontalmente, permitindo que mais informações fossem apresentadas na tela. O Cinemascope também envolveu a adoção de novos formatos de projeção e de som estéreo, a fim de melhorar a qualidade e a imersão da experiência cinematográfica. Com o Cinemascope, os filmes passaram a ser exibidos em telas muito mais largas do que as convencionais, com proporções que variavam de 2,35:1 a 2,55:1. (BARR, 1963)

a popularização de um novo método de atuação, mais naturalista e próximo da realidade (DA SILVA, 2016).

Durante a era de transição entre o sistema de estúdios e a Nova Hollywood, uma das mudanças mais significativas ocorreu devido às dificuldades financeiras enfrentadas pelas companhias cinematográficas. Muitas dessas empresas foram adquiridas ou fundidas a grandes conglomerados, como observou o cineasta Martin Scorsese (citado por WILSON, 2004, p.16): "Em 1946, Hollywood havia atingido seu auge. Duas décadas depois, quando abracei a profissão de cineasta, o sistema de estúdios havia desmoronado e as companhias haviam sido absorvidas por enormes corporações".

Os estúdios de Hollywood, especialmente os *majors*¹⁵, continuaram a desempenhar um papel importante na indústria cinematográfica mesmo após a crise dos anos 50 e 60. No entanto, o seu perfil e atuação sofreram alterações significativas. Em vez de atuarem como companhias independentes e desempenharem as funções de produtor, distribuidor e exibidor, eles se tornaram parte de conglomerados. Isso significa que suas decisões já não ficavam apenas nas mãos dos chefes de produção, mas também eram influenciadas pelo conselho da empresa-mãe em Nova York. Ainda assim, com exceção do RKO, todos os principais estúdios continuam a produzir obras importantes até os dias atuais (DA SILVA, 2016).

Durante a Era de Ouro de Hollywood, muitos atores e diretores produziram obras importantes que se tornaram referências para os realizadores da Nova Hollywood. Um dos maiores expoentes dessa época foi Alfred Hitchcock, que lançou neste período algumas de suas mais conhecidas obras, como *Janela Indiscreta* (1954), *Um Corpo que Cai* (1958), *Intriga Internacional* (1959) e *Psicose* (1960). Além disso, as parcerias entre Marlon Brando e o diretor Elia Kazan, que influenciaram uma grande quantidade de atores e cineastas da geração dos anos 1960, também foram realizadas nesse momento, como *Uma Rua Chamada Pecado* (1951) e *Sindicato de Ladrões* (1954). Esse foi também o momento de filmes estrelados por

¹⁵ "Majors" é um termo utilizado na indústria cinematográfica para se referir às maiores empresas de produção e distribuição de filmes nos Estados Unidos. Originalmente, havia cinco grandes estúdios de cinema em Hollywood, conhecidos como "os cinco grandes": Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), Paramount Pictures, RKO Radio Pictures, Warner Bros. e Twentieth Century Fox. Mais tarde, a Columbia Pictures e a Universal Pictures também se juntaram a esse grupo seleto de empresas.

James Dean, Marilyn Monroe e Montgomery Clift, que deixaram um legado importante para a história do cinema (DA SILVA, 2016).

Um segundo argumento a respeito da crise em Hollywood se relaciona à interação entre a indústria cinematográfica e a televisão. Durante muito tempo, a televisão foi vista como a principal causa da crise, com interpretações que destacavam a oposição entre as duas mídias. No entanto, estudos mais recentes mostram que televisão e cinema têm proximidades capazes de reconsiderar esse antagonismo. De fato, a televisão foi uma importante exibidora dos filmes de produtoras independentes nos seus primeiros anos, oferecendo um espaço para exibição para essas obras que não encontravam espaço nos cinemas. A partir da década de 1950, produtoras independentes, como a fundada por Walt Disney e David O. Selznick, começaram a produzir obras diretamente para a televisão. A Warner Bros., um dos maiores estúdios do período, iniciou a produção de séries televisivas na metade da década de 1950, e muitas outras grandes companhias de Hollywood seguiram o exemplo. Essa interação entre cinema e televisão, em vez de representar um conflito, pode ter sido um dos fatores que ajudaram a indústria cinematográfica a superar a crise e a se reinventar nos anos seguintes (ANDERSON, 1994 apud DA SILVA, 2016).

Neste momento, convém citar o Oscar, a mais importante cerimônia de premiação da indústria cinematográfica, que acontece anualmente em Los Angeles, Califórnia, desde 1929. O glamour do prêmio que contribui para a preservação e a renovação do star-system é um dos maiores símbolos do poder de Hollywood, o qual se reforçou com o início de sua transmissão pela TV (GOMES, 2002, apud MATTA, 2008).

A primeira transmissão do Oscar ao vivo pela televisão para os EUA, em 1953, pode ser vista como “um grande passo” de aproximação, “visto que até então o cinema e a TV eram inimigos”. A convergência de interesses entre a indústria cinematográfica e televisiva resultou em uma aproximação que ficou evidente na cerimônia do Oscar de 1953. Com a transmissão da premiação para outros países pela TV a partir de 1969, o Oscar tornou-se um dos eventos mais assistidos em todo o mundo, representando a integração entre cinema e televisão, além de se tornar uma ferramenta fundamental na definição das estratégias da

indústria do cinema (GOMES, 2002 apud MATTA, 2008, np).

Durante as décadas de sessenta e setenta, houve uma aproximação significativa entre o cinema e a televisão. Isso se deu tanto pela necessidade da televisão de contar com produções e estrelas cinematográficas para melhorar sua programação, mesmo sendo financiada por receitas publicitárias de menor risco, quanto pela locação dos estúdios para produções televisivas. Além disso, a força política que Hollywood construiu na primeira metade do século XX também contribuiu para renovar o valor do amplo acervo de filmes (catálogos) das grandes produtoras (MATTA, 2008).

Portanto, é crucial entender a fase da era de ouro de Hollywood como um período significativo na história do cinema americano. Foi um momento em que o sistema de estúdios foi desmontado e foram criadas condições essenciais para a nova fase do cinema hollywoodiano após 1967. Apesar da crise econômica, cineastas e atores de renome produziram algumas de suas obras mais icônicas, enquanto a popularização de um novo método de atuação e maior colaboração entre televisão e cinema ocorria. Além disso, durante esse intervalo de tempo, houve uma reorganização na estrutura de Hollywood, uma fase de transição que permitiu a mudança de certas características do sistema de estúdios e criou condições para o surgimento da Nova Hollywood (DA SILVA, 2016).

2.4 A Nova Hollywood

A geração da Nova Hollywood marcou um período de mudanças significativas na indústria cinematográfica americana, que ocorreu na década de 1960 e início dos anos 70. Esse movimento foi caracterizado por uma nova abordagem na forma de fazer filmes, com mais liberdade criativa e inovações estéticas e narrativas. Além disso, houve uma maior exploração de temas sociais e políticos, bem como uma mudança no sistema de produção e distribuição de filmes (DA SILVA, 2016).

Um dos principais fatores que contribuíram para o surgimento da Nova Hollywood foi a perda de confiança do público nos filmes produzidos pelos grandes estúdios de Hollywood. O sistema de produção em massa que havia dominado a indústria desde a década de 1930

estava se tornando obsoleto, e o público estava buscando novas formas de entretenimento. Nesse contexto, cineastas independentes, como Dennis Hopper, Francis Ford Coppola e Martin Scorsese, começaram a produzir filmes com orçamentos mais baixos e temas mais ousados. Esses filmes eram frequentemente financiados por empresas independentes e distribuídos em circuitos alternativos de cinema. Gradualmente, os grandes estúdios começaram a perceber o potencial desses filmes e passaram a contratar esses cineastas para dirigir filmes para os estúdios. Isso levou a uma mudança significativa na forma como os filmes eram produzidos, com mais liberdade criativa sendo concedida aos cineastas e uma maior exploração de temas sociais e políticos (DA SILVA, 2016).

Embora não haja acordo sobre qual obra específica iniciou o movimento cinematográfico conhecido como Nova Hollywood, é evidente que as opções estilísticas, narrativas e formais gradualmente se deslocaram das obras independentes para as produções dos grandes estúdios de Hollywood. Em 1967, foram lançados dois filmes de grande importância na história do cinema norte-americano: *Bonnie e Clyde: uma rajada de balas* (*Bonnie and Clyde*, dir. Arthur Penn, 1967) e *A Primeira Noite de um Homem* (*The Graduate*, dir. Mike Nichols, 1967). Esses filmes foram marcantes em vários aspectos. Em primeiro lugar, eles foram capazes de dialogar de forma mais direta com a realidade dos Estados Unidos, especialmente com as demandas e questionamentos da juventude da época, o que tornou essas obras mais politicamente engajadas, contestadoras e não conformistas. Além disso, esses filmes também trouxeram inovações estéticas, muitas das quais foram influenciadas pelo cinema europeu, como cortes rápidos, abordagem mais explícita de sexo e violência, personagens ambíguos e finais não felizes (DA SILVA, 2016).

Em particular, *Bonnie e Clyde* (1967) representou uma releitura dos gêneros mais conhecidos do cinema clássico norte-americano, como o de gângster, apresentando uma abordagem nova e ousada (DA SILVA, 2016). O filme desafia diversas convenções do cinema clássico, começando pelos personagens principais, uma dupla de assaltantes de bancos. A narrativa busca criar empatia entre o público e os ladrões, usando recursos como câmera subjetiva, gravação em ambientes externos e uma linguagem estilizada em alto contraste, que dialogam com produções modernas. No entanto, a obra mantém uma dinâmica narrativa que

se assemelha aos moldes clássicos do cinema, com uma história narrada de forma linear e um par romântico que serve como fio condutor. Em termos de forma, há momentos em que as escolhas de enquadramento remetem aos grandes espetáculos da era de ouro de Hollywood (CARBONERA, 2020).

Outro fator importante a ser considerado é o sucesso de bilheteria desses dois filmes - *A Primeira Noite de um Homem* (1967) foi um dos maiores sucessos comerciais do ano. Esse sucesso foi fundamental em um momento em que Hollywood enfrentava dificuldades financeiras há quase duas décadas, permitindo que outros filmes com a mesma linguagem e questionamentos fossem produzidos nos anos seguintes (DA SILVA, 2016).

No ano de 1980, iniciou-se uma nova fase no cinema norte-americano, influenciada pelo contexto político e sociocultural da eleição de Ronald Reagan para presidente e pelos novos rumos da política dos Estados Unidos. Essa nova realidade refletiu-se na produção cinematográfica de Hollywood, tanto no que diz respeito à estética quanto ao contexto da indústria. A década de 1980 foi marcada pela reestruturação da indústria após anos de crise, impulsionada pelos sucessos de algumas obras dos anos 1970. Embora a indústria cinematográfica estivesse mais consolidada, a produção de filmes de grande orçamento passou a ser o padrão a ser seguido, em detrimento da liberdade criativa conquistada na década anterior (DA SILVA, 2016).

Uma das questões mais comumente citadas pelos estudos sobre a Nova Hollywood é a apropriação do cinema europeu do pós-guerra. Este viveu um período de grande criatividade durante as décadas de 1950 e 1960. Enquanto os países começavam a reconstruir as suas indústrias cinematográficas, novos diretores surgiram e realizaram obras que marcaram a época e serviriam de inspiração para os cineastas norte-americanos. Foi o momento de realizadores como Federico Fellini, Vittorio De Sica, François Truffaut, Jean-Luc Godard e Ingmar Bergman, e de filmes como *A Doce Vida* (*La Dolce Vita*, dir. Federico Fellini, 1960), *Os Incompreendidos* (*Les quatre cents coups*, dir. François Truffaut, 1959) e *O Sétimo Selo* (*Det Sjunde Inseplet*, dir. Ingmar Bergman, 1957).

Outro aspecto crucial foi o modo como os filmes produzidos nesse período abordaram

temas relevantes e polêmicos da realidade norte-americana. Ao invés de apresentarem uma visão idealizada da sociedade, como um modelo a ser seguido, essas obras lidaram com algumas das principais inquietações da época, explorando a ambiguidade moral de suas personagens e as situações em que elas eram colocadas à prova. Questões como contracultura, sexo, guerra e violência foram abordadas de maneira franca e direta. Esses filmes apresentaram um caráter autoral marcante, abordando temas controversos e delicados da conjuntura da sociedade norte-americana. A estrutura familiar era retratada, em diferentes películas, como engessada e disfuncional, os pais se revelavam como incapazes de compreender seus filhos e o que eles almejavam, havendo uma clara diferença entre gerações, explicitada pela maneira como cada uma delas se comportava. O governo e suas instituições eram frequentemente desmoralizados, expostos como corruptos ou simplesmente ridicularizados (DA SILVA, 2016).

Alguns filmes trataram de assuntos considerados tabus na época, como o relacionamento afetivo e sexual de um jovem recém-formado com uma mulher mais velha e amiga de seus pais em *A Primeira Noite de um Homem* (1967), o consumo e tráfico de drogas em *Sem Destino* (*Easy Rider*, dir. Dennis Hopper, 1969), a prostituição masculina em *Perdidos na Noite* (*Midnight Cowboy*, dir. John Schlesinger, 1969), o relacionamento entre jovens de uma pequena cidade do interior dos Estados Unidos em *A Última Sessão de Cinema* (*The Last Picture Show*, dir. Peter Bogdanovich, 1971), a violência policial em *Operação França* (*The French Connection*, dir. William Friedkin, 1971), a corrupção policial em *Serpico* (dir. Sidney Lumet, 1973), o incesto em *Chinatown* (dir. Roman Polanski, 1974) e a prostituição infantil em *Taxi Driver* (dir. Martin Scorsese, 1976).

Os cineastas dessa época apresentaram novas abordagens sobre temas importantes para a sociedade da época, como a violência, o sexo e a família em suas obras. Essas temáticas foram recorrentes em películas como *Bonnie e Clyde: uma rajada de balas* (1967) e *O Poderoso Chefão* (1972), por exemplo. Além disso, os filmes exploraram os acontecimentos históricos centrais da década, como o caso de Watergate em *Todos os Homens do Presidente* (1976) e a Guerra do Vietnã em *Apocalypse Now* (1979), abordando esses temas de maneira crítica e profunda (DA SILVA, 2016). O cinema dessa época foi

caracterizado por um olhar autoral, que ousava explorar temas polêmicos e delicados, desafiando as convenções narrativas e estéticas do cinema tradicional. Essas obras representaram uma mudança significativa na história do cinema norte-americano, influenciando gerações futuras de cineastas e abrindo caminho para novas possibilidades artísticas e temáticas.

Assim, a Nova Hollywood apresentava uma visão mais complexa e realista do indivíduo americano, quebrando com os estereótipos e idealizações presentes no cinema clássico de Hollywood. Os personagens eram retratados de forma mais ambígua, muitas vezes confrontando dilemas morais e éticos complexos, o que levava a uma maior identificação por parte do público. Essa abordagem mais realista e crítica da sociedade americana teve grande repercussão não apenas nos Estados Unidos, mas também em outros países. A Nova Hollywood influenciou gerações de cineastas em todo o mundo, que passaram a adotar uma abordagem mais autoral e pessoal em seus filmes. Além disso, os filmes dessa época foram amplamente exibidos e discutidos em festivais de cinema internacionais, o que contribuiu para sua ampla difusão e reconhecimento global (DA SILVA, 2016).

Apesar da realidade apresentada nos filmes da Nova Hollywood, existem várias razões pelas quais os Estados Unidos e o indivíduo americano ainda eram vistos como um exemplo a ser seguido por outras culturas ao redor do mundo. Uma delas é a imagem que a mídia e a propaganda norte-americanas projetavam para o exterior. Os Estados Unidos foram promovidos como a terra da liberdade, da democracia e da oportunidade, com uma cultura vibrante e inovadora que liderava o mundo em termos de ciência, tecnologia, arte e entretenimento. Os filmes da Nova Hollywood também foram bem-sucedidos em retratar a complexidade da sociedade americana, incluindo suas falhas e desigualdades, o que pode ter sido percebido como uma prova de abertura e franqueza cultural. As produções abordavam temas importantes como racismo, violência, drogas e corrupção, e apresentavam personagens multidimensionais e não estereotipados. Isso foi visto como um sinal de uma cultura sofisticada e madura, capaz de enfrentar seus próprios problemas e questionar sua própria identidade. Além disso, o poder político, econômico e militar dos Estados Unidos no mundo durante o período da Nova Hollywood também contribuiu para a disseminação de sua

influência cultural. Através do cinema, da televisão, da música e da moda, a cultura americana foi exportada para todo o mundo, muitas vezes imitada e admirada (DA SILVA, 2016).

2.5 A Vilanização da Rússia no Cinema Americano

Nos últimos cem anos, em todos os conflitos em que os Estados Unidos participaram, procuraram de alguma forma vilanizar a sociedade do outro lado da disputa. Seja alemães, japoneses, russos, vietnamitas ou árabes, todos já foram retratados em algum momento em filmes que deixavam bem claro quem era o inimigo a ser temido e combatido. No caso da Rússia, ou União Soviética, a desconstrução foi ainda mais intensa, já que a disputa entre as duas potências não era apenas militar, mas ideológica. A adoção de doutrinas como a Doutrina Truman e o Macarthismo levaram a indústria cinematográfica americana a produzir uma série de filmes com um viés anticomunista, com o objetivo de conter o avanço da URSS e seus princípios socialistas. Durante a Guerra Fria e até os dias de hoje, é possível observar em filmes americanos uma grande quantidade de vilões russos, que carregam consigo as características morais, intelectuais e até físicas dessa sociedade (GOLÇALVES, 2016).

A entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial fortaleceu a relação entre o Estado e a indústria cinematográfica, resultando em um aumento significativo de filmes de propaganda. Os filmes produzidos nessa época retratavam a luta e a coragem dos soldados no front, a união das Nações Aliadas na luta contra o Eixo e a condenação dos inimigos na guerra. A produção desses filmes patrióticos resultou em um montante de 375 filmes entre 1942 e 1944. O governo americano incentivou a produção desses filmes, limitando a relativa autonomia de Hollywood de se auto policiar quando criou o Código Hays. Logo após o ataque a Pearl Harbor, o presidente Roosevelt indicou Lowell Mellett para servir como contato entre o governo e a indústria cinematográfica, aconselhando Hollywood a dar apoio ao "esforço de guerra". Assim, a indústria cinematográfica americana foi amplamente utilizada como uma ferramenta de propaganda na guerra (SILVA, 2011).

A relação entre Hollywood e o governo dos Estados Unidos tornou-se mais formal e burocrática com a criação da Secretaria de Informação da Guerra em 1942. A OWI, presidida

por Elmer Davies, teve como uma de suas funções coordenar as atividades de informação do governo, incluindo o Bureau of Motion Pictures (BMP), que tinha como objetivo produzir filmes informativos e de propaganda da guerra, revisar e coordenar as atividades de filmagem de várias outras agências do governo e agir como contato com a indústria cinematográfica. O BMP foi o braço final do governo na parceria com a indústria cinematográfica na produção de filmes propagandísticos (SILVA, 2011).

Durante o primeiro ano de funcionamento do BMP, o órgão produziu um manual intitulado "Manual de Informação do Governo para a Indústria Cinematográfica". Esse manual tinha o objetivo de orientar os estúdios de Hollywood na produção de filmes patrióticos, fornecendo instruções detalhadas sobre como retratar soldados americanos, o front interno e quem eram os aliados e inimigos. Além disso, o manual explicava como os personagens deveriam ser caracterizados e incluía excertos de discursos do presidente Roosevelt para ressaltar a autoridade das orientações (SILVA, 2011).

Após o fim do conflito, a propaganda ideológica nos filmes de Hollywood começou a seguir o embate entre Estados Unidos e União Soviética na Guerra Fria. Internamente, a luta contra o comunismo e o Partido Comunista dos EUA se fortaleceu. O comunismo passou a ser visto pelos anticomunistas como uma ameaça real ao americanismo, não apenas um problema político. Nos anos 1940 e início dos anos 1950, os Estados Unidos passaram por uma grande onda anticomunista. Incentivados pelas especulações e acusações de Joseph McCarthy no Senado, muitos americanos se voltaram para eliminar o comunismo dentro do país. Nesse período, pelo menos duas grandes preocupações sobre a União Soviética coexistiam nos Estados Unidos. A primeira era defender a nação de um inimigo declarado, o comunismo, representado pela União Soviética, seus satélites e espões. Outra preocupação importante era impedir que as instituições e os padrões morais dos Estados Unidos se degradassem. O comunismo era visto como uma ameaça que poderia levar à perda dos valores e das instituições americanas. Para evitar isso, foram usados métodos fortes para evitar que ideias estranhas se espalhassem nos Estados Unidos (SILVA, 2011).

A disputa pela hegemonia durante a Guerra Fria foi intensa, e teve como consequência

o surgimento de movimentos culturais alternativos, que buscavam se contrapor às culturas dominantes e impor suas próprias visões de mundo. Os EUA propagaram o "fantasma comunista", enquanto a URSS propagou o "capitalismo opressor". Essa guerra ideológica ocorreu em vários campos, incluindo o cinema de Hollywood, que foi usado como uma ferramenta para promover os valores americanos e demonizar o comunismo. De acordo com dados da revista americana *Hollywood Quarterly*, aproximadamente 375 filmes produzidos por Hollywood durante a Segunda Guerra Mundial, entre 1942 e 1944, tinham um propósito patriótico expresso de forma mais ou menos explícita. Além dos filmes que buscavam motivar os combatentes estadunidenses, essa tendência patriótica também estava presente em estúdios voltados para crianças, como a Walt Disney Pictures (GONÇALVES, 2016).

A propaganda anticomunista em Hollywood atingiu seu auge em torno de 1952, com pelo menos um filme por mês sendo produzido com tendências propagandistas claras. O primeiro filme a seguir essa tendência foi "The Iron Curtain" (A Cortina de Ferro), de 1948, dirigido por William Wellman. Embora grande parte do século XX tenha sido marcada por ataques ideológicos à URSS por meio do cinema, houve uma notável mudança ao longo do tempo. Durante a Revolução Russa, os Estados Unidos tentavam exportar filmes antibolcheviques para as regiões da Rússia que ainda eram controladas pelo Exército Branco, numa tentativa de influenciar o resultado da guerra civil russa. Esses filmes procuravam evidenciar a barbárie russa e a impiedade bolchevique, além de retratar a fome e a falta de liberdade na União Soviética por meio de filmes de ficção. No entanto, com a ascensão do perigo nazista na Europa Central, os filmes de Hollywood começaram a diminuir as críticas à sociedade soviética após a invasão de Hitler no território russo, anulando o pacto de não agressão assinado pelas duas potências. Nessa época, os filmes hollywoodianos passaram a celebrar respeitosamente o modo de vida russo, retratando a União Soviética como uma terra de contos de fadas, embora não mais repleta de assombrações e terror, mas com alegres canções folclóricas e um povo heroico, bondoso e bem maquiado, vivendo em paisagens límpidas de estúdio (FURHAMMAR, ISAKSSON, 2001). Após a derrota da Alemanha nazista de Hitler em meados da década de 1940, a URSS voltou a ser alvo de críticas pela indústria cinematográfica norte-americana, com Hollywood recebendo apoio da Inglaterra e da Alemanha Ocidental para despertar sentimentos anticomunistas. A atitude dos filmes

hollywoodianos em relação ao seu antigo inimigo, a Alemanha, mudou drasticamente à medida que russos e comunistas substituíram os papéis anteriormente reservados aos nazistas. O inimigo vencido havia se tornado o aliado (GONÇALVES, 2016).

O filme *Rocky IV* é um exemplo marcante de como Hollywood utiliza seu grande potencial de influência e formação de opinião para fins de política externa. No longa-metragem de 1985, dirigido por Sylvester Stallone, a vilanização da URSS ocorre principalmente por meio da caracterização do boxeador soviético Ivan Drago como um atleta frio, impiedoso e arrogante, cujo objetivo é mostrar a superioridade do comunismo sobre o capitalismo. Além disso, o filme retrata a União Soviética como um país onde a população é subjugada e a liberdade é inexistente, apresentando um contraste com os valores americanos de liberdade, individualismo e democracia. O objetivo era exaltar a superioridade dos valores americanos em relação aos soviéticos e, assim, reforçar o patriotismo e a união dos americanos contra o "inimigo comunista" (GONÇALVES, 2016). Essa forma de representação e construção de narrativas pode impactar a maneira como os indivíduos se identificam com seu país e com outros povos, reforçando ou desafiando estereótipos culturais.

Em resumo, é importante reconhecer o poder e a influência que a indústria cinematográfica norte-americana exerce sobre o mundo. Desde a sua criação, Hollywood tem sido um agente importante na formação de imagens e representações culturais, impactando a maneira como as pessoas veem a si mesmas e os outros. Como vimos neste capítulo, essa influência pode ser intencional e estar diretamente ligada a interesses políticos e econômicos do governo americano. Portanto, é crucial que se tenha uma compreensão crítica da mídia e uma capacidade de discernimento para questionar as narrativas apresentadas e os estereótipos perpetuados. Somente assim poderemos garantir que a diversidade cultural seja valorizada e respeitada no mundo do cinema e na sociedade em geral.

3 A IDENTIDADE NACIONAL NORTE-AMERICANA E O CINEMA

A identidade cultural é uma questão fundamental na formação do indivíduo e na compreensão das dinâmicas sociais. Com as mudanças ocorridas na sociedade contemporânea, a relação entre a identidade cultural e o indivíduo americano tem se

transformado de maneira significativa. Neste capítulo, será examinado como essas mudanças estruturais e institucionais estão influenciando a relação entre a identidade cultural e o indivíduo americano. Serão abordadas questões como o nacionalismo, a diversidade cultural e a influência da mídia, entre outras. O objetivo é fornecer uma compreensão mais ampla da forma como a identidade cultural tem evoluído na sociedade americana contemporânea e como isso afeta a vida das pessoas.

A globalização e a facilidade de acesso à informação permitiram uma maior exposição das pessoas a diferentes culturas em todo o mundo. A mídia desempenha um papel fundamental na disseminação dessas culturas, tornando-as acessíveis a um público cada vez maior. Os filmes, programas de televisão, músicas e redes sociais, podem ter uma grande influência na forma como as pessoas se identificam com outras culturas (OURIVEIS, 2013). Por exemplo, a popularidade do K-Pop (música popular coreana) em todo o mundo foi em grande parte impulsionada pela presença onipresente de artistas coreanos na mídia. Por conta disso, é comum hoje em dia vermos crianças e adolescentes interessados em aprender a língua coreana.

3.1 A Identidade Nacional Norte-Americana

Nos Estados Unidos, existe uma longa tradição de transformar tudo o que desperta interesse em produto comercializável e, nos últimos 100 anos, até mesmo a identidade cultural do país se tornou uma mercadoria. A mídia americana possui uma grande influência em todo o mundo, especialmente na cultura popular. Filmes de Hollywood, programas de TV, músicas e outras formas de entretenimento produzidos nos Estados Unidos são amplamente consumidos em muitos países, e muitas vezes são responsáveis por disseminar tendências e padrões culturais em nível global. Além disso, os americanos possuem uma grande presença online e nas redes sociais, o que amplia ainda mais seu alcance e influência. Plataformas como Facebook, Instagram e Twitter são dominadas por empresas americanas, e muitas vezes refletem as tendências e os valores da cultura do país. Outro aspecto importante de sua influência é sua capacidade de moldar a percepção pública sobre questões políticas e sociais. Através de sua cobertura jornalística e comentários de especialistas, a mídia americana pode

influenciar a opinião pública não só nos Estados Unidos, mas em todo o mundo (OURIVEIS, 2013).

É impossível falar sobre nacionalismo sem mencionar a nação. De acordo com Steven Grosby (2005, p.14), a nação é definida como uma comunidade de parentesco que é limitada territorialmente, extensa temporalmente e de natividade. Portanto, o nacionalismo não apenas estabelece a identidade da nação em termos de seus membros, valores e relações com outros países, mas também incorpora um grupo com uma orientação política específica. O nacionalismo é um sentimento de lealdade e pertencimento a essa comunidade, é um sentimento compartilhado que enfatiza a importância de uma região geográfica e, às vezes, demográfica, buscando principalmente a independência desse grupo, geralmente definido em termos culturais ou étnicos. Conforme evidenciado por essa definição, o nacionalismo molda uma visão de mundo específica e direciona a ação política (VARGAS-MAIA, 2019).

Em seu livro "Comunidades Imaginadas", publicado em 1983, Anderson conceitua "nação" como uma comunidade política imaginada, que é percebida como sendo inerentemente limitada e soberana. O termo "imaginada" é utilizado, pois até mesmo os membros das nações mais diminutas jamais terão conhecido, encontrado ou sequer ouvido falar de todos os seus compatriotas, apesar de todos compartilharem a ideia de comunhão entre eles. A nação é limitada, mesmo as maiores, que agregam, por exemplo, um bilhão de habitantes, possuem fronteiras finitas, embora elásticas. Nenhuma nação se imagina tendo a mesma extensão que a humanidade. Por fim, a nação é soberana, pois a única forma de ser livre é ser soberana sobre um pedaço específico de terra. A nação é uma comunidade que, apesar das desigualdades e explorações que possam existir dentro dela, é sempre concebida como uma camaradagem horizontal profunda (VARGAS-MAIA, 2019).

O indivíduo acredita que para viver é necessário um sentimento de identificação nacional e de pertencimento a uma determinada sociedade, grupo ou classe, pois, caso contrário, ele não se sentiria parte de algo. Uma cultura nacional é "um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos" (HALL, 2007, p. 50).

As identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação. [...] Segue-se que a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos - um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional. (HALL, 2007, p. 49)

Apesar do sentimento de identificação nacional parecer verdadeiro, Hall aponta que aquilo que é apresentado como identidade nacional não é real, mas sim uma representação.

As identidades nacionais representam vínculos a lugares, eventos, símbolos e histórias particulares. Elas representam o que algumas vezes é chamado de uma forma particularista de vínculo ou pertencimento. Sempre houve uma tensão entre essas identificações e identificações mais universalistas -- por exemplo, uma identificação maior com a "humanidade" do que com a "inglêsidade" (englishness). (HALL, 2007, p. 75)

A cultura nacional americana tenta representar o conjunto de significados que define o que é ser "americano". Ela não se limita apenas à entidade política, mas também reflete a cultura do país. A cultura nacional influencia a participação das pessoas na ideia de nação. A criação da cultura nacional americana estabeleceu padrões de alfabetização, uma língua comum para a comunicação e uma "cultura homogênea". No entanto, Hall ressalta que a ideia de homogeneização da cultura nacional pode ocasionar a perda de diversidade e a supressão de culturas regionais e étnicas distintas, além de poder levar à marginalização de grupos que não se encaixam nos padrões estabelecidos pela cultura dominante. É muito importante ressaltar que "não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural, para representá-los todos como pertencendo à mesma e grande família nacional" (HALL, 2007, p. 59).

Essa cultura nacional é mantida por instituições culturais nacionais, como o sistema educacional. A cultura nacional dos Estados Unidos é uma característica fundamental da industrialização e um dispositivo da modernidade (HALL, 2007). Dentro desse contexto, percebe-se que os filmes de Hollywood, principalmente na sua chamada "Era de Ouro" (1920 a 1960), representavam uma visão idealizada da identidade nacional americana que reflete e reforça os valores e ideais do capitalismo, incluindo a crença na liberdade individual, na

igualdade de oportunidades e no sucesso através do trabalho duro. Essa representação é projetada para manter a ilusão de que os Estados Unidos são uma sociedade justa e meritocrática, onde qualquer pessoa pode ter sucesso se trabalhar duro o suficiente, enquanto ignora as desigualdades estruturais e os obstáculos sistêmicos que impedem que muitas pessoas alcancem seus objetivos. Além disso, os filmes também são usados para legitimar a dominação cultural e política dos Estados Unidos em escala global, promovendo a visão americana do mundo e reforçando a ideia de que os Estados Unidos são a nação mais poderosa e moralmente superior do mundo.

Atualmente é comum vermos mais produções que questionam o modo de vida americano e expõem as desigualdades e injustiças de sua sociedade. Essas produções são capazes de oferecer uma crítica social implícita ou dissimulada, que se opõe à narrativa dominante e representa uma forma de resistência cultural. O filme "Matrix", lançado em 1999, foi um grande sucesso de bilheteria e se tornou um clássico do cinema, mas também se destacou por sua mensagem social e política, que questionava as desigualdades e injustiças da sociedade americana. O filme traz diversas críticas à sociedade capitalista, como a ideia de que as pessoas são controladas por uma ilusão criada pelo sistema, onde a felicidade é vendida por meio do consumo desenfreado de bens materiais. Além disso, a trama também aborda temas como o controle social, o poder das corporações e a resistência contra a opressão.

O artigo "National Identity" publicado pelo Pew Research Center em maio de 2021 apresenta os resultados de uma pesquisa realizada em 14 países sobre a identidade nacional e a visão dos cidadãos em relação à sua nação. De acordo com os resultados, 60% dos americanos afirmam que a língua é o elemento mais importante para definir a identidade nacional, enquanto 34% afirmam que são os valores culturais. Além disso, a pesquisa revela que há uma divisão política significativa na percepção da identidade nacional nos Estados Unidos. Enquanto 80% dos republicanos acreditam que é importante que os imigrantes adotem a cultura americana, apenas 32% dos democratas compartilham dessa opinião. Os dados também mostram que as opiniões sobre o papel da religião na identidade nacional são divergentes. Enquanto 32% dos americanos acreditam que a religião é um elemento

importante na identidade nacional, 26% afirmam que não é importante. Apesar da complexidade da questão da identidade nacional nos Estados Unidos, é importante destacar que a diversidade étnica, cultural e social é uma das características mais marcantes da sociedade americana.

Ainda sobre o estudo da Pew Research Center, a maioria dos americanos acredita que a sua identidade nacional está ligada a um conjunto de valores e ideais, tais como a liberdade, a democracia, a igualdade e a diversidade cultural. Esses valores são considerados como elementos fundamentais da cultura americana e são frequentemente invocados pelos políticos, pela mídia e pela sociedade civil como símbolos da identidade nacional. Entretanto, existe uma considerável diversidade de opiniões entre os americanos em relação à sua identidade nacional. Enquanto alguns veem a sua identidade como algo ligado à sua ancestralidade étnica ou à sua região geográfica, outros acreditam que a identidade nacional deve ser baseada em valores comuns que transcendem as diferenças culturais e étnicas. O estudo também revela que a maioria dos americanos vê a diversidade cultural como uma força positiva e enriquecedora para a identidade nacional. No entanto, existe uma minoria significativa que acredita que a diversidade cultural é uma ameaça à unidade nacional e que os imigrantes devem se assimilar completamente à cultura americana para se sentirem parte da nação. Essa tensão entre a celebração da diversidade cultural e a pressão para a assimilação completa dos imigrantes reflete o debate contínuo sobre o que significa ser "verdadeiramente" americano e como a nação deve lidar com a crescente diversidade étnica e cultural. É importante notar que essas visões divergentes sobre a diversidade cultural e a identidade nacional podem ter implicações significativas para a política e as relações internacionais dos Estados Unidos, bem como para a integração e coesão social dentro do país.

As supostas identidades nacionais têm influência para além das fronteiras da própria nação, pois podem ser transmitidas e incorporadas por grupos e indivíduos em outras partes do mundo, que muitas vezes têm conexões culturais, históricas ou políticas com a nação em questão. Além disso, as identidades nacionais são frequentemente moldadas e propagadas por meio da mídia, das relações comerciais e das interações internacionais, o que pode contribuir para a difusão dessas identidades além das fronteiras nacionais.

A identidade cultural pode desempenhar um papel importante na criação de conflitos e na justificção de desigualdades. Luís Fernando Ayerbe (2002) argumenta que a afirmação da identidade cultural pode ser usada como uma forma de diferenciar entre culturas que são consideradas "avançadas" e aquelas que são consideradas "atrasadas". Isso pode levar a conflitos entre países e grupos étnicos que se veem em lados opostos dessa diferenciação. Além disso, essa diferenciação também pode ser usada para explicar desigualdades no desenvolvimento entre países e grupos étnicos dentro de um mesmo país. Em outras palavras, a identidade cultural pode ser usada para justificar as desigualdades sociais e econômicas existentes.

[...] os aspectos estratégicos que derivam da afirmação da identidade cultural assumem um papel cada vez mais importante na caracterização das novas fontes de conflito. Valores e atitudes relacionados com culturas "avançadas" ou "atrasadas" aparecem como principal fator explicativo dos níveis diferenciados de desenvolvimento, tanto entre países como entre grupos étnicos no interior dos espaços nacionais. (AYERBE, 2002, p. 17)

A dominação dos Estados Unidos sobre a América Latina, por exemplo, não foi imposta apenas pela força militar, mas também pela ação diplomática e econômica. Os Estados Unidos utilizaram sua posição privilegiada no sistema internacional para promover seus interesses na região, explorando as fragilidades econômicas e políticas dos países latino-americanos. A construção da hegemonia americana na América Latina foi acompanhada por uma série de ideias e valores, como o anticomunismo, liberalismo econômico, a liberdade e os direitos humanos. Essas ideias foram utilizadas para justificar a intervenção americana na região, e para construir uma imagem positiva do país perante a opinião pública latino-americana. No entanto, a defesa desses valores muitas vezes foi e é seletiva e utilizada apenas quando conveniente para os interesses americanos, como uma forma de justificar intervenções militares e políticas na região. Além disso, a ajuda e cooperação econômica oferecidas pelos Estados Unidos vinham acompanhadas de imposições políticas e econômicas, o que reforçava a dependência dos países latino-americanos em relação aos Estados Unidos (AYERBE, 2002).

Segundo o artigo "How National Identity Influences US Foreign Policy" (KERSHAW,

2018), a identidade nacional americana é caracterizada por um forte senso de excepcionalismo, patriotismo e individualismo. Essa ideologia influencia a forma como os Estados Unidos interagem com outros países, especialmente na América Latina, onde a busca por influência e hegemonia é uma constante.

Kershaw (2018) argumenta que essa identidade nacional influencia a política externa americana de várias maneiras. Primeiro, a crença no excepcionalismo americano leva os EUA a adotarem uma postura intervencionista na arena internacional, buscando impor seus valores e interesses em todo o mundo. Segundo, o patriotismo americano alimenta a retórica nacionalista, que muitas vezes é usada para justificar ações militares e políticas agressivas no exterior. E, terceiro, o individualismo americano leva os EUA a priorizar seus interesses nacionais em detrimento dos interesses coletivos internacionais, resultando em uma abordagem mais unilateralista da política externa.

A identidade nacional americana pode levar a intervenções militares e ações que visam manter ou expandir a influência dos Estados Unidos em outros países, muitas vezes em detrimento da soberania desses países.

O excepcionalismo intervencionista agora dominante leva os EUA a disseminar seus valores em todo o mundo por qualquer meio - até mesmo a guerra. Os EUA, em seu caráter excepcional, também acreditam que todas as nações desejam que tais valores sejam implementados. Esse caráter também leva os EUA a agir de forma contrária à forma como consideram que outros estados devem agir. Os princípios da identidade americana - democracia, liberdade individual, religiosidade e livre-mercado - levam os EUA a confrontar aqueles que têm visões diferentes e a se aliar com aqueles que defendem os mesmos valores. No entanto, a natureza excepcional da identidade americana se destaca, pois é aceitável para os Estados Unidos fazer proselitismo e intervir em nome de seus valores, mas também é aceitável para os Estados Unidos derrubar governos democraticamente eleitos (KERSHAW, 2018, p. 3).¹⁶

Exemplos históricos, como a intervenção na Guatemala em 1954, são usados para ilustrar como a identidade nacional americana foi usada para justificar essas ações, e a

¹⁶ “Now-dominant interventionist exceptionalism “drives the USA to spread its values worldwide through any means – even war. The USA in its exceptional character also believes that all nations desire such values to be implemented. This character also drives the USA to act contrary to how it deems other states should act. The key tenets of American identity – democracy, individual liberty, religiosity and free-markets drive the USA to other those who hold differing views and to ally itself with those who uphold the same values. Again, however, the exceptional nature of American identity shines through, in that it is acceptable for the United States to proselytise and intervene in the name of its values yet it is also acceptable for the United States to overthrow democratically elected governments “ no original, tradução nossa.

invasão do Iraque em 2003, incluindo a ideia de que os EUA estavam levando a democracia ao país e combatendo o terrorismo.

Também é possível ver o excepcionalismo na suposta intervenção religiosa de Eisenhower nos casos do golpe na Guatemala e da conspiração para derrubar Mossadeq no Irã. Ambos os governos foram eleitos democraticamente, no entanto, apesar disso, os Estados Unidos intervieram para derrubá-los - tanto por motivos religiosos quanto porque eram governos de esquerda no período da Guerra Fria (Gunn & Slighoua, 2011, p. 40). Aqui se pode observar que os Estados Unidos estão dispostos a comprometer seus princípios de uma maneira que não considerariam aceitável para outros estados - a democracia só é aceitável se elege um governo que seja da natureza americana (KERSHAW, 2018, p. 2).¹⁷

Nesse contexto, vale relembrarmos o mito do *American Dream*, que está intrinsecamente ligado à identidade nacional americana e aos valores mencionados acima, como excepcionalismo, patriotismo e individualismo. O *American Dream* é a ideia de que qualquer indivíduo, independentemente de sua origem social ou étnica, pode alcançar a prosperidade, a liberdade e o sucesso através do trabalho árduo e das oportunidades igualitárias oferecidas nos Estados Unidos. O tão almejado sonho americano foi, e continua sendo, um componente central da narrativa nacional norte-americana e tem influenciado a forma como os Estados Unidos interagem com outros países, incluindo na América Latina. O desejo de apropriação e hegemonia na região funciona como uma extensão do sonho americano, em que os Estados Unidos procuram espalhar seus valores e ideais para além de suas fronteiras.

3.1 O Sonho Americano Presente nas Telas

Os filmes de Hollywood frequentemente apresentam valores, ideias e estilos de vida americanos, e com isso acabam influenciando a cultura popular de outras nações. Além disso, muitos filmes de Hollywood apresentam um grande orçamento, o que resulta em efeitos visuais impressionantes e produções cinematográficas de alta qualidade. Por isso, a indústria

¹⁷“One can also see exceptionalism in Eisenhower’s supposed religious interventionism in the cases of the Guatemala coup and the conspiracy to overthrow Mossadeq in Iran. Both governments were democratically elected yet despite this, the United States intervened to bring about their overthrow – both on religious grounds but also because they were leftist governments in the Cold War period (Gunn & Slighoua, 2011, p. 40). Here one can note that the United States is willing to compromise its principles in a manner that it would not deem acceptable for other states to do – democracy is only acceptable if it elects a government that is of the American nature” no original, tradução nossa.

de Hollywood tem sido capaz de criar e manter um alto padrão de produção de filmes, que muitas vezes é imitado por outras indústrias cinematográficas ao redor do mundo. Hollywood também contribuiu com o uso predominante da língua inglesa nos filmes, o que auxiliou na disseminação da língua e cultura americana (CUNHA, 2017).

De fato, a hegemonia de Hollywood é uma consequência do sucesso da indústria cinematográfica americana e da disseminação de valores, ideias e estilos de vida americanos por meio dos filmes. Entretanto, o sucesso da indústria surgiu embriagado de ofensas às outras nações ao redor do globo. Infelizmente, há muitos exemplos de ofensas a outras culturas em filmes de Hollywood, especialmente em filmes mais antigos que foram produzidos em uma época em que havia menos sensibilidade cultural e diversidade representada nas telas. Em *O Máskara de Fu Manchu* (1932), por exemplo, o vilão chinês é retratado como um personagem vil e sem sentido, contribuindo para o estereótipo do "vilão asiático" em muitos filmes subsequentes. Em *Breakfast at Tiffany's* (1961), a personagem asiática interpretada por Mickey Rooney é uma caricatura ofensiva e estereotipada, reforçando estereótipos negativos sobre a comunidade asiática. Em *Indiana Jones e o Templo da Perdição* (1984), o personagem Indy e seus companheiros viajam para a Índia, mas a representação do país e de sua cultura é superficial e simplista, além de perpetuar estereótipos. Com representações estereotipadas, os filmes hollywoodianos desvalorizavam outras culturas, perpetuando assim o imperialismo cultural.

O desejo de conquistar o “Sonho Americano” não está inserido somente nos lares norte-americanos, mas também na maioria dos indivíduos ao redor do mundo. De fato existe nos Estados Unidos um espírito de “*we can*” que impulsiona um indivíduo a jogar de acordo com as regras, ter sucesso e se destacar. A terra da oportunidade perpetua o mito do Sonho Americano e atrai milhões e milhões de indivíduos em todo o mundo a este vasto e horizontal espaço em busca de se transformarem e se tornarem americanos (YANG, 2020).

Embora não haja uma definição oficial para o *american dream*, pesquisas recentes de opinião pública com adultos dos Estados Unidos revelam que o termo se baseia em valores como trabalho árduo, segurança financeira, sucesso profissional e a convicção de que cada

nova geração terá um futuro melhor do que a anterior. Os americanos também enxergam os marcos da vida como elementos essenciais para a realização do sonho: graduar-se na faculdade, adquirir uma casa própria, formar uma família e proporcionar uma vida melhor para seus filhos (PEW RESEARCH CENTER, 2018)

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisas Pew, 36% dos adultos dos EUA afirmam que sua família alcançou o sonho americano, enquanto outros 46% afirmam estar "a caminho" de alcançá-lo. (A pesquisa perguntou às pessoas sobre o "sonho americano", como elas o definem.) Pessoas que dizem já ter alcançado o sonho americano geralmente são mais velhas, mais ricas e têm melhor educação do que aquelas que dizem estar a caminho de alcançar o sonho americano e as que afirmam que está fora de alcance. Os brancos (41%) são mais propensos do que os negros (17%) ou hispânicos (32%) a dizer que alcançaram o sonho americano. No entanto, mais negros (62%) e hispânicos (51%) do que brancos (42%) dizem estar a caminho de alcançá-lo.

Os hispânicos têm uma tendência significativamente maior do que o público geral dos Estados Unidos em acreditar em aspectos essenciais do sonho americano, como a crença de que o trabalho árduo compensa e que cada geração sucessiva terá um futuro melhor do que a anterior. No entanto, muitos hispânicos enxergam o sonho americano como algo difícil de alcançar, e a crença nele diminui à medida que as conexões com as raízes dos imigrantes se afastam, de acordo com os resultados recentes de uma pesquisa de 2016 com adultos hispânicos do Centro de Pesquisas Pew. Em 2016, mais de três quartos dos hispânicos (77%) acreditavam que a maioria das pessoas poderia avançar na vida através do trabalho duro, uma proporção maior do que o público dos EUA (62%) na mesma época. Além disso, uma proporção semelhante de hispânicos esperava um padrão de vida melhor do que o de seus pais (75%) e para seus filhos (72%). No entanto, entre o público dos EUA, apenas 56% esperavam uma vida melhor do que seus pais e 46% esperavam uma vida melhor para seus filhos.

Podemos argumentar que esse sentimento de querer pertencer à cultura americana está relacionado ao conteúdo apresentado nas telas de cinema com a ascensão de Hollywood. Toda a perfeição retratada nos filmes funciona como um elemento de sedução ao espectador.

A vida perfeita retratada nas telas é a vida desejada do indivíduo que muitas vezes não encontra isso no seu cotidiano. Tanto os filmes de ação quanto os de romance possuem roteiros e cenas que, devido aos inúmeros filmes produzidos em Hollywood, acabaram se tornando previsíveis. Isso acontece porque, com o retorno positivo do público, foi criada uma fórmula mágica e lucrativa para atrair e agradar os espectadores às salas de cinema. Quando o filme começava, já era de se imaginar como iria terminar. Os sons e músicas em cada cena deixavam o espectador ciente do que iria acontecer. A maneira como a cena se desenrolava era perfeitamente previsível, uma vez que o ouvido e os olhos dos indivíduos já estavam treinados e muito acostumados a verem e ouvirem aquilo diversas vezes. Por meio da repetição de clichês, a indústria hollywoodiana acabava por influenciar a criação e adoção de modelos de comportamento na rotina do indivíduo. As cenas tantas vezes reproduzidas repetiam os comportamentos genuínos do galã, do vilão, da mocinha, do pobre e do rico, mostrando atos que são motivados por valores morais, e, de determinada maneira, que brincavam com a imaginação dos espectadores. Isso acontece não através de falas, mas sim por meio da repetição de histórias semelhantes inúmeras vezes (CUNHA, 2017).

Quando não há questionamento, é comum que o indivíduo adote facilmente os padrões apresentados nos filmes para o seu dia a dia. O que é retratado na tela como sendo belo, quando repetidamente exibido dessa forma, é naturalmente julgado como belo pelo espectador. O filme *Beleza Americana* (1999), dirigido por Sam Mendes, é uma crítica severa ao estilo de vida americano. A narrativa apresenta a vida e a destruição de uma família de classe média, por meio do personagem central Lester Burnham, marido de Carolyn, uma mulher estereotipada, e pai de uma filha adolescente. Carolyn representa a futilidade de sua existência, cultivando uma imagem em que o lema de seu ídolo, o "Rei dos Imóveis", é: "Para ter sucesso, deve-se projetar uma imagem de sucesso o tempo todo". Além disso, Carolyn cultiva em seu jardim uma rosa que dá nome ao filme, uma rosa sem espinhos nem cheiro, uma metáfora perfeita para o vazio do americano comum. Lester desperta para a sua subjetividade, decide mudar radicalmente de vida, mas o faz de maneira desajeitada. Todos desejam matá-lo e, como prenunciado nas primeiras cenas, isso é o que acontece no final. O mito do sonho americano, do "american way of life", é derrubado (ARAÚJO, 2006).

A exposição às produções do cinema, da televisão e do rádio, cria no indivíduo um desejo constante de pertencer ao universo retratado. Os filmes influenciam a forma de se vestir e os padrões de consumo são espelhados nas atitudes dos personagens, facilitando a internacionalização de marcas como Coca-Cola, Nike e Apple. Desejos infantis, como brinquedos da Barbie e super-heróis, bem como o apelo da Disney como símbolo de entretenimento, são evidências dessa influência. Além disso, o padrão de alimentação fast-food, típico do sistema capitalista, que visa a rapidez e eficiência no consumo, é um fetiche muito difundido, com o McDonald's como seu maior expoente (OURIVEIS, 2013)

Ao retratar os valores e a moral da sociedade americana nas telas, os filmes têm o potencial de influenciar a percepção e comportamento do público, que pode se inspirar no que é retratado para transformar sua realidade. O enredo recorrente dos Estados Unidos como um território de igualdade, liberdade, possibilidade de progresso social e tolerância à diversidade gera um sentimento de empatia em todo o mundo. Inúmeros filmes de guerra ou filmes nos quais a Terra é atacada por alienígenas ou ameaçada por desastres naturais retratam os Estados Unidos como um grande salvador, resolvendo problemas políticos, encontrando espiões ameaçadores, eliminando perigos sociais, prevendo e evitando ataques, e muitos outros roteiros já conhecidos por qualquer um que leia sinopses de filmes de Hollywood.

O FBI, bem como a CIA, costumam aparecer constantemente resolvendo e prevendo situações de ameaça à ordem nacional, ou mesmo mundial. A maioria das ameaças externas costumam estar voltadas para símbolos de poder dos EUA: o Pentágono, a Casa Branca ou a Estátua de Liberdade. Os heróis das telas desejam salvar o mundo, e para tanto necessitam salvar Nova Iorque, por exemplo. Portanto, essa visão suscita na concepção da cidade como a capital do mundo ou a capital do império. Sendo salva, salva-se, por analogia, a hegemonia e, por extensão, todo o mundo. Sendo assim, o final do filme mostra ao espectador a capacidade dos EUA em preservar o *modus vivendi* da sociedade. (FILHO, 2008 apud OURIVEIS, 2013, p. 183)

A aceitação dos modelos e padrões americanos em nível pessoal se reflete, em última análise, nas relações internacionais. A admiração pelos norte-americanos, provocada pela intensa exposição a sua cultura, facilita sua atuação política no cenário internacional. Uma boa impressão em relação à sociedade norte-americana abre portas para este país em todo o mundo. Sua influência é tamanha que provoca certa padronização cultural nos menores atos

dos indivíduos.

A expressão “*American way of life*” surgiu nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, por volta de 1941, quando o país entrou na guerra. A expressão foi cunhada para descrever o estilo de vida americano e promover os valores e ideais americanos como liberdade, democracia e oportunidade. Durante os anos 50, com o fim da Segunda Guerra Mundial e a ascensão dos Estados Unidos como superpotência global, o termo ganhou ainda mais destaque e popularidade. O “*American way of life*” passou a ser visto como um modelo de sucesso e prosperidade, caracterizado pelo consumismo, a abundância, a mobilidade social e a individualidade. Nesse período, a cultura popular americana, como a música, o cinema e a televisão, se espalharam pelo mundo e influenciaram profundamente a forma como as pessoas se vestiam, se comportavam e pensavam (CUNHA, 2017).

E foi essa pujança que não se tornou despercebida aos olhos do mundo que tentava se reorganizar diante de tantas e rápidas transformações no seu *modus operandi* – nas capacidades de funcionar, de se relacionar e de existir. O modelo americano de viver – em que operários iam para o trabalho em seus próprios carros; em que as casas não possuíam muros e que dispunham de diversos aparelhos eletrodomésticos para a maior comodidade de seus moradores; que disponibilizava para a sociedade cerca de duas mil instituições de Ensino Superior; em que, à época, 90% das residências já contavam com televisores (mostrando-se exuberante na exibição de filmes e reportagens) e com o mercado editorial interno aquecido tornara-se, assim, alvo projetivo do interesse e da admiração dos demais países (CUNHA, p. 16, 2017).

Na década de 1950, o consumo era visto como uma forma de afirmar a identidade individual e a posição social, e as marcas se tornaram símbolos de status. A publicidade e a propaganda se tornaram muito importantes para incentivar o consumo, e as famílias americanas passaram a adquirir produtos eletrodomésticos e automóveis, que antes eram considerados luxos. A família nuclear tradicional se tornou o modelo predominante, com o homem trabalhando fora de casa e a mulher dedicando-se às atividades domésticas e à criação dos filhos. A moral e os valores eram conservadores, e havia um forte sentimento de patriotismo e orgulho nacional (CUNHA, 2017).

A busca de um país pelo reconhecimento como vencedor e modelo de vida desejável encontra na comunicação a maneira de exibir suas características, embaladas pela cultura de consumo que utiliza imagens, símbolos e bens simbólicos para evocar sonhos, desejos e

fantasias que sugerem autenticidade romântica e realização emocional, com foco no prazer individual e narcisista, em vez de se preocupar com os outros. É importante destacar que, apesar deste aspecto endógeno, a midiaticização de relações e imagens de progresso, prosperidade e bem-estar também atendeu a muitas outras sociedades e culturas, mantendo um processo de produção de preferências distintivas por estilos de vida e bens de consumo (CUNHA, 2017).

De acordo com o líder comunista Mao Tse-Tung, em seu livro "Sobre a Nova Democracia" (1940), o consumo desenfreado promovido pelo "American Way of Life" leva a um desperdício de recursos naturais e à degradação do meio ambiente. Ele argumentava que a cultura e a sociedade ocidentais eram corruptas e decadentes, e que o capitalismo era responsável por perpetuar a desigualdade econômica e social em todo o mundo. Mao enxergava o *American Way of Life* como uma tentativa de impor a cultura e os valores americanos aos países em desenvolvimento, com o objetivo de consolidar o domínio econômico e político dos EUA sobre esses países. Ele acreditava que a cultura ocidental representava uma ameaça à identidade e à soberania das nações em desenvolvimento e defendia uma visão de mundo mais voltada para as tradições locais e para a luta contra a dominação imperialista. Em "Sobre a Prática" (1937), Mao também afirmava que o imperialismo ocidental procurava exportar seu estilo de vida para outras nações como forma de dominação cultural e econômica. Ele defendia que os povos colonizados deveriam resistir a essa influência e desenvolver sua própria cultura e modo de vida como forma de proteger a sua identidade e soberania.

Antonio Gramsci não chegou a escrever especificamente sobre o American Way of Life e tampouco chegou a presenciar a Era de Ouro do cinema hollywoodiano, mas sua teoria da Hegemonia Cultural pode ser utilizada para embasarmos uma crítica a esse modo de vida. Para o filósofo italiano, a classe dominante tem a capacidade de impor sua visão de mundo e valores às classes subalternas através da cultura, da educação e dos meios de comunicação. Essa Hegemonia Cultural faz com que as classes subalternas internalizem os valores e interesses da classe dominante como se fossem seus próprios, e acabem por perpetuar a desigualdade social e o status quo. Em suas obras, ele destaca que o cinema é capaz de atingir

as massas populares de maneira mais ampla e eficaz do que qualquer outra forma de arte, tornando-se assim uma das principais formas de construção da cultura e da consciência coletiva. Gramsci acreditava que a indústria cinematográfica deveria ser controlada e gerenciada pelos próprios trabalhadores, como uma forma de combater a influência ideológica das elites dominantes. Ele também defendia que o cinema deveria ser usado como uma ferramenta educacional para a formação crítica das massas, a fim de que elas pudessem desenvolver uma consciência política e cultural mais sólida. Sendo assim, é possível deduzir que Gramsci enxergaria o *American Way of Life* como uma expressão cultural e ideológica da classe dominante norte-americana, que busca legitimar seu domínio e perpetuar a exploração das classes subalternas. Ele provavelmente criticaria a disseminação global desses valores e padrões de consumo, que podem contribuir para a homogeneização cultural e a perda de identidade das sociedades subalternas.

4 GRAMSCI E A HEGEMONIA CULTURAL

Falar sobre Antonio Gramsci é muito inspirador, pois ele nos faz pensar na sociedade em que vivemos e nos incentiva a buscar mudanças. Gramsci nos desafia a imaginar uma sociedade diferente, mais justa e igualitária. Os conceitos de hegemonia e cultura em seu pensamento são muito importantes para entendermos como as classes subalternas podem lutar por seus direitos. A hegemonia, de acordo com Gramsci, é a dominação exercida por uma classe sobre outras, enquanto a cultura é a forma como as pessoas expressam suas ideias e valores. Gramsci acreditava que era possível mudar a sociedade por meio da construção de uma cultura popular que fosse contra-hegemônica, ou seja, que fosse capaz de desafiar a cultura dominante (ANGELI, 2011).

A hegemonia é isso: capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social que não é homogêneo, mas sim marcado por profundas contradições de classe. Uma classe é hegemônica, dirigente e dominante, até o momento em que – através de sua ação política, ideológica, cultural – consegue manter articulado um grupo de forças heterogêneas, consegue impedir que o contraste existente entre tais forças exploda, provocando assim uma crise na ideologia dominante, que leve à recusa de tal ideologia, fato que irá coincidir com a crise política das forças no poder. (GRUPPI, 1978, p. 70)

Antonio Gramsci (1891-1937) foi um importante filósofo, escritor e político italiano, conhecido por suas contribuições ao marxismo e ao pensamento político do século XX. Devido à sua atuação política e à sua participação no Partido Comunista da Itália, Gramsci enfrentou a repressão do governo fascista italiano e foi preso em 1926, onde permaneceu até sua morte em 1937. Durante sua prisão, Gramsci produziu uma série de escritos conhecidos como "Cadernos do Cárcere", onde desenvolveu ideias inovadoras sobre a cultura, a política, a sociedade e a história. Seus escritos foram amplamente estudados e influenciaram diversos campos do pensamento político e cultural, inspirando intelectuais e ativistas em todo o mundo. Entre as principais contribuições de Gramsci para o pensamento político destacam-se suas ideias sobre a Hegemonia Cultural, a luta contra-hegemônica e a importância da organização popular (ANGELI, 2011).

De acordo com a visão de Gramsci, a conquista e consolidação da hegemonia ocorrem em conflitos que vão além de questões econômicas e políticas, abrangendo também valores culturais e éticos que buscam se legitimar e se universalizar. Portanto, a hegemonia não pode ser vista apenas como coerção, pois envolve a liderança cultural e o consenso social em torno de um conjunto de crenças, normas e regras de conduta, bem como a supressão e superação de outras perspectivas sobre a vida e o mundo (DE MORAES, 2010).

A construção de uma hegemonia é um processo histórico extenso que envolve vários domínios da superestrutura ideológico-cultural. As formas de hegemonia nem sempre são as mesmas e variam de acordo com a natureza das forças que a exercem. Segundo a perspectiva gramsciana, a hegemonia pode e deve ser planejada por uma classe que lidera a formação de um bloco histórico que unifica e dá coesão a diferentes grupos sociais, com o objetivo de criar uma vontade coletiva (DE MORAES, 2010).

uma classe é hegemônica, dirigente e dominante até o momento em que – através de uma ação política, ideológica, cultural – consegue manter articulado um grupo de forças heterogêneas e impedir que o contraste existente entre tais forças exploda, provocando assim uma crise na ideologia dominante, que leve à recusa de tal ideologia, fato que irá coincidir com a crise política das forças no poder (GRUPPI, 1978, p. 67).

Nos Cadernos do Cárcere, Gramsci faz uma distinção entre a "sociedade política" e a "sociedade civil". Ele argumenta que a sociedade política é composta pelas instituições do

Estado e do governo, como os partidos políticos, o parlamento, o exército e a burocracia. Por outro lado, a sociedade civil é composta pelas organizações da sociedade, como os sindicatos, as associações de bairro, as igrejas, as escolas e as organizações culturais (GRUPPI, 1978).

A unidade é dada pelo desenvolvimento dialético das contradições entre o homem e a matéria (natureza — forças materiais de produção). Na economia, o centro unitário é o valor, ou seja, a relação entre o trabalhador e as forças industriais de produção (os que negam a teoria do valor caem no crasso materialismo vulgar, colocando as máquinas em si — como capital constante e técnico — como produtoras de valor, independentemente do homem que as manipula). Na filosofia, é a práxis, isto é, a relação entre a vontade humana (superestrutura) e a estrutura econômica. Na política, é a relação entre o Estado e a sociedade civil, isto é, intervenção do Estado (vontade centralizada) para educar o educador, o ambiente social em geral (GRAMSCI, 2017a, np).

Para entender o pensamento de Gramsci, é importante entender o que ele quer dizer com sociedade civil. Ele usa esse conceito de várias maneiras, e quando ele aprofunda suas ideias, ele as relaciona com conceitos como "hegemonia" e "cultura". Gramsci acreditava que a sociedade civil são “organizações privadas como os sindicatos, partidos, associações, igrejas, jornais etc... São organizações ligadas à iniciativa privada que não pertencem à esfera pública. Elas não pertencem ao Estado” (ANGELI, 2011, p. 128). Elas difundem a concepção de mundo da burguesia, disfarçando o domínio de classe. Não existir líderes intelectuais nessa esfera, pois eles criam, organizam e espalham a ideologia burguesa.

A burguesia é a classe dominante, composta por grupos sociais que detêm o controle econômico e político da sociedade, usando esse poder para impor seus valores e interesses às classes subalternas. Ou seja, proprietários dos meios de produção que obtêm riqueza e poder por meio da exploração do trabalho assalariado. Gramsci argumentava que a burguesia não apenas domina economicamente, mas também busca controlar a cultura, a educação e os meios de comunicação, como forma de consolidar sua Hegemonia Cultural e ideológica sobre as classes subalternas. A burguesia estabeleceu um poderoso conjunto de normas e instituições no âmbito da sociedade civil para sustentar a sua hegemonia. Hegemonia essa que é baseada no consenso da classe trabalhadora. Segundo Gramsci, para romper esse ciclo, não basta apenas tomar o aparato do Estado e expropriar os meios de produção, mas também cortar a transmissão dos valores dominantes burgueses e realizar penetração cultural antes da subida ao poder.

[...] a unidade histórica fundamental, por seu caráter concreto, é o resultado das relações orgânicas entre Estado ou sociedade política e “sociedade civil”. As classes subalternas, por definição, não são unificadas e não podem se unificar enquanto não puderem se tornar “Estado”: sua história, portanto, está entrelaçada à da sociedade civil, é uma função “desagregada” e descontínua da história da sociedade civil e, por este caminho, da história dos Estados ou grupos de Estados. Portanto, deve-se estudar: 1) a formação objetiva dos grupos sociais subalternos, através do desenvolvimento e das transformações que se verificam no mundo da produção econômica, assim como sua difusão quantitativa e sua origem a partir de grupos sociais preexistentes, cuja mentalidade, ideologia e fins conservam por um certo tempo 2) sua adesão ativa ou passiva às formações políticas dominantes, as tentativas de influir sobre os programas destas formações para impor reivindicações próprias e as consequências que tais tentativas têm na determinação de processos de decomposição e de renovamento ou de nova formação; 3) o nascimento de novos partidos dos grupos dominantes, para manter o consenso e o controle dos grupos sociais subalternos; 4) as formações próprias dos grupos subalternos para reivindicações de caráter restrito e parcial; 5) as novas formações que afirmam a autonomia dos grupos subalternos, mas nos velhos quadros; 6) as formações que afirmam a autonomia integral etc (GRAMSCI, 2017d, np).

Essas instituições formam um espaço importante de luta política e cultural, que poderia ser usado para desafiar a Hegemonia Cultural da classe dominante. Além disso, Gramsci argumentava que a classe dominante usava sua influência cultural e ideológica para consolidar sua posição na sociedade, e que a luta contra-hegemônica deveria se concentrar em desafiar essa Hegemonia Cultural através da construção de novas formas de consciência e novas práticas culturais. Ele defendia a construção de novas formas de organização, como os conselhos operários e os conselhos de bairro, que poderiam representar uma nova forma de poder popular, capaz de desafiar a hegemonia da classe dominante.

Aqui, dois princípios básicos são instituídos: primeiro, trata-se da adesão voluntária e da iniciativa do indivíduo e dos grupos sociais e não da ordem instituída pelo Estado. Gramsci ressalta aqui, que os intelectuais têm um papel importante na organização e elaboração da cultura de uma sociedade, capaz de construir hegemonias. As organizações da sociedade buscam obter o consenso de uma larga massa ou da inteira sociedade, originando-se uma luta pela hegemonia cultural e política sobre a sociedade. Segundo, não é da ordem da coerção, mas do consenso, do consentimento, através do diálogo chega-se à obtenção do consentimento. Para obtê-lo, um grupo social deve usar com sabedoria a capacidade de ser hegemônico e fazer-se portador de um projeto universal: dos de baixo (ANGELI, 2011, p. 128).

A concepção gramsciana de sociedade política é definida como uma esfera de domínio das classes dominantes, que se expressa através do Estado e de suas instituições. Nesse sentido, a sociedade política é vista como uma arena de disputa entre as classes sociais, onde

a classe dominante exerce sua hegemonia e as classes subalternas buscam construir uma cultura própria e lutar contra a dominação. Angeli (2011) argumenta que, para Gramsci, é essencial que as classes subalternas se organizem e construam uma cultura própria, como forma de resistência e luta contra a Hegemonia Cultural da classe dominante na sociedade política.

O conceito inovador de hegemonia mostra como uma classe pode dominar outras através do consenso, transformando sua ideologia em verdades aceitas por toda a sociedade. Para Gramsci, a cultura está ligada à hegemonia e é algo que deve ser praticado e cultivado. Durante sua prisão, ele deu um novo significado aos conceitos de hegemonia e cultura, preocupando-se em como despertar e desenvolver a consciência política capaz de resistir à sociedade burguesa dominante. Ele enfatiza também a importância de uma "reforma cultural" que deve estar ligada à reforma econômica (ANGELI, 2011).

É ainda possível, no mundo moderno, a hegemonia cultural de uma nação sobre as outras? Ou o mundo já está de tal modo unificado em sua estrutura econômico-social que um país, mesmo podendo ter "cronologicamente" a iniciativa de uma inovação, não pode porém conservar o monopólio político dela e, portanto, servir-se desse monopólio como base de hegemonia? Então, que significado pode ter hoje o nacionalismo? Não será ele possível apenas como "imperialismo" econômico-financeiro, e não mais como "primado civil" ou hegemonia político-intelectual? (GRAMSCI, 1975 apud DOS PASSOS, 2016, p. 8)

Gramsci acreditava que a cultura é um reflexo do ambiente social, como a classe ou o grupo, e se manifesta em normas, ideias e convicções. Isso forma a vontade e comportamento coletivo. A cultura abrange ciência, arte, religião, filosofia e política, desde que sejam produtos do desenvolvimento histórico de um grupo social. Gramsci reconhece que o capitalismo produz duas culturas: a dos dominantes e a dos subalternos. Os intelectuais têm a responsabilidade de transformar o senso comum em culturas coerentes e poderosas. Eles não devem se deixar levar pelo "canto do cisne" produzido pelo sistema dominante (GRUPPI, 1978).

A cultura das classes subalternas é muito importante, pois é onde a política cultural é realizada. Ele critica a cultura burguesa e acredita que nenhuma classe social pode manter o poder sem o consenso das massas. Para conseguir esse consenso, é preciso exercer a hegemonia sobre o povo. No entanto, nem tudo que vem do povo é crítico, e a política

cultural é sempre contingente e estratégica. Gramsci acredita que a cultura é fluida e depende do momento histórico e do local em que é produzida.

Quando Gramsci se refere à "concepção cultural mais elevada" como "bom senso", ele está propondo uma visão de cultura que não é elitista ou aristocrática. Ele está preocupado em entender a relação entre a cultura e as grandes massas populares e como elas percebem e vivenciam a cultura. Para Gramsci, é importante que a cultura não seja vista como algo distante ou inacessível para as classes subalternas, mas que seja uma forma de expressão e desenvolvimento humano acessível a todos. Isso é fundamental para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

4.1 O Indivíduo e a Política

Gramsci costumava dizer que o indivíduo não é visto como um ser isolado e autossuficiente, mas sim como um ser social, cujas ações são influenciadas e moldadas pelas relações e estruturas sociais em que está inserido. Em sua teoria da Hegemonia Cultural, ele enfatiza que a cultura e a ideologia dominante de uma sociedade são construídas e mantidas por meio de uma luta entre as classes dominantes e as classes subalternas. Assim, o indivíduo é visto como um agente ativo nessa luta, sendo capaz de resistir ou reforçar a Hegemonia Cultural existente. Gramsci também enfatiza a importância da educação e da formação da consciência crítica dos indivíduos para a transformação da sociedade e a construção de uma cultura mais justa e igualitária (GRUPPI, 1978).

O fato do ser humano possuir linguagem, participar do senso comum e aderir a alguma forma de religião, mesmo que de maneira simples e popular, está diretamente ligado à vida cultural das classes subalternas, dos trabalhadores e dos camponeses. Cada indivíduo, por possuir a capacidade de falar, tem uma concepção de mundo, mesmo que não seja consciente e crítica, pois a linguagem é uma forma embrionária de concepção do mundo. Gramsci observa que a consciência de cada indivíduo é moldada pelo ambiente em que vive, influenciada por diversos fatores contraditórios.

O aluno das escolas públicas não estabelece de modo algum, como seria de esperar, uma ponte entre o proletariado e a burguesia. Apenas um burguês a mais, tudo bem.

Mas seus irmãos deixam de reconhecê-lo. Não mais veem nele um dos seus. Como o povo em nada participa do modo de expressão dos intelectuais, torna-se necessário ou que o povo se oponha aos intelectuais, constituindo uma espécie de nacionalidade com sua linguagem própria, ou que ele deixe absolutamente de ter linguagem e que mergulhe numa espécie de barbárie (GRAMSCI, 2017b, np).

A consciência humana é composta de elementos díspares e influências ideológicas acumuladas por meio de estratificações sociais e culturais. Portanto, a consciência humana é o resultado de um processo social (GRUPPI, 1978). As necessidades humanas são influenciadas pelos padrões predominantes e possuem um caráter histórico. Em diferentes contextos de tempo e espaço, muitas das necessidades humanas sofrem alterações devido às condições que os cercam. Essas necessidades podem ser divididas em falsas e verdadeiras. As necessidades falsas são impostas e moldadas de acordo com os interesses do sistema vigente. As necessidades do sistema atual incluem distração, comportamento, descanso, consumo de acordo com os anúncios e amor ou ódio pelo que é amado ou odiado por todos. Essas necessidades são criadas para reprimir fatores que poderiam atrapalhar o funcionamento da sociedade, mantendo a ordem vigente para garantir as condições ideais de produtividade e consumo. Por outro lado, as necessidades verdadeiras são inquestionáveis e básicas, uma vez que sem elas, não seria possível criar qualquer outra necessidade falsa (OURÍVEIS, 2013).

Quando Gramsci afirma que "todo homem é filósofo", ele está se referindo ao fato de que todos nós, como seres humanos, temos uma capacidade inata de pensar e refletir sobre o mundo ao nosso redor. A filosofia não é apenas um conjunto de ideias abstratas ou teorias intelectuais, mas uma forma de ver e entender o mundo que está presente em todas as pessoas. Para Gramsci, a filosofia não se limita aos acadêmicos ou especialistas, mas é uma atividade humana comum e cotidiana. Todos nós fazemos suposições, tomamos decisões e avaliamos nossas experiências com base em nossas visões de mundo e valores pessoais. A filosofia é, portanto, uma forma de consciência presente em todas as pessoas, independentemente de sua educação formal ou nível de instrução (GRUPPI, 1978).

Gruppi (1978) fala sobre a importância da política na relação entre intelectuais e pessoas simples. A política ajuda a estabelecer uma conexão entre ideias mais elevadas (como a filosofia) e as massas subalternas (pessoas com menos poder e voz na sociedade), permitindo que elas superem seus pontos de vista sem crítica. Em outras palavras, a política é

uma maneira de facilitar a comunicação entre grupos diferentes na sociedade e permitir que ideias mais complexas sejam entendidas por todos.

A mediação entre as pessoas simples e os intelectuais é operada pela política; é a política que, através da experiência que nela se desenvolve, estabeleceu a relação entre a filosofia superior a concepção crítica, e as massas subalternas, permitindo a essas últimas a superação de seus pontos de vista acríticos. (GRUPPI, 1978, p. 71)

Para Gramsci, o processo de desenvolvimento de uma formação crítica e, conseqüentemente, de uma intervenção ativa e consciente na história do mundo, não se dá apenas por meio de uma reflexão pessoal e individual, mas sim por meio de um processo social e político-ideológico. O partido desempenha um papel fundamental nesse processo (GRUPPI, 1978).

As classes sociais subalternas são submetidas a uma concepção de mundo imposta pelas classes dominantes, cuja ideologia reflete a função histórica das classes dominantes e não os interesses ou a função histórica, ainda inconsciente, das classes subalternas. A ideologia da classe dominante chega às classes subalternas, incluindo a classe operária e camponesa, por meio de vários canais, através dos quais a classe dominante constrói sua influência ideal e sua capacidade de moldar a consciência coletiva, sua hegemonia. Um desses canais é a escola, que Gramsci analisa com grande atenção. Ele identifica na divisão entre escola profissional e escola ginásial-colegial uma fratura típica e de classe na escola italiana, onde a escola profissional é destinada àqueles que ocuparão posições subalternas, enquanto o ginásio-colégio é voltado para os quadros dirigentes da sociedade. Gramsci propõe uma escola média unificada, de caráter formativo geral, como solução para essa divisão (GRUPPI, 1978).

A escola — em todos os seus níveis — e a Igreja são as duas maiores organizações culturais em todos os países, graças ao número de pessoas que utilizam. Os jornais, as revistas e a atividade editorial, as instituições escolares privadas, tanto as que integram a escola de Estado quanto as instituições de cultura do tipo das universidades populares. Outras profissões incorporam em sua atividade especializada uma fração cultural não desprezível, como a dos médicos, dos oficiais do exército, da magistratura. Entretanto, deve-se notar que em todos os países, ainda que em graus diversos, existe uma grande cisão entre as massas populares e os grupos intelectuais, inclusive os mais numerosos e mais próximos à periferia nacional, como os professores e os padres. E isso ocorre porque o Estado, ainda que os governantes digam o contrário, não tem uma concepção unitária, coerente e homogênea, razão pela qual os grupos intelectuais estão desagregados em vários

estratos e no interior de um mesmo estrato. A Universidade, com exceção de alguns países, não exerce nenhuma função unificadora; um livre-pensador, frequentemente, tem mais influência do que toda a instituição universitária, etc (GRAMSCI, 2017a, np).

Um outro canal é a igreja. Gramsci via a Igreja como uma instituição que, em geral, defendia os interesses das classes dominantes e, portanto, contribuía para a manutenção da ordem social existente. Ele argumentou que a Igreja tinha uma forte presença na vida cotidiana das pessoas, especialmente nas áreas rurais da Itália, e que essa presença era uma fonte importante de sua influência cultural e política. Gramsci estava particularmente preocupado com o fato de que o catecismo era muitas vezes usado para ensinar a submissão e a obediência, e que essas ideias eram então internalizadas pelas pessoas e reproduzidas em suas vidas diárias (GRUPPI, 1978).

Os elementos principais do senso comum são fornecidos pelas religiões e, conseqüentemente, a relação entre senso comum e religião é muito mais íntima do que a relação entre senso comum e sistemas filosóficos dos intelectuais. Mas, também com relação à religião, é necessário distinguir criticamente. Toda religião, inclusive a católica (ou antes, sobretudo a católica, precisamente pelos seus esforços de permanecer “superficialmente” unitária, a fim de não fragmentar-se em igrejas nacionais e em estratificações sociais), é na realidade uma multiplicidade de religiões distintas e frequentemente contraditórias: há um catolicismo dos camponeses, um catolicismo dos pequenos burgueses e dos operários urbanos, um catolicismo das mulheres e um catolicismo dos intelectuais, também este variado e desconexo. Sobre o senso comum, entretanto, influem não só as formas mais toscas e menos elaboradas destes vários catolicismos, atualmente existentes, como influíram também e são componentes do atual senso comum as religiões precedentes e as formas precedentes do atual catolicismo, os movimentos heréticos populares, as superstições científicas ligadas às religiões passadas, etc. [...] A religião, e uma Igreja determinada, mantém a sua comunidade de fiéis (dentro de certos limites, das necessidades do desenvolvimento histórico global) na medida em que mantém permanente e organizadamente a própria fé, repetindo infatigavelmente a sua apologética, lutando sempre e em cada momento com argumentos similares, e mantendo uma hierarquia de intelectuais que emprestem à fé pelo menos a aparência da dignidade do pensamento (GRAMSCI, 2017a, np).

Outro canal era o serviço militar. Gramsci tinha visões críticas sobre o serviço militar e o manual do cabo, que era um livro que descrevia as responsabilidades e deveres dos cabos nas forças armadas italianas. Gramsci argumentava que o serviço militar era uma instituição cultural que reforçava a submissão e a obediência às autoridades, características valorizadas pela classe dominante. Para Gramsci, o serviço militar não apenas treinava homens para se tornarem soldados obedientes, mas também moldava a mentalidade e a atitude das pessoas em relação à autoridade e ao poder. O manual do cabo, por sua vez, apresentava uma hierarquia

rígida e ensinava a importância da obediência às ordens superiores. Gramsci via essas instituições como parte do que ele chamava de "aparelho coercitivo do Estado", que era usado para manter a Hegemonia Cultural da classe dominante. Ele argumentava que, ao reforçar a submissão e a obediência, essas instituições ajudavam a manter a ordem social existente e impediam a possibilidade de transformação social (GRUPPI, 1978).

Conforme o que foi apresentado até aqui, é inevitável se perguntar o que Gramsci diria sobre outros canais, como o cinema, a televisão e, talvez o mais polêmico de todos, a internet. No contexto da internet, podemos ver como as empresas de tecnologia e os gigantes das redes sociais têm um papel importante na formação da opinião pública e na construção da Hegemonia Cultural. Essas empresas têm o poder de censurar ou promover determinados pontos de vista e de moldar as discussões políticas e sociais. No entanto, a internet também tem sido uma ferramenta importante para a contra-hegemonia e a luta por uma cultura alternativa. As redes sociais e plataformas online têm permitido que pessoas de diferentes partes do mundo se conectem e compartilhem informações e ideias que desafiam a visão de mundo da classe dominante. Isso inclui a disseminação de ideias progressistas, a organização de movimentos sociais e a promoção de uma cultura alternativa. Portanto, podemos argumentar que Gramsci provavelmente veria a internet como uma ferramenta ambivalente, capaz de tanto reforçar a Hegemonia Cultural da classe dominante quanto possibilitar a contra-hegemonia e a luta por uma cultura alternativa. Ele provavelmente defenderia a importância de uma educação crítica e da formação de uma cultura progressista que pudesse desafiar a ideologia dominante e promover a transformação social na era da tecnologia digital.

4.2 O Cinema e a Hegemonia Cultural

Apesar de o cinema ainda não ser tão popular na época em que Gramsci viveu, ele era uma pessoa muito interessada nas diferentes formas de arte e comunicação. Ele estava ciente da importância dos meios de comunicação de massa para a formação da opinião pública e para a construção da Hegemonia Cultural. Quando Gramsci foi preso, em 1926, o cinema ainda estava em sua fase silenciosa e o rádio tinha apenas alguns anos de existência. No entanto, ele acompanhou o desenvolvimento dessas tecnologias de perto, demonstrando

interesse e preocupação com o seu impacto na sociedade. Quando foi informado, no cárcere, sobre o surgimento do cinema falado, Gramsci compreendeu imediatamente a sua importância como um meio de comunicação mais poderoso e persuasivo. Ele reconheceu o potencial do cinema como uma ferramenta de propaganda política e cultural, capaz de alcançar e influenciar um grande número de pessoas. Além disso, Gramsci também se ocupava com os romances seriados, que eram publicados em capítulos em revistas e jornais. Ele via nessa forma de arte uma maneira de entreter e educar as massas, mas também reconhecia o potencial desses romances para reforçar a ideologia dominante (GRUPPI, 1978).

Gramsci reconheceu o potencial do cinema como meio de comunicação em massa capaz de moldar a consciência popular. Ele acreditava que o cinema podia ser usado para fortalecer a consciência crítica das massas, tornando-se um meio para elas entenderem o mundo em que vivem e os processos políticos e econômicos que afetam suas vidas. O cinema, para Gramsci, também poderia ser usado para promover mudanças sociais e políticas. Ele via o cinema como uma forma de arte popular e democrática que poderia unir diferentes grupos sociais e fornecer uma visão compartilhada do mundo. Em suas ideias sobre o cinema, Gramsci antecipou muitas das discussões atuais sobre a cultura de massa e a indústria cultural. Ele reconheceu que as formas de arte populares são moldadas pelas condições políticas e econômicas em que são produzidas, mas também viu o potencial delas para inspirar mudanças sociais e promover a consciência crítica (GRUPPI, 1978).

Durante a era do cinema, o desenvolvimento da tecnologia cinematográfica na Itália apresentou uma história de desigualdade. Embora tenha sido altamente valorizada e influente no início do século XX, a indústria cinematográfica italiana entrou em declínio na década de 1920, com o público italiano e das Américas deixando de frequentar as salas de cinema para assistir filmes italianos. Nesse período, Hollywood começou sua longa caminhada em direção à Itália, moldando as imagens de modernidade para os italianos. Os comentários de Gramsci sobre "americanismo e fordismo" não apenas refletem sua perspectiva internacional, mas também sua sensibilidade à crescente influência do americanismo. Em particular, ele identificou aspectos do americanismo e fordismo que tiveram um papel crítico no cinema dos anos fascistas, com personagens como o milionário, o aristocrata decadente, a balconista, o

trabalhador em ascensão, a secretária, e uma ênfase maior na castidade, família, maternidade e nas tensões entre cidade e campo (LANDY, 2020).

Gramsci em seus escritos pré-prisão e nos Cadernos estava atento à ascensão do cinema em relação ao teatro, observando que a mais nova forma de arte havia se tornado muito bem sucedida. Ele também compreendia bem o divismo, um antigo sistema de estrelas baseado em personagens melodramáticos e narrativas derivadas do romance do século XIX, óperas líricas e imprensa, transpostos para o cinema mudo. Suas observações sobre a diva Lyda Borelli destacam como a sexualidade assumiu novas configurações na modernidade, onde "uma espécie de mistério órfico é construída inconscientemente". Em 1917, Gramsci escreveu: "No começo era a palavra 'sexo'... Na verdade, no começo era o sexo. O elemento 'sexo' encontrou no cinema seu potencial moderno para contato com o público... Borelli é a artista por excelência para o cinema, onde a linguagem é apenas o corpo humano em sua plasticidade sempre renovada" (LANDY, 2020).

Gramsci acreditava que a linguagem era muito importante porque influencia como as pessoas pensam e se comportam. Ele via os meios de comunicação, como jornais, rádio e cinema, como uma forma de disseminar ideias e valores que poderiam moldar a cultura e as crenças de uma sociedade. Mas Gramsci não achava que a tecnologia e a mídia fossem as únicas fontes de mudança cultural. Ele também valorizava outras formas de comunicação, como o teatro e a literatura, e acreditava que a educação era fundamental para mudar a maneira como as pessoas pensam (LANDY, 2020).

Durante as décadas de 1920 a início dos anos 1940, na Itália, os meios de comunicação foram importantes na criação da aparência de consentimento sob o fascismo. As influências de D'Annunzio e Benito Mussolini fazem parte da história da política fascista como cultura, por meio do uso do potencial tecnológico da imagem cinematográfica para influenciar as massas. Consciente do poder dos meios de comunicação de massa, D'Annunzio ofereceu uma imagem do líder encarnado, uma fantasia que deveria ser considerada como real. Personificando uma forma superior de humanidade, em cada ação, ele revelava sua natureza diferente e sua separação da multidão medíocre (LANDY, 2020).

Hoje em dia, a televisão oferece uma relação diferente com a imagem. Um dos principais produtos que a televisão oferece é a venda de tempo. Isso significa que a televisão tem um valor comercial importante porque vende tempo de exibição para propagandas e anúncios publicitários. Ou seja, além dos programas que são exibidos, a televisão lucra com os comerciais que passam durante as pausas. A televisão pode fazer muitas coisas que o cinema faz, e tudo ao mesmo tempo. Ela pode criar filmes de longa-metragem, documentar eventos (biografias, catástrofes, documentários científicos e médicos), é uma mídia de notícias, pode produzir programas curtos e longos, incluindo desenhos animados e pode servir como uma mídia educativa. A televisão oferece uma grande variedade de programas e é uma fonte importante de informação, entretenimento e educação. Ela também tem a capacidade de produzir e transmitir imagens em tempo real, tornando-se um meio de comunicação imediato e simultâneo. Na televisão comercial, a publicidade é integrada aos programas, enquanto na televisão não comercial, ela é menos visível. A televisão pode documentar eventos, produzir filmes e programas educacionais, entre outras coisas. No entanto, o excesso de informações pode fazer com que as pessoas esqueçam facilmente o que viram, e a ênfase na transmissão de eventos catastróficos pode aniquilar a memória e a continuidade (LANDY, 2020).

Essas características não são parte natural da televisão, mas são comuns na sociedade capitalista dos Estados Unidos. Lá, o problema está relacionado à circulação de mercadorias e é multiplicada por meio de repetição, seleção e censura. O governo tem controle sobre as informações que são divulgadas na mídia, como aconteceu no caso do 11 de setembro e da Guerra do Iraque. Os espectadores são bombardeados com imagens de violência e ameaças, como a de terrorismo. Eles são recrutados pela ansiedade e medo. A repetição de imagens de desastres e mercadorias também é comum (LANDY, 2020).

A mídia, com o apoio do senso comum do capitalismo global triunfante, tem desempenhado um papel crítico em reforçar a crença na inevitabilidade da guerra, da ganância corporativa e dos desastres naturais. A televisão e o cinema têm oferecido uma infinidade de filmes sobre guerras, retratos da vida social disfuncional e dramas de ascensão social e realização pessoal. No entanto, para os espectadores atentos, a mídia também expõe a

persistência da marcha do capitalismo e seus mecanismos atualizados e diversos de consentimento e coerção que envolvem instituições estatais e civis. A insatisfação com a nova ordem é evidente em todo o espectro político, expressa no antagonismo às guerras "mal gerenciadas", na irresponsabilidade fiscal, na falta de benefícios econômicos e sociais prometidos pela velha/nova ordem do capital, na expansão proliferada da classe subalterna e nos abusos de poder do Estado (LANDY, 2020).

4.3 Gramsci, Cinema, e a Hegemonia Norte-Americana

Como já foi mencionado nos tópicos anteriores, a Hegemonia Cultural é a capacidade de uma classe dominante de impor sua visão de mundo e seus valores culturais sobre as outras classes sociais. Gramsci acreditava que essa hegemonia era alcançada por meio da criação de um consenso entre as diferentes classes sociais, em vez do uso da força. Gramsci argumentava que a classe dominante exercia esse poder por meio de instituições culturais como a mídia, a educação e a religião, moldando as mentes das pessoas e fazendo com que elas aceitassem sua visão de mundo como a única possível. É a dominação intelectual de uma classe sobre as outras, através da imposição de suas ideias, valores e crenças como sendo as "verdadeiras" e "universais", mesmo que não sejam necessariamente verdadeiras ou universais. Isso é feito pela produção e distribuição de ideias através da mídia e outras formas de cultura popular (GRUPPI, 1978).

No que diz respeito ao cinema, o filósofo marxista acreditava que a indústria cinematográfica tinha um papel fundamental na criação da Hegemonia Cultural. Ele argumentava que o cinema podia ser usado como um canal de propaganda para disseminar as ideias e valores da classe dominante. Ao criar histórias e personagens que reforçam essas ideias, a indústria cinematográfica pode influenciar a maneira como as pessoas pensam e agem. Além disso, Gramsci acreditava que o cinema poderia ser usado como uma ferramenta para resistência e subversão. Ele via o cinema como uma forma de arte popular que poderia ser usada para desafiar as ideias dominantes e promover a resistência cultural (LANDY, 2020).

A indústria cinematográfica é dominada por grandes corporações que visam o lucro e

podem usar o cinema para promover seus interesses, inclusive políticos. É possível observar, por exemplo, que muitos filmes americanos retratam o país como uma potência mundial justa e defensora da liberdade, o que pode influenciar a opinião pública e tornar mais fácil a aceitação de decisões políticas que beneficiem essas corporações (OURÍVEIS, 2013). Assim, a Hegemonia Cultural do cinema pode ser um mecanismo de perpetuação das desigualdades e da dominação das classes dominantes sobre as dominadas, por meio da disseminação de valores, ideias e comportamentos que reforçam o status quo e deslegitimam qualquer possibilidade de mudança social (LANDY, 2020).

No início do século XX, os Estados Unidos estavam se tornando uma das maiores potências econômicas do mundo, e isso proporcionou um ambiente propício para o crescimento da indústria cinematográfica. Além disso, a concentração geográfica dos estúdios em Hollywood, na Califórnia, permitiu que a indústria se consolidasse e se expandisse. Durante a era do cinema clássico, que durou aproximadamente de 1920 a 1960, os estúdios de Hollywood se tornaram uma máquina de produção em grande escala, controlando a distribuição e exibição de filmes em todo o mundo. Isso permitiu que os estúdios estabelecessem padrões de qualidade e estilos de narrativa que se tornaram amplamente reconhecidos e aceitos em todo o mundo (OURÍVEIS, 2013).

A Hegemonia Cultural do cinema americano foi construída ao longo de décadas de expansão e consolidação da indústria, além da adoção global do inglês como língua franca e da disseminação da cultura popular americana. Pode-se dizer que a indústria se consolidou através de uma combinação de fatores, incluindo o desenvolvimento tecnológico e econômico dos Estados Unidos no século XX, a expansão dos estúdios de Hollywood durante a era do cinema clássico, e o poder do dólar na era da globalização.

O interessante da teoria de Gramsci é que podemos enxergar o conceito de Hegemonia Cultural tanto no âmbito interno quanto no externo do sistema internacional. Na esfera interna, a teoria se concentra em como uma classe dominante pode exercer controle sobre as ideias, valores e crenças de outras classes por meio do consenso, em vez da força bruta. Isso pode ser visto em como a cultura dominante de uma sociedade pode se tornar a cultura

"padrão" e ser aceita como verdade universal, enquanto as culturas das classes subalternas são marginalizadas e desvalorizadas. Na esfera externa, a teoria da Hegemonia Cultural pode ser aplicada para entender como as potências dominantes exercem influência sobre outras nações e culturas em nível global. Isso pode ser visto em como a cultura ocidental se tornou dominante em todo o mundo e como os valores e ideologias ocidentais são frequentemente aceitos como universais, enquanto as culturas e ideologias de outras nações são marginalizadas ou desvalorizadas. As potências dominantes podem usar sua cultura e mídia para disseminar suas ideias e crenças para outras nações, influenciando suas políticas e comportamentos.

O conceito de Hegemonia Cultural de Gramsci parte do princípio de que a hegemonia da burguesia é conquistada também no plano cultural e ideológico. Não depende só do controle do aparato de coerção do Estado e da propriedade dos meios de produção. Ele aponta que a burguesia consegue retratar os seus interesses e valores particulares de classe como representações do bem comum. Assim cria consenso/consentimento (e passividade) junto à classe explorada dos trabalhadores e não precisa usar tanta violência para fazer conseguirem o que quer.

A hegemonia norte-americana na indústria cinematográfica se manifesta de várias maneiras. Em primeiro lugar, os Estados Unidos são o maior produtor e exportador de filmes do mundo, com Hollywood sendo a meca do cinema mundial. Segundo Moody (2017), “Hollywood domina a indústria cinematográfica internacional, com os seis maiores estúdios (Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal e Warner Brothers) representando US\$ 22,4 bilhões do total global da bilheteria de US\$ 38,6 bilhões em 2016”. Além disso, a maioria dos grandes estúdios de cinema está localizada nos Estados Unidos. Essa hegemonia também se manifesta no conteúdo dos filmes produzidos. A maioria dos filmes de sucesso comercial produzidos em Hollywood são em inglês e seguem as convenções narrativas, temáticas e estéticas americanas. Isso significa que a perspectiva americana é dominante na indústria cinematográfica, com muitos filmes retratando a cultura, a história e a política dos Estados Unidos.

Hollywood é reconhecida como a principal fonte de propaganda política do tipo *soft power*¹⁸, e recebe grande apoio do governo dos Estados Unidos para produzir seus sucessos mundiais. Roteiristas, diretores, executivos, produtores, atores e outros profissionais da mídia são convidados para treinamentos, mesas redondas e visitas a locais restritos, tudo cuidadosamente planejado para promover valores e ideias que requerem apoio, como a importância do alistamento no exército e o significado de conceitos novos, como a "guerra ao terror". Até mesmo instituições de serviço secreto, como a CIA (Central Intelligence Agency) e o FBI (Federal Bureau of Investigation), mantêm parcerias com a indústria cinematográfica (OURÍVEIS, 2013).

Os valores do zelo pela paz, disseminação da democracia e respeito pela diversidade cultural são retratados nas telas dos cinemas, tornando-se objetos de admiração e inspiração para a formação dos indivíduos. A identificação e internalização desses valores na vida do espectador são facilitadas pela experiência proporcionada pelo cinema, onde o indivíduo pode perceber a rua como uma continuação do filme que acabou de assistir. A perfeição com que as técnicas cinematográficas duplicam os objetos empíricos torna mais fácil a ilusão de que o mundo exterior é um prolongamento sem ruptura do mundo descoberto no filme (OURÍVEIS, 2013).

Os Estados Unidos utilizam a Hegemonia Cultural como forma de fortalecer sua influência global, tendo em Hollywood uma grande aliada nessa empreitada. Os filmes produzidos em estúdios americanos, repletos de valores e ideais que representam a cultura norte-americana, são divulgados em todo o mundo, mesmo que os governos de outros países incentivem a produção de filmes locais. Através de programas de televisão e cinema, a cultura americana é levada além-fronteiras, apresentando personagens, lugares e discursos que cativam e seduzem os espectadores, gerando identificação. Dessa forma, a imagem dos EUA como nação invencível, benevolente e protetora é disseminada, reforçando a posição de liderança do país no cenário global. Além de Hollywood, empresas multinacionais também propagam valores e padrões comportamentais americanos, que acabam sendo absorvidos pela

¹⁸ Para uma definição de soft power ver a introdução deste trabalho.

cultura local em diferentes países do mundo.

A união entre o cinema e a televisão contribui muito para propagar os valores norte-americanos mundo afora. O governo dos Estados Unidos teve um papel importante nessa integração, ajudando a indústria cinematográfica e evitando que cinema e TV evoluíssem separadamente. Eles criaram formas de incentivar a convergência entre as duas mídias, permitindo que a televisão e o cinema se desenvolvessem de forma unida, formando a indústria audiovisual (MATTA, 2008).

Nesse contexto, é importante mencionar que as premiações de cinema e televisão, como o Oscar e o Emmy, têm uma grande influência na indústria audiovisual e na hegemonia norte-americana. Essas premiações são vistas como um reconhecimento de excelência na produção de conteúdo audiovisual e são amplamente divulgadas em todo o mundo, contribuindo para a difusão da cultura e dos valores dos Estados Unidos. Essas premiações destacam as produções de Hollywood e das grandes emissoras de televisão dos EUA, consolidando a imagem de liderança da indústria audiovisual americana em escala global. Pode-se afirmar que as premiações também têm uma influência significativa na definição de estratégias de marketing e na escolha de investimentos na indústria audiovisual. Os prêmios podem influenciar na recepção do público e na rentabilidade das produções, já que as obras premiadas costumam ter maior visibilidade e credibilidade junto ao público e à crítica especializada. Essas premiações também são alvo de críticas por conta de questões de representatividade e inclusão, uma vez que costumam privilegiar produções que retratam a realidade e os valores predominantes nos Estados Unidos, deixando de fora obras de outros países e de minorias étnicas e sociais.

Pode-se dizer que a interação entre diferentes culturas se intensificou na década de 1990, quando o mundo experimentou um período de rápida globalização, impulsionado principalmente pelo avanço da tecnologia e da comunicação. A cultura se tornou cada vez mais globalizada, com o aumento do intercâmbio de ideias, informações e bens culturais entre diferentes países e culturas. Nesse contexto, a Hegemonia Cultural de Hollywood se tornou ainda mais evidente.

Na cerimônia do Oscar de 1999, Fernanda Montenegro foi indicada na categoria de Melhor Atriz por sua atuação no filme brasileiro "Central do Brasil". Embora tenha sido amplamente elogiada pela crítica e pelo público, ela acabou perdendo o prêmio para Gwyneth Paltrow, por sua atuação em "Shakespeare Apaixonado". A escolha dos vencedores do Oscar é feita por membros da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, que votam em seus favoritos em cada categoria. Embora Fernanda Montenegro tenha sido uma forte concorrente naquele ano, muitos fatores podem ter contribuído para sua derrota, incluindo a campanha publicitária em torno dos outros indicados e preferências pessoais dos votantes. Apesar de não ter ganhado o Oscar, a performance de Fernanda Montenegro em "Central do Brasil" foi reconhecida em muitos outros prêmios e festivais de cinema internacionais.

Em 1999, a atriz brasileira Fernanda Montenegro concorreu ao Oscar após a sua atuação em "Central do Brasil". Contudo, a atriz Gwyneth Paltrow foi a grande vencedora da premiação devido a encenação na produção de 'Shakespeare in Love'. O assunto voltou à tona em novembro de 2020, durante uma entrevista da atriz Glenn Close à rede americana ABC. A estrela disse que a brasileira deveria ter ganhado no lugar de Gwyneth Paltrow. "Honestamente, eu nunca entendi como é possível comparar atuações. Eu lembro aquele ano em que Gwyneth Paltrow ganhou daquela atriz incrível de 'Central do Brasil.' Eu pensei o quê? Isso não faz sentido", afirmou a atriz norte-americana (GEARINI, 2021, np).

Harvey Weinstein¹⁹ era conhecido por suas habilidades em fazer campanhas de marketing e promover filmes, usando sua influência e conexões na indústria cinematográfica. Para *Shakespeare Apaixonado*, ele usou uma abordagem agressiva de promoção, que incluiu campanhas publicitárias em massa e a realização de sessões privadas de exibição para membros votantes da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, que selecionam os vencedores do Oscar. A campanha publicitária de Weinstein para *Shakespeare Apaixonado* foi

¹⁹ Harvey Weinstein é um produtor cinematográfico americano que, juntamente com seu irmão Bob, fundou a Miramax Films em 1979 e, posteriormente, a The Weinstein Company em 2005. Ele é conhecido por produzir muitos filmes aclamados pela crítica, incluindo "Pulp Fiction", "Shakespeare Apaixonado", "Gênio Indomável", "O Discurso do Rei", entre outros. Weinstein ficou conhecido na indústria cinematográfica por suas campanhas agressivas durante a temporada de premiações, que incluíam uma série de estratégias para promover os filmes que ele produzia e aumentar suas chances de ganhar prêmios importantes, como o Oscar. Em 2017, Weinstein foi acusado por várias mulheres de assédio sexual, estupro e outros crimes sexuais, o que levou a uma série de denúncias contra ele. A partir dessas denúncias, muitas outras mulheres se manifestaram, revelando comportamentos abusivos e assédio sexual por parte de Weinstein. Isso sugere que as táticas de marketing agressivas de Weinstein durante a temporada de premiações eram uma extensão de seu comportamento abusivo e manipulador em outros aspectos de sua vida. Ele usou sua posição de poder na indústria cinematográfica para promover seus filmes e se destacar na competição por prêmios, mas também usou essa posição para intimidar e assediar sexualmente mulheres em sua esfera de influência.

bem-sucedida, e o filme recebeu muitas indicações ao Oscar, incluindo Melhor Filme, Melhor Diretor e Melhor Atriz, além de Melhor Ator Coadjuvante, Melhor Roteiro Original, entre outras. No final, o filme ganhou sete Oscars, incluindo Melhor Filme e Melhor Atriz para Gwyneth Paltrow.

Os estúdios Miramax ganharam 10 dos 20 Oscar a que seus dois filmes, "Shakespeare Apaixonado" e "A Vida É Bela", concorriam, entre eles as de filme e atriz (para "Shakespeare" e Gwyneth Paltrow) e ator (para Roberto Benigni). O fato de o concorrente direto "O Resgate do Soldado Ryan", do poderoso Steven Spielberg, ter levado apenas um importante (diretor) e de atuações consideradas fracas, como as de Paltrow, Benigni e do próprio "Shakespeare Apaixonado", terem sido premiadas, ressuscitou a polêmica sobre quão éticos teriam sido os irmãos Harvey e Robert Weinstein, da Miramax, em sua campanha pelo Oscar. Para tentar ganhar os votos dos 5.557 membros votantes da Academia, a Miramax começou uma verdadeira guerra publicitária, investindo US\$ 15 milhões. [...] Para Arthur Cohn, que participa, entre outros, da produção de "Central do Brasil" -que perdeu ontem o Oscar de melhor filme estrangeiro para "A Vida É Bela" e o de melhor atriz (Fernanda Montenegro) para "Shakespeare"-, o resultado é "decepcionante". "Temos aí uma prova de que os milhões de dólares investidos pela Miramax fizeram de "A Vida É Bela" um enorme sucesso comercial. E, infelizmente, o dinheiro, mais uma vez, acabou influenciando no resultado da noite passada", disse. Cohn afirmou não acreditar em mudanças nas regras: "Acho que, por mais poder que uma pessoa tenha, ninguém vai mudar o sistema. O meu medo maior é a possibilidade de esse tipo de jogo incentivar no futuro outros filmes indicados ao Oscar a se tornar obras comerciais, em vez de obras de arte" (GRAU e CASTILHO, 1999, np).

Segundo Paul Moody (2017), as embaixadas dos Estados Unidos em diferentes países têm apoiado a indústria cinematográfica de Hollywood como uma forma de disseminar a cultura americana no exterior. Em seu artigo "Apoio da Embaixada dos EUA para a Dominação Global de Hollywood: Imperialismo Cultural Redux" publicado em 2017, o autor argumenta que esse apoio é uma forma de "imperialismo cultural" que reforça a hegemonia dos Estados Unidos no mundo.

A primeira maneira pela qual as embaixadas dos EUA apoiam Hollywood é monitorando e avaliando as condições do mercado local e nacional. O papel fundamental desempenhado por qualquer embaixada dos EUA é relatar ao Departamento de Estado as atividades de seu estado anfitrião e suas implicações para o comércio e as relações internacionais dos EUA. Essa atividade é detalhada em vários cabos do WikiLeaks que observam questões relacionadas aos interesses econômicos dos EUA, descrevendo eventos que poderiam ter alguma influência futura na rentabilidade de filmes e cineastas de Hollywood. Por exemplo, em 2010, uma embaixada avaliou as oportunidades potenciais para coproduções entre Hollywood/Bollywood em Mumbai e delineou as possíveis dificuldades que Hollywood enfrentaria ao fazer uma produção blockbuster com um parceiro de estúdio na Índia. Para os estúdios de Hollywood, as recompensas financeiras desse mercado eram potencialmente enormes, mas os cabos destacam que uma barreira para essas recompensas financeiras era o nacionalismo cultural da indústria

cinematográfica indiana. (MOODY, 2017, p. 2915).

A ideia principal é que a forma como a globalização é teorizada muitas vezes sugere que o poder do Estado diminui em relação às empresas de mídia globalizadas, mas os documentos do Wikileaks mostram que o governo dos Estados Unidos, na verdade, apoia os interesses econômicos de Hollywood em outros países usando uma variedade de estratégias e táticas. Essas embaixadas buscam agressivamente a promoção de acordos de livre comércio e reformas de direitos de propriedade intelectual como parte de um projeto mais amplo para "liberalizar" os mercados internacionais de filmes, mas, como evidenciado pelos documentos do Wikileaks, suas ações são, na verdade, destinadas a facilitar esse mercado em favor dos interesses americanos.

Moody argumenta que o sucesso de Hollywood no mercado internacional não é apenas resultado de sua ampla apelação pública ou de políticas econômicas de livre mercado, mas também é apoiado pela rede global de embaixadas dos Estados Unidos. A "dominância" de Hollywood é, portanto, mantida pelo poder geopolítico do Estado americano. Essa relação entre poder político e poder econômico é conhecida como imperialismo cultural americano, que continua a perpetuar a dominação global de Hollywood.

Portanto, podemos observar que a hegemonia de Hollywood não é resultado apenas do sucesso comercial de seus filmes, mas também da relação estreita entre a indústria cinematográfica e o Estado americano. Através dessa relação, Hollywood se tornou um instrumento de promoção da cultura e dos valores dos Estados Unidos no mundo, fortalecendo assim a posição hegemônica do país no sistema internacional. A abordagem crítica da relação entre o poder político e o poder econômico na manutenção da dominância de Hollywood é fundamental para entender as implicações políticas e culturais desse fenômeno. Essa estreita colaboração entre o Estado e a indústria cinematográfica permitiu que os Estados Unidos utilizassem o cinema como um meio efetivo de promover sua agenda política e cultural em todo o mundo.

5 CONCLUSÃO

O cinema tem sido uma ferramenta importante para a disseminação da cultura norte-americana em todo o mundo. Hollywood, em particular, tem desempenhado um papel fundamental nesse processo. Desde os primeiros anos do cinema, Hollywood tem sido um símbolo da indústria cinematográfica norte-americana e tem produzido filmes que refletem a cultura, a história e os valores norte-americanos.

Durante a época de ouro de Hollywood nas décadas de 1930 e 1940, muitos dos filmes produzidos retratavam a vida na América e promoviam os valores americanos, como a liberdade, a democracia e o sonho americano. Esses filmes eram amplamente exibidos em todo o mundo, muitas vezes em cinemas locais, e ajudaram a popularizar a cultura norte-americana.

Junto com o advento da televisão, a indústria cinematográfica norte-americana se expandiu ainda mais, permitindo que os filmes americanos chegassem a um público ainda maior em todo o mundo. A televisão também permitiu que as pessoas em todo o mundo conhecessem a cultura norte-americana de maneira mais profunda e detalhada, por meio de programas de televisão que retratavam a vida e os valores norte-americanos.

A hegemonia norte-americana na indústria cinematográfica se manifesta de várias maneiras, como na produção, exportação e conteúdo dos filmes produzidos em Hollywood, que refletem a cultura, história e política dos Estados Unidos. O mercado global de filmes é dominado por empresas americanas, que possuem grande influência sobre a distribuição e a exibição de filmes em todo o mundo. Os estúdios de cinema americanos muitas vezes controlam os canais de distribuição e têm acesso privilegiado a salas de cinema, o que lhes permite impulsionar a distribuição de seus filmes em escala global.

O conceito de Hegemonia Cultural desenvolvido pelo pensador italiano Antonio Gramsci é útil para entender como o cinema contribui para a hegemonia norte-americana. Gramsci argumentava que a classe dominante exercia seu poder por meio de instituições

culturais, moldando as mentes das pessoas e fazendo com que elas aceitassem sua visão de mundo como a única possível. A indústria cinematográfica é uma dessas instituições culturais, que pode ser usada como um canal de propaganda para disseminar as ideias e valores da classe dominante.

Em resumo, a Hegemonia Cultural é a capacidade da classe dominante de impor sua visão de mundo e seus valores culturais sobre as outras classes sociais. O cinema é um meio de comunicação poderoso que pode ser usado tanto para perpetuar essa hegemonia quanto para resistir a ela. Gramsci acreditava que a indústria cinematográfica poderia ser usada como um canal de propaganda para disseminar as ideias e valores da classe dominante, mas também poderia ser usada como uma forma de arte popular para desafiar as ideias dominantes e promover a resistência cultural. No entanto, a indústria cinematográfica é dominada por grandes corporações que visam o lucro e podem usar o cinema para promover seus interesses, inclusive políticos, perpetuando as desigualdades e a dominação das classes dominantes sobre as dominadas.

Com certeza, a relação entre os estúdios de Hollywood e o governo dos Estados Unidos é um ponto crucial para entender a Hegemonia Cultural norte-americana. Desde o início do século XX, o cinema foi visto como um meio poderoso de influenciar a opinião pública e moldar valores culturais. Os estúdios de Hollywood, que surgiram no período da Primeira Guerra Mundial, rapidamente perceberam o potencial da sétima arte como um veículo para difundir ideias e ideologias. O governo norte-americano, por sua vez, viu no cinema uma oportunidade para difundir a cultura e os valores do país pelo mundo, fortalecendo sua posição de liderança no sistema internacional. A relação entre Hollywood e o governo se fortaleceu durante a Segunda Guerra Mundial, quando os estúdios se tornaram peças-chave na estratégia de propaganda da nação norte-americana. Com o fim da guerra, a exportação de filmes tornou-se uma importante ferramenta de política externa, com o objetivo de difundir a imagem positiva dos Estados Unidos pelo mundo. Dessa forma, o cinema se tornou uma peça fundamental na construção e consolidação da Hegemonia Cultural norte-americana. Os valores e ideologias promovidos pelos filmes de Hollywood foram difundidos pelo mundo, moldando a visão que as pessoas tinham da cultura norte-americana e

consolidando a posição de liderança do país no sistema internacional. A relação entre os estúdios e o governo norte-americano mostra que isso não foi uma simples coincidência, mas sim algo intencional, fruto de uma estratégia política bem-sucedida.

Em suma, o presente trabalho buscou analisar a importância do cinema hollywoodiano na consolidação da hegemonia norte-americana e na difusão de valores e ideologias pelo mundo. Ao longo dos três capítulos, foram apresentados os aspectos históricos da indústria cinematográfica em Hollywood, bem como as estratégias utilizadas pelo governo dos Estados Unidos para impulsionar sua exportação. Em seguida, foi abordado o impacto dessa hegemonia na construção de um modelo cultural difundido em todo o mundo, conhecido como "Sonho Americano" e "American Way of Life". Por fim, a partir das teorias de Antonio Gramsci sobre a Hegemonia Cultural, foram analisadas as implicações da difusão desses valores e ideologias pelo cinema hollywoodiano na consolidação da posição de liderança dos Estados Unidos no sistema internacional. Conclui-se, portanto, que o cinema hollywoodiano foi um importante instrumento na construção da Hegemonia Cultural norte-americana e na difusão de uma cultura global, sendo fundamental a análise crítica do legado cultural deixado por Hollywood para compreender o modo como valores, hábitos e comportamentos são construídos e disseminados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGELI, José Mário. Gramsci, hegemonia e cultura: relações entre sociedade civil e política. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 11, n. 122, p. 123-132, 2011.

ARAÚJO, José Antônio. Beleza americana: o mito do sonho americano. **Cogito**, Salvador, v. 7, p. 65-69, 2006.

ÁVILA, Eliana Souza de. **A hegemonia do cinema estadunidense: impactos na distribuição do filme brasileiro**. 202 f. 2018. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

AYERBE, Luis Fernando. **Estados Unidos e América Latina: a construção da hegemonia**. São Paulo: Unesp, 2002.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 2017.

BURNS, T. A propaganda da violência: filmes de guerra de Hollywood. Londrina: Estação Literária, [S. l.], v. 6, p. 5–16, 2010. DOI: 10.5433/el.2010v6.e25514. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/estacaoliteraria/article/view/25514>. Acesso em: 24 abr. 2023.

CARBONERA, Karla Nayra Fernandes Pereira. **O cinema estadunidense no contexto da Guerra Fria: a influência do anticomunismo no surgimento da Nova Hollywood (1946-1967)**. 2020. 98 f., il. Dissertação (Mestrado em História)—Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

CLEE, Paul. **Before Hollywood: from shadow play to the silver screen**. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2005.

CUNHA, Paulo Roberto Ferreira da. American way of life: representação e consumo de um estilo de vida modelar no cinema norte-americano dos anos 1950. 249 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) - Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2017.

DA SILVA, Tiago Gomes. Do sistema de estúdios à Nova Hollywood (1920-1980). **Revista de História da UEG**, v. 5, n. 2, p. 233-261, 2016.

DE MORAES, Dênis. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Revista Debates**, v. 4, n. 1, p. 54-54, 2010.

DOS PASSOS, Rodrigo Duarte Fernandes. **Gramsci, hegemonia e cultura nas relações internacionais**. In: I JOINGG – Jornada Internacional de Estudos e Pesquisas em Antonio Gramsci; VII JOREGG – Jornada Regional de Estudos e Pesquisas em Antonio Gramsci: Práxis, Formação Humana e a Luta por uma Nova Hegemonia, 2016, Fortaleza. Fortaleza: Instituto Federal do Ceará, 2016.

DOS PASSOS, Rodrigo Duarte Fernandes. Gramsci e a teoria crítica das relações internacionais. **Revista Novos Rumos**, v. 50, n. 2, 2013.

FINLER, Joel Waldo. **The Hollywood Story**. Nova York: Wallflower Press, 2003.

GEARINI, Victória. OSCAR 1999: ATÉ GLENN CLOSE ADMITIU QUE FERNANDA MONTENEGRO MERECEIA TER LEVADO A ESTATUETA. **Aventuras na História**, São Paulo, 24 abr. 2021. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/oscar-1999-ate-glen-close-admitiu-que-fernanda-montenegro-merecia-ter-levado-estatueta.phtml>. Acesso em: 22 abr. 2023.

GRAMSCI, Antonio, 1891-1937. **Cadernos do cárcere, volume 1 [recurso eletrônico]: introdução ao estudo da filosofia, a filosofia de Benedetto Croce / Antonio Gramsci**; tradução de Carlos Nelson Coutinho. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017a.

GRAMSCI, Antonio, 1891-1937. **Cadernos do cárcere, volume 2 [recurso eletrônico]: os intelectuais, o princípio educativo, jornalismo / Antonio Gramsci**; tradução Carlos Nelson Coutinho. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017b.

GRAMSCI, Antonio, 1891-1937. **Cadernos do cárcere, volume 3 [recurso eletrônico]: Maquiavel, notas sobre o estado e a política / Antonio Gramsci**; tradução de Luiz Sérgio Henriques, Marco Aurélio Nogueira, Carlos Nelson Coutinho. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017c.

GRAMSCI, Antonio, 1891-1937. **Cadernos do cárcere, volume 5 [recurso eletrônico]: o risorgimento, notas sobre a história da Itália / tradução Luiz Sergio Henriques.** - 1. ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017d.

GRAU, Adriane; CASTILHO, Cláudio. SHAKESPEARE IN LOBBY: Especulações sobre campanha da Miramax (10 estatuetas recebidas em 20) voltam a ganhar força "Oscar do dinheiro" causa polêmica. São Paulo, 23 mar. 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq23039903.htm>. Acesso em: 22 abr. 2023.

GREENWOOD, S. 1. **National identity.** Pew Research Center, Washington, D.C. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/global/2021/05/05/1-national-identity/>. Acesso em: 25 abr. 2023.

GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci.** Rio de Janeiro: Graal, 1978.

GUEDERT, Heitor de Souza Carone. **Hollywood e soft power: como os Estados Unidos se utilizaram do cinema para influenciar o mundo.** Trabalho de Conclusão de Curso; (Graduação em Relações Internacionais) - Florianópolis: Universidade do Sul de Santa Catarina, 2020.

HILLIER, Jim. **The New Hollywood.** Londres: Burns & Oates, 1992.

LANDY, Marcia. Gramsci, Passive Revolution, and Media. **Boundary 2**, v. 35, n. 3, p. 99-131, 2008.

LEARS, TJ Jackson. The concept of cultural hegemony: Problems and possibilities. **The American Historical Review**, p. 567-593, 1985.

LOPEZ, M. H.; GONZALEZ-BARRERA, A.; KROGSTAD, J. M. **Latinos are more likely to believe in the American dream, but most say it is hard to achieve.** Pew Research Center, Washington, D.C. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2018/09/11/latinos-are-more-likely-to-believe-in-the-american-dream-but-most-say-it-is-hard-to-achieve/>. Acesso em: 25 abr. 2023.

MACHADO, Mariângela. A formação do espectador de cinema e a indústria cinematográfica

norte-americana. **Sessões do imaginário**, v. 14, n. 22, p. 77-87, 2009

MATTA, João Paulo Rodrigues. Marcos histórico-estruturais da indústria cinematográfica: hegemonia norte-americana e convergência audiovisual. IV ENECULT. Bahia, 2008.

NOSELLA, Paolo. **A escola de Gramsci**. São Paulo, Cortez Editora, 2018.

NOWELL-SMITH, Geoffrey (Ed.). **The Oxford history of world cinema**. Oxford: Oxford University Press, 1996.

NYE, Joseph S. . The Information Revolution and Soft Power. **Current History**, vol. 113(759): 19-22, 2014.

NYE JR., Joseph S. The Information Revolution and American Soft Power. **Asia Pacific Review**, vol. 9 n. 1, 2002.

NYE JR, Joseph S. **Soft power: The means to success in world politics**. Nova York: Public affairs, 2004.

OURIVEIS, Máira. Soft Power e indústria cultural: a política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo. **Revista Acadêmica de Relações Internacionais**, v. 2, n. 4, p. 168-196, 2013.

ROXO, Eduarda Silva. **EUA e Hollywood: o desejo da projecção global**. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Universidade Aberta de Portugal, 2006.

SCOTT, Allen John. **On Hollywood: The place, the industry**. Nova York: Princeton University Press, 2005.

SILVA, Michelly Cristina da. **Política e Cinema: Hollywood e o Estado norte-americano na construção de representações da URSS e do Comunismo nos filmes Missão a Moscou (1943) e Eu Fui um Comunista para o FBI (1951)**. SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA–ANPUH, v. 26, 2011.

SMITH, S. **Most think the “American dream” is within reach for them**. Pew Research Center, Washington, D.C Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/short-reads/2017/10/31/most-think-the-american-dream-is-wit-hin-reach-for-them/>>. Acesso em: 25 abr. 2023.

TSÉ-TUNG, Mao. **Sobre a prática**. São Paulo: Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2014.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

VARGAS-MAIA, Tatiana. **Modos de pertencimento, fontes de guerra: nacionalismo e identidade religiosa nos séculos XX e XXI**. *História: Debates e Tendências*, v. 19, n. 4, p. 666-680. Passo Fundo, 2019.

YANG, Mimi. The American Dream: Immigration and Formation of Cultural Identity in the United States. **Dialogos**, v. 24, n. 1, 2020.

ZEDONG, Mao. **On new democracy**. *Selected works of Mao Tse-tung*, v. 2, p. 1965-1977, 1940.