

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais¹**

Karla Tuany Lopes Ferreira²

Setembro de 2019
Foz do Iguaçu – Paraná

¹ Artigo apresentado como trabalho de conclusão do curso de Especialização Latu-Sensu em Relações Internacionais Contemporânea (UNILA)

²Bacharel em Relações Internacionais. Mestranda em Integração Contemporânea da América Latina - UNILA. Pós-graduanda em Relações Internacionais Contemporânea – UNILA. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3732168694994630>

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Resumo

A Indústria Cultural está presente em todos campos na sociedade. E isso inclui o Sistema Internacional. Pode-se dizer que por sua vez, a Indústria Cultural é considerada uma ferramenta de projeção de Poder de peso nas as Relações Internacionais. Esse fator foi fomentado no período da Segunda Guerra Mundial, tendo como precursor Adolf Hitler com a propagação da doutrina Nazista por intermédio da indústria cultural. Com base nisso, o presente artigo tem por finalidade pautar a discussão acerca da projeção de poder no qual a indústria cultural exerce na sociedade através da construção de uma identidade nacional. Para pautar esse estudo, o presente artigo se utiliza da teoria do Construtivismo e de diversos autores que basearam suas pesquisas no desenvolvimento dessa questão a respeito do impacto que a indústria cultural exerce na sociedade. Para tratar desse assunto, autores como Nye Jr (com a abordagem do *soft power*), Pierre Bourdieu (com a teoria do Poder Simbólico), Norbert Elias e Fukuyama onde trazem questões a respeito da construção de identidade cultural, são alguns dos autores utilizados nesta pesquisa. E para finalizar, a presente pesquisa visa elucidar a construção de uma identidade nacional na Indústria Cultural da América Latina, visto que por ser uma região colonizada pelos europeus, recebe diversas influências de outras culturas hegemônicas.

Palavras-chave: Indústria Cultural; Cinema; Relações Internacionais; América Latina.

Resumen

La industria cultural está presente en todos los campos de la sociedad. Y eso incluye el Sistema Internacional. Se puede decir que a su vez, la Industria Cultural se considera una herramienta de proyección del Poder del Poder en las Relaciones Internacionales. Este factor fue fomentado en el período de la Segunda Guerra Mundial, teniendo como precursor a Adolf Hitler con la difusión de la doctrina nazi a través de la industria cultural. En base a esto, el propósito de este artículo es guiar la discusión sobre la proyección del poder en el que la industria cultural ejerce en la sociedad a través de la construcción de una identidad nacional. Para guiar este estudio, el presente artículo utiliza la teoría del constructivismo y varios autores que basaron su investigación en el desarrollo de este tema con respecto al impacto que la industria cultural tiene en la sociedad. Para abordar este problema, autores como Nye Jr (con el enfoque del poder blando), Pierre Bourdieu (con la teoría del poder simbólico), Norbert Elias y Fukuyama, quienes plantean preguntas sobre la construcción de la identidad cultural, son algunos de los autores utilizados en este documento. investigación finalmente, tiene como objetivo dilucidar la construcción de una identidad nacional en la industria cultural latinoamericana, ya que es una región colonizada por europeos y recibe diversas influencias de otras culturas hegemónicas.

Palabras-clave: Industria Cultural; Cine; Relaciones Internacionales; América Latina.

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Hobsbawn (1984), o século XX ficou conhecido como “A Era das Catástrofes” devido à diversos conflitos sangrentos, entre eles pode-se destacar a Primeira Guerra Mundial, a Segunda Guerra Mundial, a Guerra Fria e Guerra da Coreia. Todas essas guerras sempre dispuseram de um intuito no qual defendesse o interesse nacional do Estado (seja pelo viés econômico quanto pelo caráter político). Todavia, com a ascensão da globalização, a humanidade passou a dispor de uma outra visão acerca da manutenção do poder. Uma das denominações do conceito poder segundo Nye Jr (2002-b) é a de que está definido como a capacidade de obter os resultados desejados e, se necessário, mudar o comportamento dos outros para obtê-lo. Anteriormente as questões que envolviam a sobrevivência do Estado estavam pautadas em capacidades econômicas e bélicas que cada nação possuía a fim de dominarem outro território. Entretanto, após a ascendência do capitalismo entre os séculos XVIII e XIX, os Estados passaram a explorar uma distinta capacidade de poder: o poder brando ou *soft power* segundo Nye Jr (2002-b).

Sendo assim, o *soft power* denominado como a terceira personificação de poder de acordo com Nye Jr (2002-b), é caracterizado como uma forma indireta de se exercer o poder, diferenciando-se do *hard power*, o qual está pautado na capacidade de dominação econômica e militar de um Estado.

“Na política mundial, é possível que um país obtenha os resultados que quer porque os outros desejam acompanhá-lo, admirando os seus valores, imitando-lhe o exemplo, aspirando ao seu nível de prosperidade e liberdade. Nesse sentido, é igualmente tão importante estabelecer a agenda na política mundial e atrair os outros quanto forçá-los a mudar mediante as ameaça ou o uso das armas militares ou econômicas. A este aspecto de poder - levar os outros a querer o que você quer - dou o nome de poder brando. Ele coopta as pessoas em vez de coagi-las”. (NYE Jr, 2002-b, p.36)

O uso mais comum do *soft power* está regrado na capacidade ideológica³ de cada Estado onde não há o uso coercitivo para se obter o que se deseja. É importante ressaltar que este poder não se restringe à cultura, existe também a capacidade dos recursos econômicos segundo Nye Jr (2012). Contudo, segundo as palavras do autor

³Zizek irá conceituar esse termo como “Ideologia pode significar qualquer coisa, desde uma atitude contemplativa que desconhece sua dependência em relação a realidade social, até um conjunto de crenças voltado para a ação; desde o meio essencial que o indivíduos vivenciam suas relações com um estrutura social até as idéias falsas que legitimam um poder dominante. Ela parece surgir exatamente quando tentamos evitá-la e deixa de aparecer onde claramente se esperaria que existisse”. (1996, p. 9)

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Sarfati (2005), o *soft power* não está atrelado ao *hard power*, o que se entende por não haver a obrigatoriedade de o Estado ter o poder bruto para ter um significativo poder brando, como no caso da Igreja Católica, que mesmo desprovida de capacidades coercitivas, desempenha uma grande influência doutrinária em dezenas de milhares de pessoas no mundo.

Outra forma de poder está conceituada por Pierre Bourdieu (2010) como “o poder simbólico”:

“num estado do campo em que se vê o poder por toda parte, como em outros tempos não se queria reconhecê-lo nas situações em que ele entrava pelos olhos dentro, não é inútil lembrar que - sem nunca fazer dele, numa outra maneira de o dissolver, uma espécie de << círculo cujo centro está em toda a parte e em parte alguma >> - é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde ele é mais completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”. (BOURDIEU, 2010 p.7-8)

Contudo esta pesquisa visa abordar a respeito do cinema como ferramenta de projeção de poder nas Relações Internacionais, onde o cinema está inserido na Indústria cultural e nota-se que a cultura é um elemento estratégico político e tem se proliferado pelo Sistema Internacional desde o século XX. De acordo com Ferrés (1998) políticos perceberam que vale mais um discurso bem elaborado (contendo belas imagens que impulsionem suas palavras) onde este mecanismo acaba por sua vez, despertando um sentimento oculto e o interesse da sociedade em seguir a nova ideologia proposta pelo Estado.

Ferrés (1998) ainda afirma que o precursor desse mecanismo da comunicação visual persuasora foi Goebbels⁴, pois este fazia uso dessa ferramenta em vez de seguir com um discurso direto. Segundo as palavras de Ferrés (1998) a doutrina nazista pode ser vista como um processo onde ocorre uma transferência de poder, do povo para um líder, considerando que durante a época que antecedeu o Terceiro Reich, a nação alemã estava abatida devido à crise econômica e social, e quando surge uma figura carismática com discursos políticos que prometiam um novo momento, ou melhor, uma nova era para a nação, o povo então acaba por aceitar as ideias propostas por essa figura, tornando-o um líder.

É neste momento no qual se produz, um jogo de projeções, associações ou transferências: sejam elas do povo para o líder, do partido, do Estado e da nação para

⁴ Paul Joseph Goebbels foi um político alemão e Ministro da Propaganda na Alemanha Nazista entre 1933 e 1945.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

o líder. As insígnias, os hinos, as grandes manifestações, as liturgias nazistas, tudo age como símbolo⁵ aglutinador destes processos de transferência. Os elementos distintivos, a águia imperial, a suástica ou cruz gamada, a bandeira vermelha, os uniformes militares, o gesto fascista, o fogo, os monumentos faraônicos (próprios de todo fascismo), as gigantescas concentrações e manifestações, os símbolos em geral são, ao mesmo tempo causa e efeito, expressão e provocação de sentimentos de identificação (FERRÉS, 1998).

O presente artigo visa elucidar a respeito da temática da representação do cinema, o qual compõe a indústria cultural, e é considerado um ferramenta de projeção de poder nas Relações Internacionais no contexto histórico pós-moderno. Nas discussões clássicas acerca dos atores de Relações Internacionais, podemos analisar através de Sarfati (2005), que com base nas teorias clássicas, que os atores de Relações Internacionais giravam em torno dos Estados, das Organizações Internacionais, empresas multinacionais, organizações internacionais não-governamentais e o indivíduo. Porém após o surgimento do terceiro debate ou das correntes pós-positivistas, houve uma reviravolta e temas que outrora eram colocados a margem social, passam a serem debatidos como formas de projeção de poder estatal, como o caso da Indústria Cultural. Com base nas palavras de Nogueira e Messari:

(...) Por outro lado, outras perspectivas teóricas discutidas aqui sugerem que é cada vez mais difícil excluir dos estudos internacionais questões como a natureza contestada da soberania, a marginalização das mulheres, a negação dos direitos dos refugiados, a redefinição das identidades culturais em chave étnica, entre tantos outros novos temas surgidos a partir do movimento intelectual gerado pelas correntes críticas e pós-positivistas (...) O pós-modernismo foi responsável por trazer para a disciplina debates que há muito mobilizavam a filosofia, os estudos culturais, a lingüística e a teoria literária em torno do estatuto da razão no Ocidente. Nas RI, os autores pós-modernos se voltaram para a investigação do nexo entre poder e conhecimento na disciplina, problematizando a relação entre epistemologias positivistas e a legitimação da violência e da guerra no mundo moderno. (NOGUEIRA; MESSARI, 2005 p. 42;46)

Para elucidar a importância da indústria cultural nas Relações Internacionais, é possível lermos de acordo com os escritos de Carvalho e Goiana Filho (2011) que:

⁵ Roland Barthes (1971) - sociólogo, escritor, crítico literário e semiólogo- traz em sua obra Elementos da semiologia, uma definição para o que chamamos de símbolos. Para ele os símbolos estão inseridos em três grupos: os signos (representatividade), os significantes (parte material) e o significado (conceito, sentido dado ao objeto).

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais

Diversos outros autores importantes do campo das Relações Internacionais reconheceram o papel da cultura na relação entre os Estados. Alexander Wendt (1999), por exemplo, entende que a cultura, ou seja, o sistema de valores e idéias vigentes, é o principal elemento construtor das identidades e interesses dos atores internacionais. Portanto, o fator cultural seria muito relevante na determinação do comportamento dos Estados e conseqüentemente nos processos de integração regional, que são o foco do presente estudo (CARVALHO; GOIANA FILHO, 2011, p.3).

Em síntese, o presente artigo contará com duas sessões onde em um primeiro momento irá se abordar a respeito das Relações Internacionais e a Indústria Cultural, trazendo em discussão a temática da importância do cinema inserido nas Relações Internacionais. Outro ponto também abordado durante o estudo é a respeito da Cultura como instrumento de projeção de poder, e com isso a abordagem a respeito da conceituação de Poder Simbólico (BOURDIEU) e *Soft Power* (Nye Jr) e por fim, uma sessão a respeito da Indústria Cultural na América Latina, onde esta irá abordar de forma sintética acerca da questão de identidade nacional e do movimento de luta pela sua identidade através do Cinema Novo em meados dos anos 60. Por sua vez, a metodologia desta pesquisa baseia-se nas ciências sociais, onde nota-se que a representatividade de imagens está marcada em todas as dimensões sociais, e portanto, o cinema é um objeto de estudo que traz questões simbólicas e de grande importância para o discurso nas Relações Internacionais.

2. RELAÇÕES INTERNACIONAIS E A INDÚSTRIA CULTURAL: A IMPORTÂNCIA DO CINEMA NAS RI

O século XX foi marcado pela revolução tecnológica e a informatização dos meios de comunicação social, meios os quais criaram redes internacionais, ocasionando o surgimento do agrupamento de mídia. Essa nova ordem fez com que se alterasse de forma significativa, o modo de atuação política, econômica e social dos Estados soberanos. Com a configuração tecnológica criada pela massa e disseminada para a sociedade pela televisão, pelo cinema e pela internet favoreceu a troca de informações e o cruzamento de ideias, construindo assim a chamada “sociedade em rede”, segundo os termos de Castells (1999), Mattelart (2002) e Morin (2004).

Esse novo contexto internacional, ainda traz algumas questões típicas da modernidade do corpo de governo para o Estado. Segundo Valente (2007), o desejo de “poder”, seja este político ou econômico, ainda interpõe o rol de desejos de todo

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Estado contemporâneo. Do mesmo modo que alguns estudiosos alegam que a mídia e as novas configurações de meios de informação e de comunicação têm dominado de certa forma a capacidade de decisão dos Estados, em contrapartida outros dirão, como Aron (1962), que a revolução da informação é usada como um instrumento de ampliação para manter ou conquistar poder em âmbito internacional. Essas mudanças contribuem para que a política externa não seja mais entendida como outrora.

O cenário internacional sofreu algumas mudanças as quais foram provocadas pela Era da Informação no jogo de poder entre os Estados, essa configuração fez com que os Estados Unidos incitarem pioneiramente para pesquisas que estivessem nessa relação entre a mídia e às relações internacionais. De acordo com Eytan Gilboa (2001), essas pesquisas começaram de forma inibida logo após a Guerra do Vietnã (1959) e somente começaram a tomaram um rumo de maior cunho após a disseminação das grandes redes de televisão numa escala global começarem a ganhar espaço e após a primeira guerra totalmente midiática da história: a invasão do Iraque em 2003.

Vale ressaltar que nas Relações Internacionais a mídia pode ser considerada um ator de faces variadas, onde para ser analisada é necessário um entendimento do contexto, do tipo de veículo e da própria direção do meio de comunicação. Assim, não é possível imprimir uma identidade fixa da mídia no cenário internacional (CAMARGO, 2008).

A disciplina de Relações Internacionais é multidisciplinar, ou seja, é possível estudar e analisar diversos campos, sendo assim não tem como foco somente uma perspectiva, mas sim um mundo de possibilidades de objeto de estudo para o internacionalista, seja no âmbito histórico, social, político, econômico ou cultural, a exemplo disso pode-se destacar a teoria do construtivismo a qual é definida por Onuf (1998, p. 58) “como uma maneira de estudar relações sociais - qualquer tipo de relações sociais”, ou seja, a disciplina das relações internacionais não se fundamenta somente em teorias tradicionais, existe uma preocupação com questões que abordem todas as perspectivas de relações (seja sociais, econômicas e políticas) e para tal desfecho a teoria do construtivismo tem grande relevância no campo das relações internacionais, dessa forma “Em outras palavras, o construtivismo é um conjunto de lentes paradigmáticas através das quais observamos todas as realidades socialmente construídas, as ‘boas’ e as ‘más’.” (ADLER, 1999, p. 224, grifo no original).

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Quando se trata de questões de conflitos, como a invasão ao Iraque (2003) e em muitos outros casos, o acesso à região e às fontes de informação estão obstadas pela instabilidade política, por políticas de restrição ou mesmo por limitações financeiras, o recurso aos filmes se torna uma das maneiras de ter um primeiro contato com o objeto de estudo abordado e fomentar a pesquisa nas Relações Internacionais. Tal tendência é reforçada pelo fenômeno da popularização das comunicações, pela globalização e pelo estímulo à produção cinematográfica (CARTER, DODDS, 2014).

Existem diversos elementos com uma identidade política descritas em diversos filmes. Um ponto muito importante é na questão estética e artística das obras fílmicas e como o público acaba se identificando. O cinema possui seu próprio estatuto artístico, este é executado pela potencialidade de representar as manifestações e desejos humanos em circunstâncias numerosas. A “sétima arte” inclui imagens em movimento, as quais estão sincronizadas, sonorizadas e editadas de forma coerente, narrando um contexto ou situação e por terem como protagonistas exemplares humanos, os filmes apelam à identificação com um público cada vez maior e irrestrito quanto à classe social ou ao conhecimento artístico prévio (MORIN, 1997).

De acordo com as palavras de Walter Benjamin, a massificação das artes é mais perceptível no cinema (BENJAMIN, 1987). Esse aspecto tem destaque pois é dado a aproximação com o público de massas qual acarretou o uso do cinema como cunho de um instrumento político. Ao usar a linguagem simbólica para representar conteúdos à população o cinema passou a ser um canal onde ideologias políticas ganharam legitimidade. No entanto o uso do cinema como projeção de poder do Estado não tem sido empregado somente na era contemporânea.

Segundo Zanella (2005) desde o início do século XX, americanos e europeus fazem uso dessa ferramenta para disseminar suas ideologias, como formação da educação, construção de valores fazendo dessa forma que a população se mobilizasse e aceitasse esses ideais como princípios ideológicos da nação. Com isso durante a Segunda Guerra Mundial, as potências da época investiram em estúdios cinematográficos para que o público pudesse entender e aceitar o lado que detinha o poder. No lado dos Estados Unidos, havia os estúdios da Disney e a indústria de Hollywood em ascensão. Já do outro lado, a Alemanha trazia o *Reichsministerium für Volksaufklärung*⁶, este por sua vez detinha todo o controle

⁶ Ministério do Reich para o Esclarecimento Público (tradução nossa).

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

mediático da região e do lado soviético, havia a Administração Principal da Indústria Cinematográfica e de Fotografia da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (FERRO, 1992).

Com o passar do tempo, o espaço do cinema foi amplificado no contexto de Guerra Fria (1947-1991), onde a indústria de maior peso foi Hollywood pois seu maior interesse era reforçar o antagonismo ao comunismo da Guerra entre A União Soviética e Estados Unidos, dessa forma legitimando sua ideologia capitalista do lado estadunidense (JENKINS, 2012).

Partindo desse pressuposto de que o cinema é uma fonte poderosa de influência de massas, os políticos por sua vez passaram a usar a nova ferramenta como fonte primária nas Relações Internacionais, da mesma forma como uma publicação em um renomado jornal ou a literatura.

Para que possa haver uma análise cinematográfica na perspectiva das Relações Internacionais faz-se o uso, segundo Zanella (2015) de três recursos metodológicos. O primeiro método é o mais simples: tratar o filme como um texto (fazer uma análise de discurso). Neste recurso precisa-se fazer um distanciamento dos elementos externos e somente se concentrar na história que o filme deseja transmitir para o telespectador para que dessa forma possa ser feito um estudo minucioso do discurso apresentado na diversidade teórica das Relações Internacionais. No entanto há um contraponto, o qual é a fragilidade desse recurso: o privilégio do discurso apresentado negligência fatores de extrema importância os quais estão vinculados a produção e a estética da obra.

O segundo método de análise se dá pelo conjunto entre a narrativa do filme e as demais informações externas (orçamento, elenco, diretores, produtores etc) além de considerar o recurso como os efeitos visuais e editoriais. Neste contexto o estudioso precisa conciliar todas as informações e contextualizar às Relações Internacionais. Este é chamado de método externo-estético. Por fim o último método é a identificação da posição política apresentada na filmagem, e para isso faz-se necessário um estudo sobre a percepção política na qual o estúdio o produtor está inserido.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

2. 1 A INDÚSTRIA CULTURAL

Com a industrialização, o mundo sofreu diversas mudanças tanto no âmbito político, social, cultural e econômico como, por exemplo: a criação de indústrias, tecnologias de ponta, diminuição das fronteiras entre os países, integração e crescimento econômico nos países e diversos outros fatores e esse processo tem cada vez mais se desenvolvido e integrando o mundo. Alguns estudiosos como Held (1990) definem esse fenômeno como uma força condutora central por trás das rápidas mudanças sociais, políticas e econômicas que estão a remodelar as sociedades modernas e a ordem mundial. O conceito de Globalização implica primeiro e acima de tudo um alongamento das atividades sociais, políticas e econômicas através fronteiras, de tal modo que acontecimentos, decisões e atividades numa região do mundo podem ter significado para indivíduos diferentes em regiões distintas do globo. Outra definição do termo pode ser conceituada por Ribeiro (2002):

A difusão do termo globalização ocorreu por meio da imprensa financeira internacional, em meados da década de 1980. Depois disso, muitos intelectuais dedicaram-se ao tema, associando-a à difusão de novas tecnologias na área de comunicação, como satélites artificiais, redes de fibra óptica que interligam pessoas por meio de computadores, entre outras, que permitiram acelerar a circulação de informações e de fluxos financeiros. Globalização passou a ser sinônimo de aplicações financeiras e de investimentos pelo mundo afora. Além disso, ela foi definida como um sistema cultural que homogeneíza, que afirma o mesmo a partir da introdução de identidades culturais diversas que se sobrepõem aos indivíduos. Por fim, houve quem afirmasse estarmos diante de um cidadão global, definido apenas como o que está inserido no universo do consumo, o que destoa completamente da idéia de cidadania (2002, p.1).

Esse fenômeno de globalização acelerou as disposições determinadas como tempo e espaço, o ser humano cada vez mais tem urgência em resolver seus assuntos. Quanto mais rápido for, melhor será para todos. Com essa brusca aceleração, o homem desenvolveu e posteriormente aprimorou vários recursos, o rádio, por exemplo, inventado pelo italiano Guglielmo Marconi no final do século XIX, onde hoje em pleno século XXI, foi aprimorado para um pequeno e portátil mídia *player* onde cabe no bolso de qualquer pessoa e têm apenas três botões e um *plug* para fone de ouvidos. Além do rádio, há o computador que de uma grande e pesada máquina, atualmente se tornou mais leve e está do tamanho da palma da mão; outros exemplos seriam os telefones, os meios de transportes, a televisão entre muitos outros dispositivos.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

De acordo com Sassen (2010) um ponto marcante é que com a modernidade pôde-se trazer o que estava distante dos nossos olhos, e é nesse ponto que as mídias entram em ação para desenvolver esse papel de aproximar o desconhecido. A exemplo disso, podemos no aproximar da cultura do “outro” - sendo essa não pertencente ao nosso cotidiano - onde a mídia evidencia como é estar em determinada região, e viver em determinado país, exaltando sua política interna, cultura e sociedade, e podemos contemplar todos esses fatores sem até mesmo saímos de nossos lares.

Segundo o estudo de McLuhan (1960) a respeito das Aldeias Globais⁷, é possível identificarmos os efeitos das ações transformadoras nos indivíduos através do avanço tecnológico. Cada sociedade pertencente ao Sistema Internacional se desenvolveu ao longo dos anos aperfeiçoando seu sistema de comunicação, conforme a globalização iria se estabelecendo nas regiões, a interação entre os povos começava a atravessar as fronteiras. Todavia, esse avanço tecnológico tomou tamanha proporção que acarretou influências dentro dos Estados, e com toda essa transformação na qual o mundo tem sido o palco, as indústrias de mídias vêm exercendo um papel fundamental nesse cenário e conseqüentemente acabando por influenciar no âmbito cultural de determinados grupos, levando em consideração que essa ferramenta trouxe o poder de aproximar o que estava distante aos olhos dos indivíduos e de acelerar o tempo, além de influenciar ideias com apologias à ideologias Estatais⁸.

Para Coelho (1993), a indústria cultural pode ser definida como:

⁷ Este é um conceito criado pelo teórico canadense Marshall McLuhan na década de 60 para explicar os efeitos que a comunicação de massa resultava sobre a sociedade contemporânea em um âmbito global. De acordo com esse estudo, segundo palavras do autor, a anulação da distância e do tempo, bem como a velocidade cada vez maior que ocorreria no processo de comunicação em escala global, nos levaria a um processo de retribalização, onde barreiras culturais, étnicas, geográficas, entre outras, seriam relativizadas, nos levando a uma homogeneização sócio-cultural. Neste caso, imaginava ele, ações sociais e políticas, por exemplo, poderiam ter início simultaneamente e em escala global e as pessoas seriam guiadas por ideais comuns de uma “sociedade mundial”.

⁸ Segundo a dissertação do Dr. Rafael M. Gallo, um outro conceito para ideologia foi proposto pelos alemães Marx e Engels (1996) como uma *produção de ideias* ou *forma de consciência* (grifo do autor): A produção de ideias, de representações, da consciência, está, de início, diretamente entrelaçada com a atividade material e com o intercâmbio material dos homens (...). O representar, o pensar, o intercâmbio espiritual dos homens, aparecem aqui como a emanção direta de seu comportamento material. (...) Os homens são produtores de suas representações, de suas ideias etc., mas os homens reais e ativos, tal como se acham condicionados por um determinado desenvolvimento de suas forças produtivas e pelo intercâmbio que a ele corresponde até chegar às suas formações mais amplas. A consciência jamais pode ser outra coisa do que o ser consciente, e o ser dos homens é o seu processo de vida real. E se, em toda ideologia, os homens e suas relações aparecem invertidos como numa câmara escura, tal fenômeno decorre de seu processo histórico de vida (MARX e ENGELS, 1996 *apud*, GALLO, 2007, p.36).

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais

Assim, a indústria cultural, os meios de comunicação, de massa e a cultura de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização. É esta, através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho humano, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho (COELHO, 1993, p.6).

E é neste ponto que o cinema se insere como ferramenta de projeção de poder nas Relações Internacionais, a indústria cultural é considerada uma forte ferramenta para a manutenção de poder no Sistema Internacional, e com para isso, ela usa de diversos meios que exercem o papel de atores nas agendas de Estado.

Segundo Ferrés (1998) os meios de comunicação visual são considerados uma forte personificação de verdades para seus telespectadores. O cinema é uma das ferramentas da indústria de mídia a qual em meados da década de 1930 passou a ser uma fonte de ferramenta de poder para os Estados onde difundia seus valores políticos, econômicos e sociais para seus telespectadores. Sendo assim, a representação simbólica através da linguagem audiovisual passou a ser mais um mecanismo de poder ideológico para os governos.

Adolf Hitler é considerado um dos precursores do cinema da Segunda Guerra Mundial, onde críticos cinematográficos franceses como Francis Vanoye (2008) um filme faz escolhas, organiza elementos entre si, desocupa no real e no imaginário, constrói um mundo possível que mantém relações com o mundo real, ou seja, em outras palavras constrói um ponto de vista sobre este ou aquele aspecto do mundo que lhe é contemporâneo.

Em síntese, o uso da linguagem audiovisual para fins de propagação de ideologias estatais vem sendo utilizado por diversos governos, principalmente pelo governo norte-americano, como ressalta Valim (2004), para que seus preceitos sejam indiretamente disseminados as demais sociedades, e atualmente com a globalização cada vez mais evoluindo, isso ganha cada vez mais espaço no cenário internacional. Já que para Coelho (1993) a sociedade é um meio de consumo, alienação e reificação, onde os elementos culturais são introduzidos e a comunidade em massa aceitou para si como forma de se satisfazerem.

Ao abordamos a respeito dos conteúdos audiovisuais, destaca-se que o ser humano possui um forte espectro no âmbito de suas atividades, como exemplo disso, o indivíduo compreende, tem sensibilidade ao perceber seu meio, observar, explorar,

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

descobrir, olhar entre outros. E para que possamos compreender a complexidade dessa temática, faz-se necessário um estudo acerca do alfabeto visual das ciências sociais.

Tudo começa com a infância, que é a em que descobrimos o mundo através do sentido sensorial (audição, visão, paladar, tato e olfato). Ao tocar um objeto a figura dele se fixa no subconsciente fazendo assim um rápido reconhecimento quando necessário. Caleb Gattegno (1969) em *Towards a Visual Culture*, se refere ao sentido visual como algo que por nós é visto com tanta naturalidade. A visão é veloz, permite o ser humano obter um grande alcance, simultaneamente analítica e sintética, este sentido humano requer pouca energia para funcionar, porém funciona à “velocidade da luz”, fazendo com que desse modo nos permitisse receber e conservar um número infinito de unidades de informação numa fração de segundo.

Essa afirmação nada mais é do que uma definição do poder da visão que possuímos, onde “o infinito nos é dado de uma só vez; a riqueza é sua descrição” (GATTEGNO 1969, p. 13). O mundo visual por sua vez exerce um grande impacto nos seres humanos, para exemplificar isso, é fato de que grandes acontecimentos são muito mais acompanhados através de vídeos e imagens do que por uma reportagem escrita ou até mesmo falada.

Ao visualizarmos algo, imediatamente a figura se “materializa” no subconsciente para que fique memorizado, como o nome, trejeitos e demais características. Para que possa compreender o alfabeto visual, usa-se a metodologia da linguagem visual. Nessa temática são abordadas os conceitos, linhas, expressões, representações que evidenciam como e o porquê e uma simples linha ou cor podem alterar a perspectiva do telespectador ao visualizar determinado conteúdo produzido pela indústria da mídia.

De acordo com Dondis (2003):

A Sintaxe visual existe. Há linhas gerais para a criação de composições. Há elementos básicos que podem ser aprendidos e compreendidos por todos os estudiosos dos meios de comunicação visual, sejam eles artistas ou não, e que podem ser usados, em conjunto com técnicas manipulativas, para a criação de mensagens visuais claras. O conhecimento de todos esses fatores pode levar a uma melhor compreensão das mensagens visuais (2003, p. 18).

O princípio da linguagem visual acontece desde o momento em que equilibramos o nosso corpo, reagimos às circunstâncias (como a luz ou ao nos

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

protegermos), ou ao levarmos um susto. No entanto todo esse comportamento ocorre de forma natural sem que seja modificado por algo ou por alguém. Porém o modo como enxergamos o mundo pode afetar quase sempre nossas percepções, fazendo assim com que cada indivíduo tenha sua própria interpretação de ver o mundo e as coisas. Cada sociedade é influenciada pelo seu meio, como exemplo disso Dondis (2003, p.19) cita que “o modo como encaramos o mundo quase sempre afeta aquilo que vemos. O processo é afinal, muito individual para cada um de nós”.

No contexto da linguagem visual, se destacam três distintos grupos: o *input* visual o qual compõe a visão do artista, exaltando o seu modo de ver o mundo e a intensificação da sua criação artística. Já o segundo nível é composto por símbolos.

Esse grupo é composto por formas onde o homem criou para identificar e representar algo e deve ser aprendido como uma língua. E por fim o nível representacional, onde compõe a inteligência visual na qual ultrapassa qualquer percepção visual. Mesmo que algo seja contado em detalhes, nada se compara ao ser representado por figuras e imagens, fazendo uma ligação entre o imaginável com a realidade.

3. A CULTURA COMO INSTRUMENTO DE PODER

O mundo passou por diversas alterações com o passar dos anos configurando dessa forma uma nova percepção para as relações internacionais, ciência social e política, no âmbito econômicos e culturais etc. onde novos desafios foram surgindo para os estudos culturais e sua relação com o campo das Relações Internacionais. Essa nova configuração como o capitalismo pós-industrial; assim como o surgimento das tecnologias da informação e da comunicação, que alteraram nossas percepções de tempo e espaço e complexificar noções como exterior versus interior, local versus mundial; e, principalmente, os processos de globalização, dificultam o estudo da cultura a partir dos referenciais tradicionais, como território e nação. Isto acabou sendo uma somatória as mudanças trazidas pelo final da Guerra Fria, considerado um *turning point*⁹ (grifo meu) na disciplina das Relações Internacionais, a qual por sua vez promoveu grandes mudanças no cenário da política mundial (KEGLEY, 1993).

⁹ Ponto Crucial para as Relações Internacionais.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Para Ribeiro (1989) relações culturais também são formas de comunicação e produzem conhecimento, seja com ou sem ajuda estatal.

Já para Kegley (1993) o fenômeno globalização na maioria das vezes tem uma associação a processos econômicos dos Estados, porém é válido ressaltar que este é um fenômeno multidimensional onde pode influenciar processos políticos, tecnológicos, sociais e culturais, e que por sua vez também sofre influência dos mesmos. Ao ser analisada a cultura nesse contexto, acaba surgindo um desafio para os estudiosos do deste campo, pois os referenciais dos sujeitos passaram por um procedimento de reestruturação com o passar do tempo.

A construção da cultura sempre esteve presente dentro dos Estados, seguindo a linha dos autores Inayatullah e Blaney (2004), a cultura era vista como algo subjetivo. Apesar de tal fato, com o crescimento migratório no século XX através da evolução das técnicas no quesito da tecnologia de comunicação e de transporte e as diásporas do pós-coloniais, colocaram por sua vez a proximidade sistematicamente diante do “outro”, dessa forma borrando a diferença entre exterior como o espaço da diferença, geralmente definido como uma zona de conflito e insegurança, e do interior como local da semelhança, que ajudou a conformar os pressupostos filosóficos das Relações Internacionais.

O tema cultura ganhou forças nas relações internacionais a partir da década de 80 com o quarto debate entre positivistas e reflexivistas (ou pós-positivistas), onde temas com um maior dinamismo sociais tiveram espaço nos debates acadêmicos. Diversos autores defendem a definição de cultura como uma percepção privilegiada para estudo e compreensão dos princípios filosóficos da disciplina reconstruindo uma “história cultural” do campo, seus mitos, suas disputas simbólicas (e materiais) e seus silenciamentos (INAYATULLAH, BLANEY 2004; WALKER, 1990).

De acordo com a obra intitulada de *Culture and Society* (1961), Raymond Williams apresenta a definição da palavra cultura como uma das mais complexas da língua inglesa e apresenta como esse vocábulo passou por várias modificações de sentido, que por sua vez acompanharam as transformações sociais, econômicas, políticas e culturais de seu contexto histórico. Entre essas variedades da definição do termo cultura, está um profundo entendimento acerca do “outro” e do próprio indivíduo, além de questões linguísticas e demais fatores sociais (WILLIAMS, 1961).

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Em sua essência, a palavra cultura tem sua origem na Europa do século XV onde estava pautada na noção do cultivo partindo então para uma concepção humanista de cultivo intelectual e espiritual com as aristocracias europeias fascinadas pelo 'desenvolvimento intelectual' dos franceses, que pegaram o termo "cultura" emprestado dos italianos e o empregaram, pela primeira vez, com relação ao aprimoramento do comportamento individual (REEVES, 2004). Com essa concepção é possível entender cultura como arte, saber, literatura e cultivo intelectual relacionados ao entendimento humano. Mais tarde os alemães no século XIX desprendem a concepção de cultura e civilização¹⁰.

Com essa perspectiva segundo Reeves (2004) a palavra cultura se relaciona a algo subjetivo, onde ela estava voltada no resgate dos valores morais e tradições germânicas. Já a ideia de civilização estava ligada à adoção de valores universais que abrangiam o uso da racionalidade de progresso.

A partir de então, o entendimento humanista de cultura passa a ter um sentido essencial para as relações internacionais nos séculos XIV e XIX, criando por sua vez uma separação hierárquica entre povos, os chamados de civilizados *versus* bárbaros ou selvagens e colonizadores *versus* colonizados. Essa concepção de hierarquia cultural teve sua "queda" a partir dos estudos de Franz Boas no século XX - considerado o pai da antropologia cultural nos Estados Unidos- onde este apresentou a concepção de que cada cultura tinha suas particularidades e deveria ser entendida como tal e todos os padrões de vida são válidos (REEVES, 2004).

De acordo com Elias (1994) até o significado da palavra civilização possui uma significância específica conforme a região, o autor cita como um fenômeno peculiar "as palavras como "civilização" em francês ou inglês, ou no alemão *Kultur*, são inteiramente claras no emprego interno da sociedade a qual pertencem" (1994:21). Seguindo essa linha, Elias (1994) destaca que a *Kultur* alemã era um conceito nacional, enquanto a noção francesa e britânica, humanista, estava mais relacionada ao desenvolvimento intelectual individual do homem.

¹⁰ De acordo com Norbert Elias em "O Processo Civilizador" conceito de "civilização" refere-se a uma grande variedade de fatos: ao nível da tecnologia, ao tipo de maneiras, ao desenvolvimento dos conhecimentos científicos, as ideias religiosas e aos costumes. Pode-se referir ao tipo de habitações ou a maneira como homens e mulheres vivem juntos, a forma de punição determinada do sistema judiciário ou ao modo como são preparados os alimentos. Rigorosamente falando, nada há que não possa ser feito de forma "civilizada" ou "incivilizada". Daí ser sempre difícil sumariar em algumas palavras tudo a que se pode descrever como civilização (1994, p. 23).

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Existe um debate acerca da relação entre cultura e política, economia e sociedade se esta acaba sendo um instrumento de desenvolvimento econômico para a manutenção da paz a integração supranacional, o incremento a participação cidadã etc. A cultura sempre esteve ligada à política e à economia como já citado, devido a interesses de poder, a exemplo disso pode-se dizer que a cultura teve um papel fundamental na construção dos Estados nacionais.

A diferença da valorização da cultura para solução de problemas sociais na atualidade, segundo Yúdice (2004, p.13), está numa volta da legitimação baseada na utilidade.

A cultura como recurso é muito mais do que uma mercadoria; ela é o eixo de uma nova estrutura epistêmica na qual a ideologia e aquilo que Foucault denominou sociedade disciplinar (isto é, a imposição de normas a instituições como a educacional, a médica, a psiquiátrica etc.) são absorvidas por uma racionalidade econômica ou ecológica, de tal forma que o gerenciamento, a conservação, o acesso, a distribuição e o investimento - em "cultura" e seus resultados - tornam-se prioritários (YÚDICE, 2004 p. 13).

Com a ascensão do capitalismo, surge o conhecimento simbólico como a produção material de riquezas e usando o marketing e a publicidade como instrumentos de reprodução capitalista, geradores de lucros. É neste contexto que alguns estudiosos apontam essa fase como um marco na transição da modernidade para a pós-modernidade:

No estágio do capitalismo tardio, a cultura em si torna-se o principal determinante da realidade social, econômica, política e mesmo psicológica. [...] Somos testemunhas de uma 'dilatação imensa' da esfera do cultural, "uma imensa e historicamente original aculturação do real", "um salto quântico no que Benjamin chamou de 'esteticização' da realidade". A cultura tornou-se um "produto por direito próprio", o processo de consumo cultural não é mais simplesmente um apêndice, mas a própria essência do funcionamento capitalista (KUMAR, 1997, p. 127).

E é nesse sentido que surge um marco central na produção de riquezas através da cultura - a dimensão simbólica - onde podemos apurar o progresso da publicidade na concepção e posicionamento dos produtos, das disputas em torno da propriedade intelectual, das marcas e do consumo como espaço de afirmação de identidades e de relações de poder (CANCLINI, 2005). De acordo com essa perspectiva pode-se dizer que a cultura abrange questões políticas, econômicas e sociais sem separação e autonomização dessas esferas no período da pós-modernidade.

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais

[o pós-modernismo] é resultado de um processo contínuo de "desdiferenciação", cujas origens são encontradas nas mudanças sociais e culturais das décadas de 1950 e 1960. Em primeiro lugar, as diferentes esferas culturais - a estética, a ética, a teórica - perdem sua autonomia, "por exemplo, o reino estético começa a colonizar as esferas teórica e moral-política" (cf. a "esteticização da realidade", de Jameson). Em segundo, "o reino cultural... não é mais separado sistematicamente do social". Há uma "nova imanência no social da cultura": por exemplo, as distinções sociais, da forma exibida nas alegações da nova classe média, dependem cada vez mais não do poder econômico ou político, mas da exibição de símbolos culturais. Igualmente e em terceiro lugar, a cultura não é mais separada do econômico. Cultura e comércio se fundem e se alimentam de forma recíproca (KUMAR, 1997, p. 128).

Diante disso, um dos maiores exemplos práticos do uso cultural como instrumento de poder foi a ideologia nazista a qual desenvolveu-se no Terceiro Reich através do idealizador Adolf Hitler por três intensos pilares: *Führer*, a mística e, por fim, a propaganda política.

3.1 A CONCEITUAÇÃO DE PODER SIMBÓLICO E SOFT POWER

Como já apresentado anteriormente, a cultura (Bourdieu irá apresentar como Capital Cultural) tem uma influência direta nas decisões dos Estados, são diversos elementos que compõem o que chamamos de cultura.

o mundo social pode ser concebido como um espaço multidimensional construído empiricamente pela identificação dos principais fatores de diferenciação que são responsáveis por diferenças observadas num dado universo social ou, em outras palavras, pela descoberta dos poderes ou formas de capital que podem vir a atuar, como azes num jogo de cartas neste universo específico que é a luta (ou competição) pela apropriação de bens escassos... os poderes sociais fundamentais são: em primeiro lugar o capital econômico, em suas diversas formas; em segundo lugar o capital cultural, ou melhor, o capital informacional também em suas diversas formas; em terceiro lugar, duas formas de capital que estão altamente correlacionadas: o capital social, que consiste de recursos baseados em contatos e participação em grupos e o capital simbólico que é a forma que os diferentes tipos de capital toma uma vez percebidos e reconhecidos como legítimos." (BOURDIEU, 1987. p.4).

Pode-se dizer que os elementos que irão representar a cultura são um conjunto de símbolos onde retratam uma determinada sociedade e estes são disseminados para todo o mundo com a integração entre as fronteiras. Essa estrutura simbólica é denominada com um poder invisível que opera no Sistema Internacional.

Bourdieu (2010) irá definir como "num estado do campo em que se vê o poder por toda parte, como em outros tempos não se queria reconhecê-lo nas situações em

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

que ele entrava pelos olhos dentro, não é inútil lembrar que - sem nunca fazer dele, numa outra maneira de o dissolver, uma espécie de “círculo cujo centro está em toda a parte e em parte alguma - é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde ele é mais completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 2010 p.7-8).

De acordo com o autor, considera-se <sistemas simbólicos> a arte, a religião a linguagem entre outros, onde estes formam uma estrutura na sociedade de forma que produzem conhecimento, comunicação e uma construção de mundo. O Poder simbólico pode definir a construção do mundo através da realidade na qual está inserido, ou seja, de acordo com seu tempo.

O poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnoseológica: o sentido imediato do mundo (e, em particular, do mundo social) supõe aquilo a que Durkheim chama o conformismo lógico, quer dizer, “uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências (BOURDIEU, 2010, p. 9).

Para Bourdieu o simbolismo exerce uma verdadeira função política que não deixa de ser menor que a comunicação, em outras palavras, os símbolos podem ser considerados instrumentos de integração social, estabelecendo uma ordem social a ser seguida (BOURDIEU, 2010).

O poder simbólico possui uma derivação, de acordo com Bourdieu (2010), a qual ele irá chamar de capital simbólico:

O capital simbólico – outro nome da distinção – não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja a sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição, quer dizer, quando conhecido e reconhecido como algo de óbvio (2010, p. 145).

Este conceito é aplicado para designar as diferentes posições do poder na sociedade, onde instituições políticas podem usar desse artifício para a persuasão. O capital simbólico está ligado ao reconhecimento, prestígio e a honra que os discursos usados com essa representação simbólico pode trazer ao emissor (BOURDIEU, 2010).

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Um dos símbolos que exercem poder é a linguagem. Gnerre (2009) cita que a linguagem é um instrumento com grande referencial, a isso tem-se o uso do discurso político, nas produções cinematográficas, sermões religiosos, sala de aula entre outros. Todos são exemplos de que a linguagem adquire um valor considerável no contexto social e cultural da sociedade. Ainda de acordo com o autor, existem determinados regras para que a linguagem venha ser usada como mecanismo de persuasão, entre elas então o fato de todos os indivíduos saberem o momento oportuno a ser falado, qual será o conteúdo abordado e saber usar variação linguística que comporte ao entendimento do público. Bourdieu (1997) sucinta que o poder da palavra é o poder de mobilizar a autoridade acumulada pelo falante e concentrá-la num ato linguístico (BOURDIEU, 1997, *apud* GNERRE, 2009, p.5).

Os símbolos são considerados os legitimadores do poder, o conceito de legitimação pode ser definido por Habermas (1976) como “o processo de dar ‘idoneidade’ ou ‘dignidade’ a uma ordem de natureza política, para que seja reconhecida e aceita” (HABERMAS, 1976 *apud* GNERRE, 2009, p. 8). Dado isso, é possível destacar o uso da linguagem pelo Estado como forma de ratificar seu poder como uma entidade superior e “neutra” (GNERRE, 2009).

Pode-se destacar o fato de que as classes dominantes usufruem das produções simbólicas, usam a conjuntura de símbolos para que suas ideologias e políticas possam tornarem produtos as demais classes. De certa forma a cultura, como visto anteriormente, foi capaz de unir com o “outro”, porém a mesma também exerce o poder de separação - legitimando a distinção de culturas, onde uma é destacada como superior e as demais apenas são consideradas como subculturas.

Por tempos, as classes estiveram em uma luta simbólica para que possam se destacar de alguma forma, onde seus interesses possam ser desejados e reproduzidos pelas demais, e isso pode se dar de uma maneira sutil, como no comportamento cotidiano de determinado grupo (BOURDIEU, 2010).

Essa forma de imposição cultural por meio de símbolos, ocorre através de meios “inofensivos” onde sem que se perceba uma cultura é absorvida inconscientemente e por tanto repetida pelo receptor. A exemplo disso, a presente pesquisa traz do uso do cinema como uma das ferramenta simbólica de projeção de poder usada pelo Estado para que suas agendas sejam disseminadas e repetida pelos telespectadores. Ao abordar essa temática, é inevitável não relacionar o governo alemão durante o Terceiro Reich com a produção de um documentário onde fazia uma apologia a

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

doutrina nazista. Por tanto faz-se necessário o questionamento a respeito da produção de Leni Riefenstahl, onde foi apresentado um documentário para que o povo germânico pudesse participar do movimento nazista, ou seria apenas uma construção de imagem para a que a política de Hitler pudesse ganhar espaço no cenário internacional? A resposta é clara, a doutrina nazista tomou tamanha proporção que mesmo após todo o conflito que desenrolou ainda a cerca de 70 anos posterior a essa ideologia, existem grupos que praticam (de forma mais tímida) o nazismo.

Porém, não foi somente a Alemanha usou dos artifícios do poder simbólico, como ainda atualmente no século XXI, o uso dessa projeção tem ganhando espaço nas agendas das grandes hegemonias do Sistema Internacional. A exemplo disso a indústria de Hollywood é considerada uma grande produtora de ideologias políticas estadunidense após o cenário da Segunda Guerra Mundial, neste contexto é possível destacar que a propaganda política se relaciona de forma direta com o entretenimento cinematográfico (VALIM, 2004).

A indústria do cinema norte-americano evidencia o poder do discurso político através de um produto o qual além de salientar uma ideologia ainda cunha com a lucratividade financeira. E de acordo com Valim (2004), nos Estados Unidos existe uma necessidade de vender uma imagem de uma nação contra um inimigo comum, devido a isso acabou-se tornando essencial a produção de produtos que propaguem os principais interesses do Estado.

E para que pudesse haver uma eficácia na utilização do entretenimento para fins de interesse nacional, o governo americano, ainda segundo o autor, investiu em diversos estudos sobre Psicologia Social como meio de potencializar tal desfecho e entre estes estudiosos se destaca um psicólogo social especializado em técnicas de propaganda fascista Ellis Freeman¹¹. E através desse investimento, foi onde o governo americano “aprendeu que uma das maneiras mais eficazes de chamar a atenção de um adulto era se referindo a ele como se ele fosse um jovem. Desse modo, os desenhos animados da série *Snafu*¹², exibidos para milhares de soldados em bases

¹¹ O seu livro mais famoso é *Conquering the man in the street> a psychological analysis of propaganda in war fascism, and politics* foi publicado em 1940 e tornou-se uma referência fundamental para os estudos sobre propaganda na área da Psicologia Social (FREEMAN, 1940).

¹² É o título de uma série americana com formato em preto e branco e com um tom humorista produzida entre 1943 e 1945(período da Segunda Guerra Mundial), onde tinha como objetivo instruir os soldados militares sobre a segurança, os hábitos de higiene, armadilhas nos confrontos, alfabetização entre outros, pois apresentava uma linguagem de fácil entendimento a qual era apresentada de forma divertida, com palavras leves e alguns aspectos de moralidades sutis. A série foi dirigida por Chuck Jones e criada pelo diretor Frank Capra - presidente da US Army Air Force.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

militares nas mais distantes regiões do planeta, os tratava candidamente como 'jovens adultos' (VALIM, 2004 p. 416).

Essas ideias foram aplicadas, por exemplo, na feitura do desenho animado *Snafu*. Em um primeiro momento tais produtos podem parecer simples e despojados de maiores interesses. Todavia, além de técnicas de propaganda e psicologia social, em *Snafu* foram utilizados métodos de análise demográfica para definir os roteiros.

Assim, os produtores esperavam compreender quantos homens assistiriam o desenho animado, qual a sua formação e em quais regiões haviam nascido e morado. A feitura de *Snafu*, segundo a visão de Eric Smoodin, indica uma preocupação que foi muito além do entretenimento. Antes de funcionar como divertimento para militares e, posteriormente, civis, a série deveria atingir principalmente a dissensão interna (SMOODIN, 1993, p. 71-95).

Esse objetivo era tão caro ao governo, que os roteiros de *Snafu* foram encomendados a Theodor Geisel, um especialista em literatura infantil e autor de vários livros para o público jovem. Dessa forma, os desenhos mostravam ao soldado, e de uma forma bem-humorada, o que poderia lhe acontecer se ele não fizesse o seu trabalho eficazmente e com seriedade. As relações de trabalho eram um tema recorrente na propaganda de guerra, tanto na elaborada nos EUA, como na canadense. E havia boas razões para isso. As políticas durante a Guerra estavam fortemente alicerçadas na necessidade de assegurar o crescimento e a continuidade da produção, a encorajar a estabilidade das relações de trabalho assim como os sindicatos, e o controle da militância dos operários (ATLESON, 1998, p.1-4).

Nye Jr (2002) contrapõe o poder simbólico de Bourdieu em alguns aspectos. De acordo com o cientista político Nye Jr (2002-b) o termo *soft power* originou para descrever um mecanismo de habilidade política, usado para influenciar de forma indireta os interesses e comportamento de outros Estados do Sistema Internacional. Para ele o *soft power* é a habilidade de influenciar o outro a fazer o que você deseja sem o uso do *hard power* (poder bruto). E é neste contexto que Nye Jr ressalta que contemporaneamente é muito provável que um "país obtenha os resultados que quer porque os outros desejam acompanhá-lo, admirando os seus valores, imitando-lhe o exemplo, aspirando ao seu nível de prosperidade e liberdade" (Nye Jr., 2002-b, p. 36).

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

O autor ressalta, ainda, que o *soft power* “[...] está a tornar-se mais importante em relação ao poder duro do que acontecia no passado, à medida que a credibilidade se transforma num recurso crucial de poder, tanto para os governos como para as ONGs” (NYE JR, 2002-a. p. 257). Nye Jr afirma ainda que “o soft power pode ser considerado como uma “segunda face do poder”, e que isso se deve à proposta de se estabelecer uma agenda política mundial e atrair a posição de outros países no sistema internacional” (NYE JR., 2004-b. p. 5).

De acordo com o autor, ele irá salientar que o *soft power* deve ser visto como uma habilidade de ‘moldar as preferências’ dos demais a seu interesse, e devido a isso quando se usa uma política com esse intuito a mesma acaba sendo legitimada. “O país que consegue legitimar seu poder aos olhos dos demais encontra menor resistência para obter o que deseja. [...] Se conseguir estabelecer regras internacionais compatíveis com a sua sociedade, é menos provável que tenha de mudar” (NYE JR., 2002-b, p. 39).

Essa legitimação é favorecida pelos avanços tecnológicos (seja na informática ou na comunicação), visto que possuem um custo inferior ao do uso do poderio bélico, por exemplo, e abrange um rol de possibilidades de processamento e transmissão num tempo reduzido e com maior impacto. Para salientar essa afirmação, Nye Jr (2002-b) diz que essa mudança nas tecnologias configura-se como uma “terceira revolução industrial” e permite, inclusive, modificações na natureza “dos governos e da soberania, aumentando o papel dos agentes não estatais e fazendo crescer a importância do poder brando na política externa” (NYE JR, 2002-b, p. 86). Por conseguinte, as perspectivas futuras indicam que:

[...] todos os tipos de governo perceberão que o controle lhes escapa à medida que a tecnologia da informação se espalha gradualmente na parte minoritária do mundo que ainda carece de telefones, computadores e eletricidade. [...] atualmente, muitos governos controlam o acesso dos cidadãos à Internet vigiando o serviço dos provedores. Embora seja custoso, os indivíduos mais habilidosos conseguem driblar tais restrições, e o controle não precisa ser total para ser eficaz quanto aos propósitos políticos. Mas, à proporção que se desenvolvem, as sociedades enfrentam dilemas ao tentar proteger o controle soberano sobre a informação (NYE JR, 2002-b, p. 93).

Um exemplo comum do uso do poder de influência, seja como poder simbólico ou *soft power*, é o cinema. A disseminação dessa influência ocorre através dos meios culturais, Bourdieu (2010) irá ressaltar que o cinema não deve ser considerado apenas como uma forma de entretenimento para as pessoas, ele é um produto social, pois

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

quem o assiste recebe valores que estão sendo transmitindo através de imagens, sons, cores e demais projeções. Já Nye Jr (2002-b) traz o cinema como um *soft power*, mas como um poder secundário, ele se torna apenas um meio de legitimar o *hard power* pois para ele esse poder age de modo indireto e sutil (2002-b, p.36). Além de que para Nye Jr (2002-a) o *soft power* está além do uso exclusivo de elementos culturais, esse mecanismo de coerção se deu através de diversos fatores políticos e econômicos. Para isso o autor em sua obra “O Paradoxo do Poder Americano”, descreve algumas fontes de poder brando usadas no decorrer dos tempos.

Estados Preponderantes e suas Fontes de Poder, 1500-2000.		
Período	Estados	Recursos Principais
Século XVI	Espanha	Ouro maciço, comércio colonial, exercícios mercenários, laços dinásticos
Século XVII	Holanda	Comércio, mercados de capital, marinha.
Século XVIII	França	População, indústria rural, administração pública, exército, cultura (poder brando)
Século XIX	Grã-Bretanha	Indústria, coesão política, finanças e crédito, coesão política, finanças e crédito, marinha, normas liberais (poder brando), localização numa ilha (fácil de defender)
Século XX	Estados Unidos	Superioridade econômica, liderança científica e técnica, localização, forças e alianças militares, cultura universalista e regimes internacionais liberais (poder brando)
Século XXI	Estados Unidos	Liderança tecnológica, superioridade militar e econômica (poder brando) centro de comunicações transnacionais.

Tabela 1 - Fontes de Poder dos Estados entre o século XVI -Século XXI
Fonte: Nye Jr (2002-b, p. 43)

4. A Indústria Cultural na América Latina

Como vimos anteriormente, a Indústria Cultural tem grande impacto na sociedade, e podemos abordar esse elemento no que se diz a respeito da integração da América Latina. Observamos que a cultura estadunidense é a mais proeminente nas massas, difundindo os costumes norte-americanos onde é bem mais comum encontramos vocábulos em inglês, do que termos expressões no idioma espanhol, por exemplo.

Com base nos levantamentos de Hugo Suppo e Mônica Lessa (2007, *apud* Carvalho; Goiana Filho, 2011, p.2) “a cultura, entendida como um sistema de valores, constitui um fator bastante influente na política externa dos Estados, podendo servir como um elemento de aproximação ou de conflito”.

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais

Porém, a partir dos anos 60, um movimento começou a tomar forma e a ganhar espaço nas discussões acadêmicas: o cinema novo. Não se pode falar sobre Cinema Novo, sem mencionar o seu percussor: Glauber Rocha. Esse movimento se popularizou em meados dos anos 60. De acordo com Gomes (201-):

No ano de 1960 foi realizada em São Paulo a I Convenção da Crítica Cinematográfica que contou com a presença de alguns cineastas, dentre eles estavam: Carlos Diegues, Paulo Perdigão, Orlando Senna e outros. Nesta convenção foi debatida a questão do cinema "colonizado", que se baseava, principalmente, nos moldes hollywoodianos para se produzir filmes nacionais. Na ocasião foi apresentado o curta-metragem paraibano *Aruanda*, 1960, de Linduarte Noronha. Esta película serviu de exemplo para os filmes que surgiram com o intuito de combater os filmes produzidos pela indústria cinematográfica. A partir deste momento se configura o movimento denominado Cinema Novo, cuja proposta era fazer filmes voltados para a realidade brasileira e com uma linguagem "acessível". O Cinema Novo surgiu também sob forte influência do contexto sociopolítico brasileiro dos anos 1960, um momento de muitas transformações na cultura brasileira, não só pelo intenso desenvolvimento da indústria cultural, mas também pelos debates a respeito de qual modelo de desenvolvimento político e econômico seria o ideal para o país. Deste modo, suas produções estiveram diretamente relacionadas com as profundas transformações vividas pela sociedade, suas contradições e seus dilemas. Deste modo, o Cinema Novo surge como uma voz revolucionária em meio ao cenário político brasileiro trazendo consigo propostas tanto no campo estético, como no político (GOMES, 201-, p.1)

Ao tratar sobre indústria cultural, as referências que nos vêm à mente são na maioria das vezes elementos norte-americanos ou europeus, isso acontece devido ao fator da região da América Latina ter sido colonizada. O Cinema Novo é a representação da luta por uma identidade nacional, onde diversos estudiosos buscaram exaltar a cultura latino-americana em suas obras de artes e principalmente no cinema. De acordo com Quijano (2000), podemos ler a respeito da dependência e dominação eurocêntrica que os países colonizados sofrem no âmbito cultural, socioeconômico e demais áreas de abrangência:

El patrón de dominación entre los colonizadores los otros, fue organizado y establecido sobre la base de la idea de "raza", todas sus implicaciones sobre la perspectiva histórica de las relaciones entre los diversos tipos de la especie humana. Esto es, los factores de clasificación e identificación social no se configuraron como instrumentos del conflicto inmediato, o de las necesidades de control y de explotación del trabajo, sino como patrones de relaciones históricamente necesarias y permanente, cualesquiera que fueran las necesidades y conflictos originados en la explotación del trabajo Desde esa perspectiva, los colonizadores d on la nueva identidad de las poblaciones aborígenes colonizad. Para esas poblaciones la dominación colonial implicaba, en cons riera, el cleszló y la represión _de las identidades originales (mayas, aztecas, incas, aymaras etc.), yen el largo plazo la pérdida

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais

de éstas y la admisión de una común identidade negativa (QUIJANO, 2000, p.120).

Por muito tempo (diga-se que em meados do século XX), os povos latinos americanos têm buscado uma identidade cultural que salienta a nação contemporânea. De acordo com Seixas (2008) lemos que:

As Américas Central e do Sul são geograficamente muito diferentes. A América Latina apresenta-se dividida em quatro sub-regiões, ou subsistemas: a) o subsistema amazônico; b) o subsistema andino; c) o subsistema platino (MELLO, 1996); e d) o subsistema da América Central e Caribe. As características geográficas de cada um desses subsistemas os tornam diferentes entre si. Essas diferenças geográficas influenciaram, em grande parte, o desenvolvimento de culturas e civilizações também distintas entre os grupos humanos que habitavam cada sub-região na fase pré-colonial. Esses povos adotaram diferentes formas de organização política, social, econômica e cultural. Por outro lado, muitos dos elementos que distinguem as culturas pré-coloniais na América Latina foram destruídos ou foram obscurecidos pela sobreposição da cultura colonial europeia a partir do início do século XVI (ROMANO, 1989). Disto resulta o discurso ideológico de que a identidade cultural da América Latina é latina, no sentido de que os povos colonizados teriam absorvido quase que completamente a cultura europeia colonizadora; e americana, no sentido de que a América Central e a América do Sul passaram a ter uma única identidade cultural ocidental, na exata e restritiva medida em que os europeus e, mais tarde, os norte-americanos, tolerassem ter alguma identidade cultural com os povos da América Latina (SEIXAS, 2008, p.96).

Por tanto, é notório o quanto o fator cultural é importante na construção de uma identidade nacional, por exemplo, o Diplomata Edgar T. Ribeiro (1989) diz que:

“Se nos fosse permitido um exercício simplificador de desmembramento, poderíamos dizer que a diplomacia política persegue objetivos políticos, a diplomacia comercial objetivos comerciais, a diplomacia econômica objetivos econômicos e assim por diante. A diplomacia cultural, no entanto, vai muito além: ao lograr objetivos culturais – tarefa em si mesma fundamental – facilita, por via indireta, a consecução de objetivos políticos, comerciais, econômicos e quaisquer outros a que a política externa de um país se proponha.” (RIBEIRO, 1989, p.31 *apud* CARAVLHO; GOIANA FILHO, 2001, p.5).

A discussão que envolve a criação de uma identidade nacional pode-se ser descrita na obra de Fukuyama (1992):

Todos esses fatores – sentimentos de identidade nacional, religião, igualdade social, propensão para a sociedade civil e a experiência histórica de instituições liberais, coletivamente constituem a cultura de um povo. O fato de poderem os povos ser tão diferentes a esse respeito explica por que idênticas constituições democráticas liberais funcionam bem para alguns povos, mas para outros não, e também porque o mesmo povo que rejeita a democracia numa época, a adota sem hesitação em outra. (FUKUYAMA, 1992, p. 268).

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais

Para Leite (2005), numa região marcada pela desigualdade social, a indústria cultural, estava bombardeada por ilusões norte americanas, por tanto Leite (2005) afirma:

O cinema brasileiro deu uma resposta crítica a este processo peculiar, engajando-se politicamente e alinhando-se ao espírito radical dos anos 1960. Ao mesmo tempo, como parte de sua agenda política, o Cinema Novo tentou problematizar sua inserção na esfera da indústria cultural, apresentando-se no mercado, mas procurando ser sua negação e seu questionamento, procurando com tal perspectiva sua inserção na tradição cultural erudita. (2005, p. 96)

Esse movimento pode ser caracterizado pelas palavras de Diegues:

Cinema Novo deve-se caracterizar hoje, basicamente como aquele cinema que por ser independente, tanto do ponto de vista industrial como estético ou político é o único que pode ser realmente um cinema livre. Creio que o CN não pode ter regras pré-estabelecidas, dogmas a priori e imutáveis desde o ponto de vista estético ou ideológico. A única ideologia possível, a que une a todos, é a da emancipação nacional, visto, é lógico, do ponto de vista cultural e, mais particularmente, do cinema. Mas esta ideologia, em cada um, poderá ter raízes diferentes e ser entendida das mais diversas formas. Essas é que vão colorir as posições particulares dos diversos cineastas do CN. Assim, será um cinema, acima de tudo, de denúncia; e, como tal, não poderá ser nunca um cinema vendido ao espetáculo comercial (no sentido convencional do termo), embora tenha que ser necessariamente um cinema de público, isto é, um cinema popular (DIEGUES, 1962, p 4-5).

De acordo com Ramos (1987), “se a concepção de um cinema ‘popular’, cara ao Cinema Novo, não aparece ainda delineada, são nítidas em determinadas teses preocupações que, adquirindo fortes tonalidades marxistas, se aproximam das concepções caras à geração que surgiria em 1959-1960”.

Por fim, vale ressaltar as palavras de Ridenti em sua obra ‘Em busca do povo brasileiro’, onde o autor descreve que:

este movimento valorizava a vontade de transformação, a ação para mudar a História e para construir o homem novo, mas o modelo para esse homem novo estava, paradoxalmente, no passado, na idealização de um autêntico homem do povo, com raízes rurais, do interior, “do coração do Brasil”, supostamente não contaminado pela modernidade urbana capitalista. Vislumbrava-se uma alternativa de modernização que não implicasse a submissão ao fetichismo da mercadoria e do dinheiro, gerador da desumanização. A questão da identidade nacional e política do povo brasileiro estava recolocada, buscava-se ao mesmo tempo recuperar suas raízes e romper com o subdesenvolvimento. (RIDENTI, 2000 *apud* GOMES, (201-).

A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais

Considerações Finais

Diante de todo o poder que a mídia fornece, é notório o fator de persuasão através de meios psicológicos uma grande parcela da sociedade, e isso se justifica por meio de mídias, as quais não possuem barreiras para propagar o interesse de determinado Estado, por exemplo. De acordo com Evans (2010):

O cinema havia se tornado cada vez mais popular ao longo do final da década de 1920 e década de 1930, sobretudo com o advento do cinema falado. Mas, em uma era anterior à televisão, o meio de comunicação de massa mais popular e de mais rápido crescimento era o rádio. Ao contrário da indústria cinematográfica, a rede de rádios era de propriedade pública, com 51% de participação da Companhia de Rádio do Reich, empresa nacional, e os outros 49% de nove estações regionais. (...) Goebbels estava muito consciente do poder do rádio. Durante a campanha eleitoral de fevereiro-março de 1933, ele teve êxito em obstruir todas as tentativas dos partidos que não o Nazista e o Nacionalista de realizar transmissões político-partidárias. Em pouco tempo, garantiu a substituição dos dois comissários do Reich por seus indicados, e obteve um decreto de Hitler em 30 de junho de 1933 depositando o controle de todas as transmissões nas mãos do Ministério da Propaganda (2010, p. 433).

Como já visto anteriormente, podemos afirmar a cultura é representada por um conjunto de símbolos que compõe e eles por sua vez, acabam interagindo e disseminando as fronteiras ocorrendo assim, uma integração. Essa estrutura simbólica é denominada com um poder invisível que opera no Sistema Internacional. De acordo com Sassen (1998, p.35) a globalização influenciou mudanças no papel que as cidades exerciam, “As cidades globais são lugares-chave para os serviços avançados e para as telecomunicações necessárias à implementação e ao gerenciamento das operações econômicas globais. Elas também tendem a concentrar as matrizes das empresas”. Outra questão ainda abordada por Sassen (1998) é que

“(...) as transformações ocorridas durante as duas últimas décadas na composição da economia mundial, acompanhando a mudança na direção de prestação de serviços e das finanças, suscita a renovada importância das grandes cidades como locais destinados a certos tipos de atividades e funções. Na atual fase da economia mundial, é precisamente a combinação da dispersão global das atividades econômicas e da integração global, mediante uma concentração contínua do controle econômico e da propriedade, que tem contribuído para o papel estratégico desempenhado por certas grandes cidades, que denomino cidades globais” (Sassen, 1998, p. 16).

É de grande importância movimentos como o Cinema Novo na América Latina, pois valoriza o povo, dão voz a sua identidade cultural, visto que por muito tempo, os

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

residentes da América Latina foram “oprimidos” e não puderam exaltar a beleza que há em suas terras. A influência estadunidense e europeia ainda é muito forte na região Latina Americana, porém com o passar do tempo, podemos perceber que é possível reverter esse papel e usar o cinema como uma ferramenta de poder para difundir a cultura dos povos da América Latina.

Com base nos argumentos apresentados no decorrer do artigo, é possível notarmos a função política que a indústria cultural exerce na sociedade. Ela dita “verdades”, comportamentos, ordem social e até mesmo agendas estatais. Por fim, com base nisso, vemos o peso que a indústria cultural carrega dentro do sistema internacional, tendo proporções grandes em propagação de ideologias e construção de identidade nacional.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

Referências

ADLER, Emanuel. **O Construtivismo no Estudo das Relações Internacionais**. Lua Nova, São Paulo, n. 47, Ago. 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n47/a11n47>>. Acesso em 25 setembro de 2019.

ARON, Raymond. **onuf**. Brasília: Editora UnB: Ipri; São Paulo: Imprensa Oficial, 2002

ATLESON, J.B. **Labor and Wartime State**: Labor relations and Law during World War II. Chicago: University of Illinois Press, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 13 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CAMARGO, Julia. **Ecos do fragor: a invasão do Iraque em 2003: a mídia internacional e a imprensa brasileira**. 2008. 142f. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) - Instituto de Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 2005.

CARTER, Sean; DODDS, Klaus. **International Politics and Films: space, vision, power**. London; New York: Wallflower Press Book, 2014.

CARVALHO, Beatriz Thomaz; GOIANA FILHO, José Elísio Alves (2011). **O papel da cultura nos processos de integração regional: o caso da UNILA**. 3º Encontro Nacional ABRI 2011 <http://www.proceedings.scielo.br/pdf/enabri/n3v1/a33.pdf>

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COELHO, Teixeira. **O que é a indústria cultural**. 15 ed. São Paulo. Brasiliense, 1993. Revisão: Flávio Cescon e Ana Maria M. Barbosa Disponível em <<http://www.netmundi.org/home/wp-content/uploads/2017/04/Cole%C3%A7%C3%A3o-Primeiros-Passos-O-que-%C3%A9-Industria-Cultural.pdf>> Acesso em 15 de julho de 2019

DIEGUES, C. **Cultura popular e Cinema Novo**. O Metropolitano, Rio de Janeiro, 3 out. 1962.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2000

ELIAS, Norbert. **1897-1990 O processo civilizador**. Tradução de Ruy Jungman; v.1 - 2. ed. -Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar Editor, 1994

EVANS, Richard J. **A chegada do Terceiro Reich**. Tradução Lúcia Brito. - São Paulo. Editora Planeta do Brasil, 2010.

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Tradução por Ernani Rosa e Beatriz A. Neves. Porto Alegre: Artmed, 1998

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

FERRO, M. **Cinema e História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992

FUKUYAMA, F. **O fim da História e o último homem**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

GALLO, Rafael Mandagaran. **Política externa e ideologia: a contradição entre a “missão civilizatória” estadunidense para a invasão do Iraque de 2003 e seus fundamentos liberais políticos**. Florianópolis, 2007.

GATTEGNO, Caleb. **Towards a Visual Culture: Educating Through Television**. New York: Outerbridge & Dienstfrey, 1969.

GILBOA, Eytan. **Diplomacy in the media age: three models of uses and effects**. *Diplomacy & Statecraft*, v. 12, n. 2, p. 1-28, 2001.

GNERRE, Maurizio. **Linguagem, escrita e poder**. 5 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

GOMES, Helton Santos. **Os intelectuais e o cinema novo, suas vinculações e suas propostas**. 201-. S/L. Disponível em: <http://www.historia.uff.br/estadoepoder/7sneq/docs/054.pdf>. Acesso em 29 de julho de 2019.

HOBBSBAWN, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX. 1941-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994

INAYATULLAH, Naeem & BLANEY, David. **International Relations and the Problem of Difference**. New York: Routledge, 2004.

JENKINS, Tricia. **The CIA in Hollywood: How the Agency Shapes Film and Television**. Austin: University of Texas Press, 2012.

KEGLEY, Charles Jr. **The Neoidealist Moment in International Studies? Realist Myths and the New International Realities**. *International Studies Quarterly*, vol. 37, n. 2, 1993.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo** [trad. Ruy Jungmann]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

LEITE, Sidney Ferreira. **Cinema brasileiro: das origens à retomada**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

MATTELART, Armand. **História da Sociedade da Informação**. São Paulo: Loyola, 2002.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997

MORIN, Edgar. **A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação)**. In: MARTINS, Francisco; SILVA, Juremir da. **A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologia do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

____. **Cultura de massas no século XX: neurose.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997

NOGUEIRA, João P. & MESSARI, Nizar (2005). **Teoria das Relações Internacionais: Correntes e Debates.** Ed. Elsevier/Campus, Rio de Janeiro, RJ.

NYE JR, Joseph S. **Compreender os conflitos internacionais: uma introdução à Teoria e à História.** Tradução de Tiago Araújo. Lisboa, Portugal: Gradiva, 2002-a.

____. **O paradoxo do poder americano: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada.** Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002-b.

____. **Soft Power: The Means to Success in World Politics.** New York. Public Affairs, 2004-b.

____. **O futuro do poder.** 1 ed. São Paulo: Benvirá, 2012. 115-150 p.

ONUF, Nicholas. **World of Our Making: Rules and Rule in Social Theory and International Relations.** Columbia: University of South Carolina Press, 1989.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina.** Disponível em: <https://antropologiadeoutraforma.files.wordpress.com/2013/04/quijano-anibal-colonialidad-del-poder-cultura-y-conocimiento-en-amc3a9rica-latina-2000.pdf>. Acesso em 20 de julho de 2019.

RAMOS, F. **Os novos rumos do cinema brasileiro (1955-1970).** In: RAMOS, F. (Org.). História do cinema brasileiro. São Paulo: Art Editora, 1987.

REEVES, Julie. **Culture and International Relations: narratives, natives and tourists.** New York: Routledge, 2004.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia Cultural: seu papel na política externa brasileira.** Brasília, Fundação Alexandre Gusmão, 1989.

SARFATI, Gilberto (2005). **Teoria das Relações Internacionais.** Ed. Saraiva, S. Paulo, SP.

SASSEN, Saskia (1998). **As cidades na economia mundial.** São Paulo: Studio Nobel.

____. **Sociologia da Globalização.** 1ª. Porto Alegre: Artmed, 2010. Tradução de: Ronaldo Cataldo Costa.

SEIXAS, Renato. **Identidade Cultural a América Latina: Conflitos Culturais Globais e Mediação Simbólica.** Cadernos PROLAM/USP (ano 8 - vol. 1 - 2008), p.

**A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER:
Um estudo de caso a respeito do uso do Cinema nas Relações Internacionais**

93 – 120. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/prolam/article/view/82312/85285>
Acesso em 29 de julho de 2019.

SMOODIN, E. **Animating Culture**: Hollywood cartoons from the sound era. New Jersey: Rutgers University Press, 1993.

VALENTE, Leonardo. **Política externa na Era da Informação**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

VALIM, A.B.; NOMA, A. K. Film Noir. In: SILVA, F.C.T da, et al. **Enciclopédia do século XX: Guerra & Revoluções** - Eventos, ideias e instituições. RJ: Elsevier, 2004

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 5 ed. Campinas: Papyrus, 2008.

WALKER, R. B. J. **The Concept of Culture in the Theory of International Relations**. In: CHAY, Jongsuk (Org.). Culture and International Relations. Nova Iorque: Praeger Publishers, 1990.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura** (Trad. de Waltensir Dutra), Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971]1979

YÚDICE, George. **A Conveniência da Cultura: usos da cultura na era global** (Trad. De Marie-Anne Kremer). Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004

ZANELLA, Cristine Koehler, NEVES JR., Edson José. (Org.). **As Relações Internacionais e o Cinema: espaços e atores transnacionais**. Belo Horizonte: Fino Traço, 2015.

ZIZEK, S. (org.) **Um Mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.