



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS
Curso de Bacharelado em Relações Internacionais

MARIA EDUARDA CARVALHO CAPISTRANO DE FREITAS

**O CINEMA HOLLYWOODIANO COMO INSTRUMENTO DE DOMINAÇÃO: o
caso do filme Casablanca**

**BRASÍLIA
2021**

MARIA EDUARDA CARVALHO CAPISTRANO DE FREITAS

**O CINEMA HOLLYWOODIANO COMO INSTRUMENTO DE DOMINAÇÃO: o
caso do filme Casablanca**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador: Professor Dr. Luciano da Rosa Muñoz

BRASÍLIA
2021

MARIA EDUARDA CARVALHO CAPISTRANO DE FREITAS

**O CINEMA HOLLYWOODIANO COMO INSTRUMENTO DE DOMINAÇÃO: o
caso do filme Casablanca**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador: Professor Dr. Luciano da Rosa Muñoz

BRASÍLIA, 17 DE MAIO DE 2021

BANCA AVALIADORA

Professor(a) Orientador(a)

Professor(a) Avaliador(a)

O CINEMA HOLLYWOODIANO COMO INSTRUMENTO DE DOMINAÇÃO: o caso do filme Casablanca

Maria Eduarda Carvalho Capistrano de Freitas

RESUMO

O presente artigo procura entender as formas de dominação no meio da cultura utilizadas para que possa ser exercida a chamada hegemonia cultural. A ascensão e o pioneirismo da indústria cinematográfica estadunidense com a criação de Hollywood colaborou para sua influência no mundo. Em vista disso, o artigo demonstra como a estética (nesse caso específico, o cinema, a grande ferramenta audiovisual do século), com ajuda do governo dos Estados Unidos, se tornou instrumento de propaganda favorecendo questões políticas. Enfim, seu papel na Indústria Cultural e no alargamento da cultura política é ilustrado pela análise do filme Casablanca lançado em 1942.

Palavras-chave: Hegemonia cultural. Indústria cultural. Hollywood. Cinema. Dominação.

ABSTRACT

This article seeks to understand the forms of domination in the scope of culture used so that what we call cultural hegemony can be exercised. The rise and pioneerism of the American film industry with the creation of Hollywood contributed to its influence in the world. Considering this, the article demonstrates how aesthetics, in this specific case, cinema, the great audiovisual tool of the century, with help of the United States government, became an instrument of propaganda favoring political issues. Finally, its role in the Cultural Industry is illustrated by the analysis of the movie Casablanca released in 1942.

Keywords: Cultural hegemony. Cultural industry. Hollywood. Cinema. Domination.

SUMÁRIO

Introdução. 1- O Poder da Hegemonia Cultural. 2- A Indústria Cultural. 3- A Ascensão de Hollywood. 4- Estudo de caso: Casablanca. Considerações finais.

INTRODUÇÃO

Existe um potencial político na estética, levando aquilo que pode ser pensado como entretenimento além do lazer, impactando culturas. A criação e a modernização do cinema, atrelando a imagem ao som, fez com que o cinema ganhasse um poder excepcional e inédito além

da arte, podendo ser utilizado como instrumento para o alargamento da cultura política. Os Estados Unidos, como um dos pioneiros do cinema e detentor da maior indústria cinematográfica do mundo em receita e influência, fazem uso ferrenho da potencialidade da grande ferramenta de audiovisual do século. Isso proporciona a difusão global do estilo de vida norte americano, tendo a oportunidade de representar certos valores, mesmo que de forma não direta, cuidadosamente inseridos em diferentes temáticas.

Essa competência política da arte faz com que o cinema seja um dos protagonistas quando pensamos na Indústria Cultural de Theodor Adorno e Max Horkheimer. Utilizando a arte como produto capitalista, esta indústria é capaz de influenciar seus consumidores, a massa, sendo então instrumento facilitador do conceito gramsciano de hegemonia cultural.

Inserida no contexto das Relações Internacionais, a arte pode ser importante para diferentes ideias e interações do mundo, traduzindo e compartilhando diferentes culturas. Ela favorece questões políticas quando utilizada como instrumento de dominação, além de moldar a sociedade como conhecemos hoje. Assim, tem um papel importantíssimo nas questões de relações mundiais de sociedade, comércio e conhecimento.

Esse trabalho propõe entender como a estética (no caso dessa pesquisa, o cinema), é utilizada como meio de coerção social a partir do caso prático feito através da análise do filme Casablanca. Assim, perceber que a questão política não está mais apenas atrelada a filmes que tratam essa questão diretamente no enredo e sim inseridos de maneira secundária em diversos gêneros. O cinema é utilizado como instrumento para difusão da cultura política.

1 O PODER DA HEGEMONIA CULTURAL

Em uma variante da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, Robert Cox se baseia nas ideias de Gramsci para ir além das teorias tradicionais das Relações Internacionais, percebendo e introduzindo a possibilidade de mudança do problema dentro do contexto. Em *Social Forces, States and World Orders: Beyond International Relations*, publicado em 1981, Cox propõe uma mudança. Ele pede para que se dê a devida atenção às forças e processos sociais e veja como eles se relacionam com o desenvolvimento dos Estados e das ordens mundiais e, principalmente, que não baseie teoria em teoria, mas sim na mudança do estudo prático e histórico-empírico, que são um campo de prova para conceitos.

Todas as teorias têm uma perspectiva que deriva de uma posição no tempo e no espaço social e político. Para cada perspectiva, o mundo e a pressão da realidade social levantam uma série de problemas e questões (Cox, 1981). Assim, para o autor, surge a problemática associada a uma perspectiva particular da realidade.

O discurso é sempre para alguém e com algum propósito. O autor divide as teorias das Relações Internacionais em duas categorias de acordo com a problemática: *problem-solving theory* e *critical theory*.

A *problem-solving theory* se refere às ideias provenientes de uma resposta direta aos problemas apresentados, no mundo atual, envolvendo os âmbitos das relações sociais, relações de poder e instituições, com o intuito de fazer com que as relações entre essas partes ocorra sem tribulação. No entanto, os teóricos dessa vertente dividem o problema em esferas, o que acaba sendo prejudicial para o problema como um todo pois oferece um número limitado de variáveis.

Em contrapartida, a *Critical Theory* é mais reflexiva e não leva em conta as instituições e as relações de poder e sociais, mas questiona suas origens, visando a possibilidade de mudanças. Assim, os teóricos dessa vertente procuram entender o problema como um todo, oferecendo uma maior variedade de soluções para o dilema apresentado.

Antonio Gramsci, político italiano, filósofo marxista, jornalista e prisioneiro do regime fascista de Benito Mussolini, influenciou extensivamente os teóricos críticos do século XX, que introduziram para o debate moderno a vertente do pensamento neogramsciano.

Enquanto os frankfurtianos identificaram a influência da cultura, a burocracia, a natureza do autoritarismo, a questão da razão e da racionalidade e discussões epistemológicas para explicar o fracasso no alastramento do socialismo, Gramsci buscou elucidar a influência da hegemonia nesse fenômeno. Todos trabalharam uma temática claramente situada na superestrutura. (SILVA, 2005, p. 264)

Um dos principais conceitos de Gramsci é o de hegemonia cultural. Existem duas vertentes para a origem do conceito de hegemonia para ele, o primeiro sendo proveniente dos debates na Terceira Internacional, organização criada por Lenin para reunir partidos comunistas do mundo inteiro, e o segundo oriundo das obras de Maquiavel (COX, 1983).

Em relação aos debates ocorridos dentro da Terceira Internacional, Gramsci adaptou a ideia de que a classe dos trabalhadores exercia hegemonia sobre as classes aliadas e ditadura sobre as classes inimigas. O jornalista modificou para o contexto do papel da burguesia na Europa, apontando o Estado hegemônico que essa camada exerce na sociedade sobre as classes

subordinadas. A classe burguesa, devido ao seu status enraizado, não fazia questão de governar o Estado, visto que os próprios governantes reconheciam seu papel hegemônico na sociedade.

O entendimento do conceito em Maquiavel se dá a partir de sua preocupação com as lideranças e apoio que alternativas ao fascismo vinham recebendo. Enquanto Maquiavel queria um poder para unificar a Itália no século XV, Gramsci se preocupava com o movimento fascista em ascensão no século XX. O filósofo elaborou uma analogia do príncipe sendo o partido revolucionário e utilizou a imagem de poder de Nicolau Maquiavel de um centauro para representar a combinação fundamental entre consentimento e coerção. Para ele, se existisse consenso da massa, mesmo que ilusório, a hegemonia seria suficiente para manter a conformidade das normas do Estado na maior parte do tempo, sem necessidade de uso da força. O consentimento e a força coercitiva estão inter-relacionados. Gramsci argumentou que, embora possa parecer que a classe dominante está usando a força para manter seu domínio, a força garante a aparência de consentimento.

Para Gramsci, a hegemonia significa, em parte, que uma classe ou uma aliança de classes conseguiu transcender os seus próprios interesses corporativos estritos e incorporar pelo menos alguns dos interesses das classes subalternas, de tal forma que parece representar os interesses da sociedade como um todo. (ANGELI, 2011, p. 131)

Em resumo, o conceito de hegemonia cultural remete ao meio que o grupo dominante utiliza para exercer e legitimar tal domínio: a cultura. Segundo Cox (1983), a percepção de hegemonia levou Gramsci a ampliar a sua definição de Estado, que, para ser significativa, teria de incluir os fundamentos da estrutura política da sociedade civil. O filósofo italiano considera a cultura como elemento fundamental para a obtenção do poder. Nas condições modernas, para que a dominação seja eficiente, deve ir além das esferas econômicas e das relações de poder e dominação mais clássicas, utilizando assim a liderança intelectual e moral.

Gramsci se vale dos conceitos militares de guerra de posição e guerra de movimento para diferenciar a luta política da luta militar, caracterizando as revoluções na Europa Ocidental e na Rússia e suas circunstâncias. As principais diferenças delineadas por ele dizem respeito à força e ao papel da sociedade civil e do Estado.

Na Rússia, a classe dos trabalhadores conseguiu se organizar para protestar por um governo menos opressivo, eventualmente derrubando a monarquia czarista em uma guerra de movimento, sem oposição da sociedade civil. Já na Europa Ocidental, a sociedade civil era mais estruturada e estava sob domínio hegemônico da burguesia, que exercia poder político. Por essa razão estrutural,

a guerra de movimento não seria eficaz. A guerra de posição, baseada em esforço político para construir um novo Estado, seria mais efetiva nas sociedades estruturadas do Ocidente.

A guerra de posição teria êxito na sociedade civil estruturada do Ocidente por meio da utilização de aparatos de construção e difusão de ideologias, sendo esses: escolas, igrejas, meios de comunicação etc. Nesse contexto se exerceria a hegemonia cultural.

Para representar o outro lado da moeda da hegemonia, o italiano conceitua o que ele chama de revolução passiva. Essa ideia se dá a partir do reconhecimento de dois tipos de sociedade: a primeira, tendo passado por uma revolução social, como a Revolução Francesa, e a segunda, sociedades que impuseram conceitos criados no exterior sem mudar sua estrutura antiga, como aconteceu na Itália no fim do século XIX. Estas se encontram em um contexto de revolução-restauração, abrindo espaço para uma modernização conservadora da sociedade a partir de uma reforma gradual, sem ruptura revolucionária.

Utilizando dessa estratégia política, dentro de um contexto de restauração, o Estado se moderniza conforme a burguesia abre espaço para as lideranças das classes subalternas da sociedade. A reforma de pequenas mudanças em um longo período de tempo acontece sem que essas classes subalternas tenham grandes avanços, mas a ideia de que existe uma democracia, mesmo que restrita, impede que elas se revoltem e criem um movimento autônomo, como aconteceu na França, levando a uma transformação radical do Estado. Na Itália, a ascensão da burguesia acontece em aliança com as classes que haviam ido para a Revolução Francesa.

A utilização da cultura está inserida no conceito que Gramsci tira de Georges Sorel de "bloco histórico", que se refere a elementos da cultura interagindo de forma a criar uma unidade maior. O bloco é a base do consentimento da classe dominada em relação à classe dominadora.

A estrutura e superestruturas formam um "bloco histórico", isto é, o complexo conjunto contraditório e discordante das superestruturas é o reflexo do conjunto das relações sociais de produção. (GRAMSCI, 1995, p. 52)

Antonio Gramsci atribui à criação do bloco três níveis de consciência, que são atingidos com a passagem da estrutura para superestrutura por meio do "bloco histórico". São eles: econômico-corporativo, consciente de interesses específicos de um grupo específico; consciência de classe solidária, consciente dos interesses de uma classe social inteira mas ainda restrito ao âmbito econômico; e hegemonia, que representa o encontro dos interesses da classe dominadora e da classe dominada. Essa união é o chamado consenso da classe dominada.

Dentro da conjuntura dos pensamentos e ideais do filósofo, o Estado é tratado como a entidade básica das relações internacionais, é nele que as hegemonias se constroem. O Estado que Gramsci se refere é o estado ampliado, tratando com grande importância a influência da sociedade civil.

Historicamente, os Estados que passam por uma revolução são os que têm fôlego para se tornarem hegemônicos, como aconteceu com a Inglaterra. Assumindo esse posto, o Estado teria que criar uma ordem mundial universal, que também possa ser compatível com os outros. Essa ordem mundial pode ser vista como a expansão da hegemonia interna da classe dominante, adquirida a partir do contexto da revolução e atingindo as outras nações como revolução passiva. Assim, as estruturas econômicas e sociais, a cultura e a tecnologia do Estado hegemônico passariam a ser globalmente concebidas. Para Cox (1983), quando falamos de política externa, são as grandes potências que têm mais autonomia para agir em conformidade com seus próprios interesses. A vida econômica das nações subordinadas é penetrada e moldada para que se encaixe com a das nações poderosas.

As Organizações Internacionais dispõem de um grande poder como mecanismo de expansão da hegemonia e estabelecimento da ordem mundial. Criadas ou apoiadas pelo Estado hegemônico, garantem vantagens na adesão às normas, tornando a dominação consensual.

Gramsci afirma que a cultura caracteriza o ambiente social, podendo ser qualquer manifestação da espiritualidade humana que componha um produto no desenvolvimento histórico de um grupo social, como normas, ideias, ciência, arte, religião, filosofia ou política. Contudo, dentro de uma sociedade capitalista formada por classes, existe espaço para que a classe dominante manipule o senso comum (ANGELI, 2011). Enquanto pode-se controlar crenças, pode-se controlar pessoas.

A hegemonia se manifesta no âmbito da sociedade civil. Hoje, com o mundo globalizado, pode-se questionar o alcance da língua e da linguagem, por meio de formas de expressão, artísticas ou não, no mundo. O alcance dos meios de comunicação no plano internacional, para a avaliação da hegemonia, vai além das fronteiras geográficas.

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 PASSOS, 2016 p. 8)

As variedades de produção cultural são muito utilizadas como forma de dominação da população. O sistema de mídia em massa, controlado por um monopólio, é uma forma de exercer a hegemonia. A arte sempre foi utilizada como forma de expressão, elemento para a difusão e instrumento político, e o cenário moderno das relações internacionais permite que ela seja inserida como nova personagem. Com ajuda da globalização, a arte audiovisual, como o cinema, ganha mais força como mecanismo de difusão de ideias e mobilização interna nacional, de acordo com os interesses da classe dominadora. Desde os seus primórdios, a sétima arte é utilizada politicamente. Um exemplo notório é o da Alemanha Nazista, que utilizava essa ferramenta como um dos principais componentes de sua imponente propaganda.

2 A INDÚSTRIA CULTURAL

A Belle Époque foi um período entre o final do século XIX e o início do século XX, afamado pelos grandes avanços, possibilitados pela Segunda Revolução Industrial, nos meios de comunicação, transporte e, principalmente, tecnologia, contribuindo para mudanças na arte e na cultura. Esse contexto marcado por grandes invenções formou o palco para o surgimento do cinema. O cinema mais próximo de como conhecemos hoje se deu graças à invenção do Cinematógrafo (uma versão aperfeiçoada do Cinetoscópio dos laboratórios de Thomas Edison), pelos irmãos Auguste Marie Louis Nicholas Lumière e Louis Jean Lumière. Os irmãos Lumière apresentaram sua invenção pela primeira vez em 1885, no Grand Café, em Paris.

Dentro da conjuntura de avanços culturais, em 1923 foi fundado o Instituto de Pesquisas Sociais na Universidade de Frankfurt. O grupo de teóricos atrelados às produções nesse instituto vieram a ser agrupados como pensadores da Escola de Frankfurt. Com forte impressão marxista, esses teóricos focaram em trazer a Teoria Crítica para o âmbito da sociedade em que viviam no século XX e as condições que conduziriam às alterações sociais. É importante ressaltar que, mesmo que alinhada aos pensamentos de Karl Marx, a Escola surge como uma crítica ao marxismo ortodoxo, fazendo análises sobre temas da atualidade como a cultura e sua importância, que acreditavam ter sido ignoradas pelos pensadores marxistas até então.

Os intelectuais do Instituto estavam vivendo as consequências da ascensão nazista na Alemanha e entendendo a formação da indústria como forma de propaganda, sendo pioneiros em um trabalho realizado para entender como o capitalismo passou a englobar as produções culturais

e como isso influenciou no incentivo ao consumo e na implantação de sua necessidade na sociedade.

No livro *A Dialética do Conhecimento*, publicado em 1947 por dois dos principais teóricos da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, este tendo sido diretor do Instituto, é introduzido o conceito de Indústria Cultural. De forma delineada, a Indústria Cultural trata da mercantilização das formas culturais. A cultura estava deixando de ser algo a ser contemplado para se tornar produto para o capitalismo.

A economia de mercado e a sociedade de consumo formaram as condições ideais para o surgimento da Indústria Cultural, e isso se deu graças ao surgimento das indústrias de entretenimento, como Hollywood. Essa transformação da arte em indústria é importante para que o lucro seja visto como algo essencial, como qualquer outro produto vendido. Quem antes contemplava a arte passa a ser consumidor da cultura. A massificação transformou a cultura em dinheiro, o que não teria acontecido sem o desenvolvimento científico e aplicação da tecnologia nas indústrias. Para Araújo (2010), os processos de industrialização, que introduziram o taylorismo e o fordismo como formas de produção, mudaram também a maneira como produziavam a arte. Esses processos atingem diretamente o mundo artístico, transformando seus produtos em um conjunto de reproduções que aliena.

Em *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*, Walter Benjamin, outro grande teórico da Escola de Frankfurt, argumenta sobre como as mudanças na superestrutura são feitas mais lentamente do que na economia. Por isso, existe uma diferente complexidade na maneira que a cultura evoluiu, apresentando uma visão menos esotérica em relação ao começo do século, por exemplo. A arte evoluiu de acordo com as técnicas de reprodução e o capitalismo se aproveitou da modernização para gerar lucro para a Indústria Cultural. Essas ferramentas aceleram a reprodutibilidade, portanto a tecnologia tem um papel de extrema importância para a velocidade com que essa mudança ocorre.

Com o objetivo de padronizar e racionalizar as formas culturais, a cultura de massas surge como produto direto da Indústria Cultural. Ela atrofia a capacidade do indivíduo de agir de maneira crítica e autônoma e reproduz um conteúdo ideológico raso a um público cada vez mais homogêneo, com o intuito de entreter e não provocar questionamentos (ADORNO e HORKHEIMER, 1947). A homogeneização do público, base para que a cultura de massas

funcione, é de suma importância para que a fórmula de sucesso atinja os objetivos de lucro, ao ser consumida pelo maior número de pessoas possível.

A cultura de massas não retira apenas o conteúdo crítico dos bens culturais, mas também configura um instrumento para que as classes dominantes exerçam seu poder, visando a manutenção do pensamento reinante e a legitimação de certos interesses. Ela se apropria do rigor erudito e da espontaneidade popular para uniformizar o produto, a fim de que seja consumido por todos, aumentando seu alcance mesmo dentro das classes sociais.

A mudança cultural causou uma perda na autenticidade das obras de arte. Walter Benjamin teoriza sobre a aura existente nas obras e o encanto causado pela contemplação da arte, que o cinema e a fotografia não conseguem reproduzir. Para ele, não se contempla um quadro da mesma forma que se assiste a um filme, a reprodução causa a banalização da arte.

A cultura produzida em série é submetida aos anseios do mercado e do lucro. A massificação dos produtos da indústria cria uma homogeneização dos gostos, padronizando o que consideram vendável. O artista que não se enquadra nesses padrões somente tem a opção de se adequar. É pensada e testada uma fórmula de sucesso e os artistas procuram criar e reproduzir padrões que se sabe que dá certo de tempos em tempos. Um exemplo disso são as *boybands*, que em períodos espaçados de tempo foram introduzidas para o mercado consumidor – nos anos de 1960, com *Jackson 5*, *The Temptations*; nos anos de 1990, com *Backstreet Boys*, **NSYNC*; e nos anos 2010, com *One Direction*, *The Wanted* – todas elas obtendo êxito e retorno em vendas.

A reprodutibilidade apaga as diferenças de classes para que os bens sejam consumidos e aceitos, sem maiores resistências, pelo mercado consumidor. Ela possibilita a democratização da arte e cultura, bem como acesso às obras de arte. Segundo Benjamin (1955), ao conceber a correlação entre política e arte, da mesma maneira que o fascismo utiliza da estetização da política, transformando-a em instrumento político de propagação de ideias favoráveis à guerra, o comunismo utiliza da politização da estética com fins revolucionários.¹

¹ O autor Walter Benjamin observa a correlação entre a política e a arte fazendo distinção entre a estetização da política e a politização da estética em seu texto *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*. A estetização da política pode ser percebida como maneira de difusão política utilizada pelo fascismo, reproduzindo imagens da massa de maneira massificada. Isso pode ser exemplificado com os desfiles nazistas em Nuremberg, o movimento artístico do futurismo italiano e no interesse nacional na indústria cinematográfica. Segundo Benjamin, o cinema falado inicialmente foi um retrocesso devido a forte ligação a interesses nacionais, criação de vínculos capitais e a barreira linguística. Por outro lado, a politização da estética é relacionada ao comunismo e aos interesses populares sendo representados por meio da arte.

Existem divergências visíveis entre o pensamento de Walter Benjamin e Theodor Adorno. Enquanto para o primeiro a questão da disseminação desenfreada da cultura é um processo quase que natural a partir dos avanços nas técnicas de reprodutibilidade, para o segundo consiste na questão econômica do surgimento e crescimento de uma indústria visando lucro às custas da cultura e de ideais.

Para Adorno, é uma falácia afirmar que os meios de comunicação promoveriam uma democratização da cultura, uma vez que esses meios estão a serviço da Indústria Cultural (Rüdiger, 2001), que transforma a produção estética em produção mercantilizada. (MOGENDORFF, 2012, p. 156)

Por mais que, de certa forma, o monopólio por trás da indústria não seja um segredo, com as divulgações públicas de arrecadação, muito do que envolve a distribuição dos filmes é feita de maneira cautelosa para que não haja divergência profunda no conteúdo passado. Existe uma ilusão de liberdade de escolha por parte do consumidor, quando na verdade algo já foi escolhido por nós. Escolhemos entre as opções que já foram escolhidas. Basta analisar em uma ida ao cinema quantos filmes são norte-americanos, não existem muitas opções de filmes asiáticos, por exemplo.

3 A ASCENSÃO DE HOLLYWOOD

No final do século XIX, o empresário e inventor Thomas Edison, por meio de sua empresa, patenteava grande parte das invenções criadas, além de incentivar essas criações por meio do *Edison Laboratories*. As tecnologias de Edison chegaram à Europa através de mostras que aconteciam na Belle Époque e começaram a inspirar inventores de aparelhos similares (às vezes melhorados), como no caso de grande sucesso e motivo de fama dos irmãos Lumière, o cinetoscópio.

O desejo de exclusividade e a relutância dos irmãos em relação a levar sua invenção para o mercado ou não, levou ao surgimento de diversos aparelhos similares patenteados por outras pessoas. A visão de mercado e a curiosidade gerada em torno do que a nova tecnologia poderia gerar em forma de lucro fizeram despontar diferentes formas de fazer cinema, levando a rápidos avanços na maneira com que o cinema era feito, especialmente em relação aos Estados Unidos, que iniciaram a indústria cinematográfica do país com seu produto através da *Edison Studios*. Um grande exemplo disso é a criação de efeitos especiais, pelo também francês Georges Méliès. Presente na primeira mostra dos irmãos Lumière no Grand Café, o ilusionista se mostrou

maravilhado com o cinematógrafo, vendo grande potencial em seu trabalho e sendo um dos que tentou comprar a invenção. Com a negativa, comprou um aparelho análogo e iniciou suas criações e invenções com cortes de filme, popularizando a técnica de *stop-motion* e mais tarde sendo apoiado pelo seu próprio estúdio de cinema.

Vencidos pelo mercado em 1902, os irmãos Lumière venderam a patente de seu produto para a empresa Pathé. Esse foi o marco inicial da produção de cinema em massa a ser internacionalizada. A visão de negócio dos irmãos Pathé, eventualmente alinhada a um modelo de truste vertical, onde não somente produziam os filmes, mas também se encarregavam da distribuição e exibição, garantiu a dominação do mercado cinematográfico europeu por parte da empresa, que se firmou como um dos maiores estúdios da indústria mundialmente.

A ascensão do cinema francês no mercado mundial, inclusive nos Estados Unidos, fez com que Edison se sentisse ameaçado em relação ao sucesso de seu estúdio, chegando a fazer com que a exibição do primeiro grande filme de Méliès, *Viagem à Lua*, fosse um fracasso financeiro ao distribuir cópias gratuitas antes da estreia oficial. Mesmo assim, o filme terminou sendo um sucesso no país.

O controle sobre seu estúdio não parecia suficiente para o empresário, que decidiu começar inúmeras batalhas judiciais com base nas patentes dos equipamentos utilizados por outros estúdios para produzirem seus filmes. Todos que não utilizassem maquinário da *Edison Company* estavam sujeitos a litígio. Sem medir esforços para obter controle sobre toda a indústria cinematográfica, em 1908 Thomas Edison sugeriu a criação do *Motion Pictures Patents Company*, ou MPPC, um truste que formava um monopólio. Edison agora liderava uma empresa formada por sua competição, os maiores estúdios cinematográficos nos Estados Unidos (inclusive os franceses com base nos países, como o de Méliès e o de Pathé), com o objetivo de forçar todos a utilizarem os materiais de sua outra empresa e criar um vínculo de venda ou aluguel de filmes somente aos exibidores que possuíssem vínculo com a MPPC.

Do outro lado estavam os empresários do ramo de diversão, donos dos *nickelodeons*, onde filmes eram exibidos como entretenimento barato (apenas cinco centavos), vendo seus negócios crescerem cada vez mais. Desejando manter o público constante e fiel, eles viam a necessidade de mudar constantemente o filme em exibição toda semana. Foi então que um dos pioneiros da indústria cinematográfica, Adolph Zukor (que viria a fundar a *Paramount Pictures*), começou a produzir seus próprios filmes, pois não conseguiria essa constância de produtores independentes,

muito menos seria economicamente interessante para a diversão barata que comprassem sempre as películas dos estúdios atrelados a MCPP (ROCHA, 2019).

As regras impostas pela MCPP eram um problema para os produtores independentes como Zukor, que além de dirigir e, claro, produzir, arcavam também com as despesas de exibição, que não poderiam estar sujeitas a constantes batalhas judiciais. A solução foi, então, mudar para o outro lado do país, longe dos grandes estúdios estabelecidos.

Na costa Oeste dos Estados Unidos, Adolph Zukor e outros empresários encontraram terreno fértil e barato para desenvolver seus negócios. Assim, com histórias semelhantes, nasceram todos os grandes estúdios desse período. (ROCHA, 2019, p. 20)

O crescimento da indústria através do sistema de produção de estúdio aconteceu devido ao grande passo dado pelos produtores independentes que formaram os estúdios nas terras de Hollywood, na Califórnia. Nas primeiras três décadas do século XX, nasceram os grandes estúdios, a maioria ainda existente atualmente, como os que fazem parte do *Big Five: Paramount* (inicialmente *Famous Players Film Company*), *20th Century Studios* (inicialmente *Fox Film Corporation*), *Metro-Goldwyn-Mayer*, *RKO Radio Pictures* e *Warner Bros.*

A mudança da indústria da Costa Leste para a Costa Oeste e o crescimento dos estúdios de Hollywood contribuíram para que o MCPP perdesse cada vez mais força. Em 1915, o Governo Federal ordenou a dissolução da empresa por quebrar a Lei Antitruste dos Estados Unidos. Os estúdios da Califórnia estavam agora mais livres do que nunca.

Uma outra maneira de chamar público para os filmes foi o *Star System*. Nesse sistema era dado muito mais visibilidade para os artistas, atores e atrizes, e o destaque dado a eles pelo método de promoção e exploração da imagem contribuiu para a mitificação do famoso *glamour* de Hollywood. Os estúdios vendiam a vida pessoal dos artistas, personificando-os e tornando-os estrelas. Mulheres bonitas e sempre impecáveis e homens com trejeitos de galãs popularizavam os filmes e o ideal americano. Além disso, os estúdios controlavam suas carreiras através de contratos de exclusividade, então quanto mais popular o artista, mais valioso ele se tornava ao trazer o público.

Outro grande fator que trouxe força para os estúdios de Hollywood foi a criação de um código moral que traduzisse os princípios do ideal americano, o *Motion Picture Production Code*, ou Código Hays. Em 1922, a *Motion Pictures Association of America*, ou MPAA, foi criada para manter Hollywood ao lado do governo americano, representando os interesses dos grandes estúdios no meio político.

Somente oito anos depois, em 1930, para que não houvesse risco de censura por parte do governo com a distribuição de filmes que não iam ao encontro de seus interesses, foi introduzido o que ficou conhecido popularmente como Código Hays. O Código, que recebe o nome do presidente da Associação, William Hays, foi negociado com autoridades não apenas do governo, mas também religiosas, com o intuito de chegar a um consenso sobre o que seria considerado adequado para o cinema, a fim de padronizar o conteúdo dos filmes. Não se veria um filme em que um criminoso vence a justiça, muito menos um casal feliz em uma película de romance que não fosse de acordo com os ideais de família da época.

O conteúdo não censurado não só propaga os ideais americanos, como também reproduz estereótipos nas telas. Ele acaba por acentuar de maneira negativa tudo aquilo que é alvo de discriminação, como gênero, raça, sexualidade e religião.

O emprego das obras cinematográficas para finalidades políticas pode ser observado desde as produções na Segunda Guerra Mundial. Foi durante esse período que o governo americano começou a trabalhar diretamente com Hollywood para enviar uma imagem muito específica sobre a guerra para o público. Logo após a entrada dos Estados Unidos na Guerra, o governo americano enxergou a necessidade de criar o *Office of War Information* para controlar o senso de apoio da população ao país e estimular o esforço de batalha. Como veículo midiático de comunicação em massa, Hollywood seria uma parceira óbvia para o lançamento de propaganda. Um dos produtos mais famosos da parceria com o governo foi a série de documentários *Why We Fight*, dirigida por Frank Capra², que já era conceituado na indústria. O primeiro filme da série ganhou um Oscar³ de Melhor Documentário.

Elmer Davis, diretor da OWI, disse: “A maneira mais fácil de injetar uma ideia de propaganda na mente das pessoas é passando a informação por um meio de entretenimento, quando elas não percebem que estão sendo propagandeadas.” (KOPPEL e BLACK, 1990, p. 64, tradução minha)

A maior e mais famosa indústria de entretenimento conseguiu o que Edison não conseguiu, dominar o mercado americano com filmes americanos. O sistema capitalista de produção industrializada mostrou grande vantagem no sistema onde os estúdios conservavam o controle da

² O diretor de cinema nascido na Itália foi presidente da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas entre os anos de 1935 e 1939. Era um diretor de cinema muito popular, já havia ganhado cinco prêmios Oscar quando foi escolhido para dirigir a série de documentários *Why We Fight*.

³ O Oscar é o prêmio concedido pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas em diversas categorias aos profissionais da indústria cinematográfica. A Academia foi criada em 1927 por Louis B. Mayor, um dos fundadores da MGM com o intuito de unificar todos esses profissionais – atores, diretores, produtores, roteiristas e técnicos.

produção, distribuição e exibição. Além disso, o sucesso na consolidação do cinema Hollywoodiano como hegemônico se deu pelo sistema de estúdios, que introduziu o *Star System* e se regeu pelo Código Hayes, alinhado ao ideal americano. Os filmes vendiam o *American Way of Life*.

Na visão de Tânia da Costa Garcia (2004), o código ajudou a criar uma visão idealizada da vida americana, transportada para os Estados Unidos e para o mundo pelo cinema. “Assim, ao mesmo tempo em que se limitavam os excessos, criava-se uma imagem idealizada da sociedade *yankee*, tornando o cinema o meio mais eficiente para narrar e propagar a história da nação. (ROCHA, 2019, p. 26)

Com visão de mercado, Hollywood procurava cada vez mais maneiras de se inserir no mundo. A Primeira Guerra Mundial desestabilizou a economia dos países europeus, que viveram um período de recessão após o conflito. Essa crise proporcionou um bom espaço de entrada ao cinema americano, em um momento em que os estúdios europeus tiveram que diminuir drasticamente sua produção.

Contudo, nenhum mercado parecia tão favorável quanto o mercado latino-americano. O contato que os políticos possuíam com a produção cinematográfica por meio da MPAA fez com que o cinema se tornasse instrumento para a política de boa vizinhança com o sul do continente. Apesar disso, nada iria fazer com que os esforços por parte dos estadunidenses aumentassem como fez o *red scare*, período de promoção do sentimento anticomunista, cultivado durante e após a Segunda Guerra Mundial.

O alinhamento de Hollywood com a política seguiu forte por muitos anos após a criação da MPAA. Ao observar filmes de grande sucesso de bilheteria entre os anos de 1980 e 1991, Silveira (2018) observa como os filmes estadunidenses iam ao encontro do discurso político da época. Boa parte dos filmes de guerra buscavam retratar a vitória americana, numa busca de apagar desastres como a Guerra do Vietnã, além de constantemente representar o inimigo como soviético. A questão com os soviéticos é perfeitamente ilustrada no filme *Rocky IV*, filme da série de sucesso *Rocky*. Para Silva (2004), especificamente nos Estados Unidos, o cinema não só é utilizado como instrumento de discurso político como também instrumento patriótico.

“[...] o cinema está para a sociedade americana tal qual a religião estava para a sociedade europeia do século anterior, ele representa um modelador do inconsciente coletivo – através de seus heróis, de suas sagas, de seu *glamour*, ele criou uma simbologia e uma forma de se relacionar com o público que conduz o receptor a internalização desse significado.” (SILVA, 2004, p. 3)

A necessidade de implantação de políticas voltadas para o pan-americanismo e defesa do ideal democrático levou à criação do *Office of Coordinator of Interamerican Affairs*, promovendo

e financiando a política dos países do sul com o intuito de conter a aproximação do comunismo do Ocidente sob pretexto de interesses dos países latino-americanos. Os filmes de Hollywood que retratavam a América Latina enfatizavam como o estilo de vida americano era bom e superior. As características visuais e sonoras do cinema, atrelados ao vínculo de interesse político, fazem dele o instrumento perfeito de dominação político-cultural, tornando possível a difusão de ideologias estabelecidas.

Para Mauad (2005, p. 58), a educação visual fazia parte do projeto civilizatório com o qual os Estados Unidos se empenharam para alavancar o patamar do desenvolvimento da América Latina. (MONTEIRO, 2012, p. 54)

Mesmo com a ação de influência do governo americano anteriormente na implementação do Código Hays, foi somente após a entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial que a intervenção no entretenimento ficou mais forte. A presença no conflito fazia com que fosse necessário moldar como as histórias militares eram contadas e o poder da propaganda tornou a parceria entre o governo e a indústria cinematográfica muito interessante. É importante ressaltar que os filmes produzidos nos Estados Unidos não são vistos apenas nos Estados Unidos, mas também no mundo inteiro. A posição política mundial do país dá a Hollywood o poder de espalhar a cultura e os ideais americanos.

4 ESTUDO DE CASO: CASABLANCA

O cinema e a indústria Hollywoodiana mudaram drasticamente em 1927 com o lançamento do filme *The Jazz Singer*, de Alan Crosland, o primeiro filme falado. Esse evento foi um ponto de virada na maneira que se faziam filmes no início do século XX e pode ser considerado o início da Era de Ouro do cinema americano. Aliado aos avanços tecnológicos na indústria – explorando novas maneiras de capturar imagem com *widescreen* e registrar cores – a queda da bolsa de valores de Nova York em 1929 colocou os Estados Unidos em um momento difícil politicamente e economicamente, dando início a Grande Depressão, que se mostrou crucial para o crescimento da indústria cinematográfica. Os filmes que chegavam às telas para os consumidores eram agora inéditos também em suas características de produção. Junto ao poder da imagem, o poder do som fez com que os filmes se consolidassem como principal meio de comunicação de massa, arte e comércio.

Em uma forma de escapismo da realidade, das incertezas, dificuldades e desemprego, as pessoas começaram a ir aos cinemas cada vez mais durante a crise. Na contramão do que acontecia com a grande maioria dos empreendimentos, as indústrias de entretenimento prosperaram e se desenvolveram. O cinema era uma das formas de entretenimento disponíveis mais baratas para a população, que driblava as dificuldades do dia a dia em horas de filmes de comédia, musicais e *western*, celebrando valores americanos de otimismo, resiliência, ambição e coragem. A Era de Ouro de Hollywood foi marcada pelo lançamento de muitos filmes importantes que marcaram a história do cinema, hoje considerados clássicos, como *O Mágico de Oz* (1939), *Cidadão Kane* (1941) e *Cantando na Chuva* (1952).

Um dos clássicos filmes lançados na Era de Ouro e talvez um dos maiores romances da indústria é o filme *Casablanca* (1942), dirigido por Michael Curtiz. O drama romântico se passa em Casablanca, no Marrocos, durante a Segunda Guerra Mundial, antes da entrada dos Estados Unidos na Guerra, no final de 1941. A cidade está sob domínio da França de Vichy⁴ – utilizada como ponte de escape da Europa por conta das invasões do regime Nazista – e a película conta a história do reencontro entre o americano expatriado Rick, dono de um badalado café na cidade, e Ilsa, seu antigo amor. O filme chegou a ganhar três prêmios Oscar em 1944, incluindo a categoria de Melhor Filme.

Produzido pelo estúdio *Warner Bros*, o filme é uma adaptação da peça *Everybody Comes to Rick's*, escrita por Murray Burnett e Joan Alison. O produtor executivo do estúdio, Hal B. Wallis, procurou adquirir os direitos da peça logo após o ataque de *Pearl Harbor*, que culminou na entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial. A fatalidade, conseqüentemente, resultou no aumento da produção de filmes relacionados à venda de ideias americanas sobre a Guerra, com o propósito de receber o apoio da população. Algumas dessas obras são: *Rosa da Esperança* (1942), *Águias Americanas* (1943) e *Um Punhado de Bravos* (1945).

Em uma pesquisa feita pela empresa americana de pesquisa de opinião *Gallup Poll*, entre 18 e 23 de maio de 1940, logo após a invasão da Holanda, Bélgica e França, apenas 7% dos entrevistados apoiavam a entrada dos Estados Unidos na Guerra. Dias após o ataque à base militar no Havaí, entre os dias 12 e 17 de dezembro de 1941, a mesma empresa fez outra pesquisa onde 97% dos entrevistados apoiavam que o Congresso americano declarasse guerra ao Japão. O cenário

⁴ Governo fantoche da Alemanha Nazista durante a ocupação da França na Segunda Guerra Mundial. Sua sede era na cidade de Vichy.

era politicamente perfeito para que Hollywood lucrasse em cima da união de forças com o governo americano.

O valor de propaganda do filme foi incitado pelo momento em que foi lançado nos cinemas. A estreia ocorreu logo após a Operação Tocha, que consistiu na invasão dos aliados no norte do continente africano, inclusive na cidade de Casablanca.

A primeira cena do filme situa a audiência em relação ao cenário geral e o contexto social do filme, reforçando a situação política: refugiados em direção à cidade no Marrocos com a esperança de escapar da “Europa aprisionada” e alcançar a “liberdade das Américas”. Os que não conseguiam ir direto para Lisboa, ponto de embarque para o continente americano, seguiam a trilha de Paris para Marselha, depois desciam à África por Oran e, finalmente, chegavam em Casablanca para procurar um visto de saída para a capital de Portugal.

O americano Rick Blaine conduz o “*Rick’s Café Americain*” que, devido à natureza de neutralidade de seu dono, consegue manter um bom relacionamento com pessoas de ambos os lados em guerra e manter o seu estabelecimento imparcial. Seus clientes variam desde os refugiados e as pessoas que vendem as desejadas *Letters of Transit* (documentos que autorizam a ida para Lisboa), a policiais locais e militares a serviço da Alemanha Nazista. O estabelecimento atrai então Victor Lazlo, inimigo do Reich e politicamente ativo como líder da resistência tcheca, e sua esposa Ilsa Lund, o grande amor de Rick, com a intenção de adquirir os documentos para escapar da perseguição nazista do vendedor Ugarte. Esse encontro é atrapalhado pela prisão do vendedor, mas o que o casal não sabe é que, antes da prisão, Ugarte havia deixado os dois documentos sob a tutela de Rick.

A história de amor entre Rick e Ilsa começou em Paris, antes da mesma ser ocupada pela Alemanha. Eles viveram intensamente, até o dia em que tiveram que sair às pressas da cidade e Ilsa nunca foi ao encontro de Rick na estação de trem. O reencontro em Casablanca mexe muito com Rick, que mesmo depois de muito tempo longe, não entende porque Ilsa o abandonou.

Victor suspeita que Rick está com as *Letters of Transit*, que ao ser contestado se recusa a vendê-las a qualquer preço. Ilsa confronta o antigo amor no clube, e quando ele se recusa a entregar as cartas, ela o ameaça com uma arma, mas depois confessa que ainda o ama. A moça finalmente explica que, quando eles se conheceram e se apaixonaram em Paris em 1940, ela acreditava que seu marido havia morrido tentando escapar de um campo de concentração. Porém, enquanto se preparava para fugir com Rick, descobriu que Victor estava vivo e escondido. Ilsa implora para

que Rick ajude Victor a deixar Casablanca e ele concorda em ajudar, fazendo ela acreditar que ficará quando os dois partirem. Pouco tempo depois, Victor faz um pedido semelhante a Rick, solicitando que ele leve Ilsa a um local seguro.

Quando o líder da resistência tcheca é preso, Rick convence o Capitão da polícia Louis Renault a soltá-lo, prometendo incriminá-lo por um crime mais grave: a posse das *Letters*. No aeroporto, quando Renault tenta prender Victor, Rick o coloca sob a mira de uma arma e faz Ilsa embarcar no avião com o marido, alegando que ela se arrependeria se ficasse.

Rick faz de tudo para que Ilsa consiga fugir com Victor, chegando a dar um tiro no comandante Nazi Strasser. Quando a polícia chega, Renault diz a eles para “*round up the usual suspects*”, sugerindo a Rick que eles uniram forças, uma metáfora para a aliança entre os Estados Unidos e a França.

Casablanca é o exemplo perfeito de entretenimento popular feito para as massas mas que não é pretensioso e nem lida com o conflito da guerra em si, apenas retrata o efeito dela na vida das pessoas. A transição de Rick, americano de atitude de aparente indiferença e neutralidade (seu lema, constantemente enfatizado, é “*I don’t stick my head out for anybody*”), a um participante ativo na luta que ajuda sua amada Ilsa a fugir com o marido, foi projetada para provocar uma resposta emocional no público americano, que estava passando por uma mudança semelhante com os Estados Unidos saindo de sua política de posição neutra na Segunda Guerra Mundial.

Essa passagem de indiferente à participante ativo do personagem é feita de maneira progressiva, imitando o sentimento da população americana em relação à intervenção na Guerra. Ao longo da obra cinematográfica, observamos a desconstrução do sentimento de desinteresse em relação ao conflito demonstrado pelo personagem de Humphrey Bogart. Alguns diálogos revelam que, antes de chegar a Casablanca, Rick era participante político ativo, tendo ajudado a enviar armas para a Etiópia em 1935, quando o país enfrentava invasão italiana, e lutado na Guerra Civil Espanhola em 1936. Além disso, suas atitudes durante o filme, como a de proibir a presença de um banqueiro alemão em sua sala privada de apostas, ajudar um casal a ganhar dinheiro para conseguir sair do país e permitir que a banda de seu Café tocasse *La Marseillaise*⁵ (confrontando funcionários nazistas cantando *Die Wacht am Rhein*⁶), fazem com que o público consiga inferir de que lado o personagem realmente está.

⁵ Hino nacional da França.

⁶ Hino patriótico Alemão.

O roteiro da produção é cheio de elementos políticos apresentados de maneira sutil. Na primeira cena em que Rick Blaine aparece, está jogando xadrez sozinho, sem amigos e sem oponentes, em simbolismo ao seu isolamento. Em certo momento, o Capitão Renault chama o lema do personagem principal de “política externa sábia”, explicitando a comparação entre Rick e um Estado. Além disso, quando pedido para separar a melhor mesa para Strasser, o gerente do *Rick's Café Americain* responde que, mesmo se não separasse, o alemão pegaria de qualquer maneira, remetendo às invasões germânicas durante o período.

O filme lida com questões sobre amor, sacrifício e interesse próprio. O retorno de Ilsa, mesmo que temporário, para a vida de Rick foi a força motora para que o sentimento apático do personagem fosse perdido. O casal embarca em uma história de romance icônica onde o herói defende a justiça, mas eles não terminam juntos. A moralidade do comprometimento de Ilsa com Victor, e deste com a causa, faz com que os dois sacrifiquem seu amor. A obra foi lançada em um momento crucial para salientar o motivo da entrada dos Estados Unidos na luta e que o esforço de guerra valeria a pena. Assim como Rick, eles deveriam defender o bem maior.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Indo além das ideias tradicionais das Relações Internacionais e inovando em relação às *problem solving theories*, os teóricos críticos, pensando nos problemas sociais, introduzem conceitos que nos fazem refletir a respeito do impacto da cultura. Antonio Gramsci traduz o impacto da cultura em seu trabalho, admitindo seu papel como instrumento de dominação através da hegemonia cultural. Para que essa hegemonia possa ser exercida, basta que se consiga estabelecer um consenso de ideais entre as massas. Reconhecendo a cultura como manifestação da espiritualidade do ser humano, a comunicação se torna o mecanismo mais eficiente, tendo em vista sua conexão com a própria cultura e a arte. Nesse caso, a cultura é o meio de domínio. A modernidade e a industrialização permitem que esse meio seja inserido no cenário das relações internacionais.

Sendo o cinema o meio de comunicação em massa mais eficiente, devido a sua técnica de produção, aliando a imagem ao som, é difícil pensar na sétima arte sem pensar em sua relação com a indústria. Antes utilizada como forma de expressão, a mercantilização das obras faz com que elas se tornem instrumentos políticos. Partindo desse ponto, a indústria necessita que os consumidores

se identifiquem com os modos de pensar, permitindo a criação de valores e legitimando interesses por meio de seu produto: a cultura de massas. A reprodução industrial ajuda a manipular o senso comum e, conseqüentemente, a controlar a sociedade, traduzindo a estetização da política de Walter Benjamin.

Pensando especificamente na indústria cinematográfica, devido ao seu pioneirismo e a promessa lucrativa, o cinema produzido em Hollywood é o de maior influência no mundo desde sua criação. Suas produções são enviadas para o mundo inteiro, além de serem extensamente consumidas também em seu país de origem. Quando o poder da indústria americana estava aliado aos anseios e ao poder do governo, os discursos e propósitos mediados pelos filmes produzidos tomou grandes proporções como mecanismo de difusão de princípios.

O filme Casablanca exemplifica a importância do cinema como propaganda no meio nacional dos Estados Unidos. A personificação do personagem principal representando o país e sua entrada na Segunda Guerra é de extrema importância para justificar essa participação e obter o apoio da população, principalmente pensando na questão do esforço de guerra. Além disso, demonstra o modelo de dominação ao expressar ideais políticos de maneira secundária em um drama romântico, dominando sem que essa força externa seja notada. A hegemonia cultural desejada em relação ao apoio de ideais políticos é alcançada graças às obras elaboradas e sua conseqüente e inevitável popularidade.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Fragmentos Filosóficos (1947) (Dialektik der Aufklärung – Philosophische Fragmente).

ANGELI, José Mario. **Gramsci, Hegemonia e Cultura: relações entre Sociedade Civil e Política**. Revista Espaço Acadêmico - No 122. 2011.

ARAÚJO, Bráulio Santos Rabelo. **O conceito de aura, de Walter Benjamin, e a indústria cultural**. Pós, v. 17, n. 28, São Paulo. Dezembro 2010.

BAKKER, Gerben. **The Economic History of the International Film Industry**. EH.Net Encyclopedia, edited by Robert Whaples. 10 de fevereiro de 2008. Disponível em <<https://eh.net/encyclopedia/the-economic-history-of-the-international-film-industry/>> Acesso em: 13 de março de 2021.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Trad. bras. José Lino Grünnewald. A idéia do cinema (Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1996). Coleção Os Pensadores. Abril Cultural. 1955/.

BIANCHI, Alvaro. **Revolução Passiva: o pretérito do futuro**. Crítica Marxista, São Paulo, v. 23, n. 23, p. 34-57, 2006.

COX, Robert. **Gramsci, Hegemony and International Relations: An Essay in Method**. Millenium Journal of International Studies vol. 12, n. 2. 1983.

COX, Robert. **Social Forces, States and World Orders: Beyond International Relations Theory**. Millenium Journal of International Studies vol. 10, n. 2. 1981

DE JESUS, Diogo Santos Vieira; TÉLLEZ, Cláudio Andrés. **Concerto para nenhuma voz? Arte e estética no estudo das Relações Internacionais**. Revista eletrônica EXAMÁPAKU . v. 07, n. 3.

FIANCO, Francisco. **Adorno: Ideologia, cultura de massas e crise da subjetividade**. Revista Estudos Filosóficos n. 4/2010 – eletrônica – ISSN 2177-2967. São João del Rei, Minas Gerais, p. 128-142. 2010.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. 3a ed. Trad. bras. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

KOPPEL, Clayton R.; BLACK, Gregory D. **Hollywood Goes to War: How Politics, Profits and Propaganda Shaped World War II Movies**. University of California Press. Berkeley e Los Angeles. 1990

MAISUWONG, Wanwarang. **The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World**. International Journal of Engeneering Research & Technology (IJERT). ISSN: 2278-0181, vol. 1, issue 4, June - 2012.

MARQUES, Mariana R. **Cinema em Hollywood: A história completa**. Instituto de Cinema SP. Disponível em <<https://institutodecinema.com.br/mais/conteudo/cinema-em-hollywood-a-historia-completa>> Acesso em: 02 de fevereiro de 2021.

MOGGENDORF, Janine Regina. **A Escola de Frankfurt e seu legado**. Verso e Reverso, XXVI (61), p. 152-159, set-dez 2012.

MONTEIRO, Erica Gomes Daniel. **Diplomacia Hollywoodiana: Estado, indústria cinematográfica e as relações interamericanas durante a II Guerra Mundial.** História Social, v. 1, n. 20, p. 41-61, 11 mar. 2012.

OLIVEIRA, Heloisa Cortiani. **A HISTÓRIA DO CINEMA CONTADA POR MEIO DE PATENTES – DE 1870 A 1915.** Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal do Paraná. Curitiba. 2016.

PASSOS, Rodrigo Duarte Fernandes. **Gramsci e a Teoria Crítica das Relações Internacionais.** Revista Novos Ramos v. 50, n. 2. 2013.

PASSOS, Rodrigo Duarte Fernandes. **Gramsci, hegemonia e cultura nas relações internacionais.** I JOINGG. Fortaleza - CE. 2016.

RAMOS, Luciano Vaz Ferreira. **Cinema e política – holofotes voltados para o poder.** Revista Temática. v. 9, n.1. Janeiro de 2013.

ROCHA, Anderson Alves. **O BRASIL DE DESENHO: Uma análise de personagens brasileiros nas animações de Hollywood.** Tese de Mestrado - Universidade Estadual de Maringá. Paraná. 2014.

SAAD, Lydia. **Gallup Vault: A Country Unified After Pearl Harbor.** Gallup. 5 dez 2016. Disponível em <<https://news.gallup.com/vault/199049/gallup-vault-country-unified-pearl-harbor.aspx>> Acesso em: 15 de fevereiro de 2021.

SILVA, Priscila Aquino. **Cinema e história: o imaginário norte-americano através de Hollywood.** Cantareira, v. 1, n. 5, p. 1-18, Abr-Ago 2004. Acesso em 06 de março de 2020.

SILVA, Mauro Sérgio Santos. **O Conceito de Guerra de Posição no Pensamento Político de Antônio Gramsci.** Anais do Seminário dos Estudantes de Pós-graduação em Filosofia da UFSCar. 11ª edição. 2015

SILVA, Marco Antonio de Meneses. **Teoria crítica em relações internacionais.** Contexto int., Rio de Janeiro, v. 27, n. 2, p. 249-282, Dec. 2005.

SILVER, Charles. **Why We Fight: Frank Capra's WWII Propaganda Films.** MOMA. Insideout. 7 jun 2011. Disponível em <https://www.moma.org/explore/inside_out/2011/06/07/why-we-fight-frank-capras-wwii-propaganda-films/> Acesso em: 17 de fevereiro de 2021.

SILVEIRA, Mariana G. Alves; ALVES, Vágner Camilo. **A Guerra Fria e o inimigo comunista nas telas de cinema norte-americanas dos anos 1980.** Diálogos, v. 22, n. 1, p. 60 - 75, 7 jul. 2018.

SOUZA, Ellen Gianni; DE MELO, Évila Michaely; ROCHA, Gustavo de Andrade. **Soft Power: a mídia Hollywoodiana e a transmissão de valores norte americanos.** RICRI, v. 5, n. 9, p. 57-68.

TOLDO, Giordano Schmitz; LOPES, Fernando Dias. **Cinema como arte ou entretenimento: uma visão de seus realizadores e a estrutura organizacional de suas produtoras.** REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre , v. 23, n. 2, p. 167-190, Aug. 2017.

How did Public Opinion About Entering World War II Change Between 1939 and 1941? United States Holocaust Museum. Disponível em <<https://exhibitions.ushmm.org/americans-and-the-holocaust/us-public-opinion-world-war-II-1939-1941>> Acesso em: 15 de fevereiro de 2021.

How Hollywood became the unofficial propaganda arm of the U.S. military. CBC. 11 mai 2020. Disponível em <<https://www.cbc.ca/radio/ideas/how-hollywood-became-the-unofficial-propaganda-arm-of-the-u-s-military-1.5560575>> Acesso em: 12 de março de 2021.

13 remarkable moments in the history of the Oscars. History Extra. 2016. Disponível em <<https://www.historyextra.com/period/20th-century/history-oscars-academy-awards-facts/>> Acesso em: 02 de abril de 2021.