

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

MATHEUS THIMÓTEO DA SILVA

**O IMPACTO DO CINEMA NORTE-AMERICANO NO CENÁRIO INTERNACIONAL
APÓS O FIM DA GUERRA FRIA**

Bacharel em Relações Internacionais

São Paulo

2024

MATHEUS THIMÓTEO DA SILVA

**O IMPACTO DO CINEMA NORTE-AMERICANO NO CENÁRIO INTERNACIONAL
APÓS O FIM DA GUERRA FRIA**

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Relações Internacionais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), como requisito para obtenção do título de bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Augusto Leal Rinaldi.

São Paulo

2024

AGRADECIMENTOS

Aos meus amigos, que foram uma parte essencial dessa jornada, meu mais sincero obrigado. Pelos momentos compartilhados, as caronas e pelas risadas que tornaram o caminho mais leve.

À minha família, minha base e meu alicerce, dedico este momento com profunda gratidão. Foram quatro anos de dedicação a um sonho de criança, e agora, tão próximo da realização, sei que nada disso seria possível sem o amor e o suporte de vocês.

Em especial, à minha mãe, minha maior inspiração e força motriz. Obrigado por tudo: pela educação impecável, pelo amor incondicional e pela dedicação em me mostrar o melhor caminho na vida. Tudo o que conquistei e ainda conquisto tem sua marca, seu esforço e sua sabedoria. Se hoje sou uma pessoa melhor, é porque busco me espelhar em você e em tudo que meu pai representou. Antes de qualquer coisa, você cumpriu seu papel de mãe de forma perfeita, e por isso, serei eternamente grato.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a utilização do *soft power* pelos Estados Unidos para consolidar sua influência global por meio da cultura, com foco no cinema. A pesquisa explora como o cinema, enquanto aclamada sétima arte, foi transformado em uma das ferramentas mais eficazes de *soft power* mundialmente, especialmente no contexto do pós-Guerra Fria. O estudo examina como as produções cinematográficas norte-americanas foram estrategicamente utilizadas para promover a política capitalista, exportar a cultura estadunidense e disseminar seu estilo de vida e valores. Por meio de roteiros envolventes e personagens cativantes, a indústria do cinema consolidou o alcance global de sua narrativa, atraindo um público amplo tanto nacional quanto internacional.

Palavras-chave: *Soft Power*. Cinema. Guerra Fria. Estados Unidos

ABSTRACT

This study aims to analyze how the United States has employed soft power to consolidate its global influence through culture, with a specific focus on cinema. The research explores how cinema, celebrated as the seventh art, has been transformed into one of the most effective tools of soft power worldwide, particularly in the post-Cold War era. It examines how American cinematic productions were strategically used to promote capitalist policies, export U.S. culture, and disseminate its lifestyle and values. Through engaging scripts and captivating characters, the film industry solidified the global reach of its narrative, attracting a wide audience both domestically and internationally.

Keywords: Soft Power. Cinema. Cold War. United States.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EUA	Estados Unidos
URSS	União Soviética

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	08
1	SOFT POWER E HARD POWER: CONCEITOS, EVOLUÇÃO E APLICAÇÕES COM ENFOQUE NA DIPLOMACIA CULTURAL.....	10
2	A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA NORTE-AMERICANA NO PÓS-GUERRA FRIA.....	20
3	A REPRESENTAÇÃO DOS VALORES E IDEAIS NORTE-AMERICANOS NO CINEMA.....	23
4	A EXPORTAÇÃO DO ESTILO DE VIDA AMERICANO E SEU IMPACTO CULTURAL.....	25
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
6	REFERÊNCIAS.....	31

INTRODUÇÃO

O trabalho tem como finalidade entender as diferenças entre *soft power* e *hard power*, e analisar como os EUA instrumentalizam o *soft power* por meio das produções cinematográficas para estabelecer a imagem de um Estado “perfeito” que todo o mundo sonha em um dia visitar ou morar e de que forma ele influencia a opinião pública de diversos Estados ao redor do mundo de maneira a criar tendências nos âmbitos doméstico e internacional. Explicaremos o que é o “*soft power*” e suas definições, a arte como uma ferramenta de poder e como os EUA usam dessa arte global para moldar sua imagem internacional.

O século XX ficou marcado por eventos históricos, como a Primeira e Segunda Guerra Mundial, assim como a Guerra Fria (1947-1991). Esses acontecimentos desempenharam papéis cruciais na alteração do centro de poder global, movendo-se da Europa em direção aos Estados Unidos. De acordo com Ferreira (2019), as questões relacionadas ao controle de um Estado eram inicialmente centradas em capacidades econômicas e militares. No entanto, houve uma mudança para explorar uma forma distinta de poder, conhecida como “*soft power*” ou “*poder suave*” conforme proposto por Nye (2004).

Nesse contexto, o cinema desponta como uma ferramenta essencial nessa estratégia. Reconhecendo que criar discursos persuasivos e utilizar imagens simbólicas capazes de gerar identificação e interesse na sociedade eram meios mais eficazes para promover suas ideias e sua ideologia internacionalmente, países, em especial os Estados Unidos, dedicaram esforços para construir uma indústria cinematográfica de alcance global.

Neste trabalho, abordaremos dois aspectos centrais que destacam o poder de influência dos Estados Unidos no cenário global. Na primeira parte, exploraremos os conceitos de *hard power* e *soft power*, amplamente discutidos por autores como Joseph Nye. Apresentaremos tabelas e análises que ilustram sua evolução como ideia e aplicação, com ênfase no papel da diplomacia cultural e na utilização estratégica da indústria cinematográfica norte-americana após a Guerra Fria. Discutiremos também como, especialmente nesse período, Hollywood acabou se consolidou como uma

ferramenta essencial para promover valores capitalistas, moldando percepções globais e reforçando o “*american way of life*” como um estilo de vida a ser seguido.

Na segunda parte, analisaremos a representação dos valores e ideais norte-americanos no cinema, destacando como essa indústria intensificou e exportou o estilo de vida americano. Filmes se tornaram poderosos veículos de influência cultural, legitimando valores como individualismo, prosperidade e liberdade, além de consolidar a hegemonia cultural dos EUA. Dessa forma, o cinema ultrapassou o entretenimento, tornando-se um instrumento estratégico de soft power, com impacto global na construção de aspirações e comportamentos em diferentes culturas.

1. SOFT POWER E HARD POWER: CONCEITOS, EVOLUÇÃO E APLICAÇÕES COM ENFOQUE NA DIPLOMACIA CULTURAL

Antes de explicar sobre Joseph Nye, autor que popularizou o termo *soft power* precisamos conhecer sobre a origem do termo. Joseph Nye “atualizou” a teoria do italiano Antonio Gramsci (1831-1937) segundo alguns estudiosos como Robert Cox com seu livro “*Production, Power, and World Order: Social Forces in the Making of History*” de 1987, frequentemente citava a influência de Gramsci em teorias modernas e também Craig Murphy, que aborda como as ideias de Gramsci moldaram conceitos como *soft power* e a *hegemonia cultural*. Mas foi Joseph Nye, que popularizou o termo e é conhecido por inventar os termos “ *soft power* ” e “ *hard Power* ” em seus estudos sobre política global. Ele criou essas palavras para falar sobre as diferentes maneiras que os países têm de influenciar uns aos outros no mundo. Em seu livro mais importante, “*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*” (1990), Nye falou sobre como os Estados Unidos estavam se tornando mais fortes economicamente e tecnologicamente enquanto o mundo mudava.

Nye escreveu mais sobre o *soft power* em “*Soft power: The Means to Success in World Politics*” (2004). Ele explicou como a cultura, os valores e as políticas de um país podem fazê-lo ser respeitado e seguido por outros países, sem precisar ameaçar ou forçar nada. Ele comenta que, embora o *Hard Power* ainda seja importante, o *soft power* é crucial para alcançar objetivos de longo prazo e manter relações internacionais boas, como ter uma parceria comercial e uma boa relação diplomática. Fora dos livros, Nye também escreveu muitos artigos e deu opiniões em debates políticos sobre esse assunto. Ele mostrou como o *soft power* pode ser usado de jeitos diferentes, como em trocas culturais, ajuda humanitária e acordos diplomáticos, para ajudar um país a conseguir o que quer e construir amizades com outros países.

No Brasil por outro lado, temos alguns autores que escrevem sobre o tema, um dos principais Franthiesco Ballerini(2017) que escreveu o livro “Poder suave (*soft power*)” que conta como os EUA utilizaram da cultura para entrar em diversos países sem uso de poder bélico, mudou sua imagem, mudou a percepção do mundo inteiro sobre diversos assunto com roteiros bem-produzidos em diversos filmes.

Outro autor que escreve sobre cinema que podemos relacionar com as Relações internacionais identificando suas raízes e sua política velada é a escritora Alessandra Meleiro (2007), com uma série de livros sobre cinema, mas o volume IV “Cinema no mundo, indústria, política e mercado” com foco nos EUA.

Nye (2002) destaca que, em um contexto de globalização, as nações mais influentes em termos de *soft power* ocuparão uma posição proeminente no cenário internacional. Na era atual da informação global, ele argumenta que os países que alcançarão esse poder.

(1) são aqueles cujas ideias dominantes escultura mais se aproximem das normas globais prevalecentes (que atualmente enfatizam o liberalismo, o pluralismo e a autonomia), (2) aqueles que mais acesso têm múltiplos canais de comunicação e, portanto, mais influência exercem sobre a formulação das questões e (3) aqueles cujo desempenho interno e internacional lhes aumenta a credibilidade. (NYE, 2002, p.123).

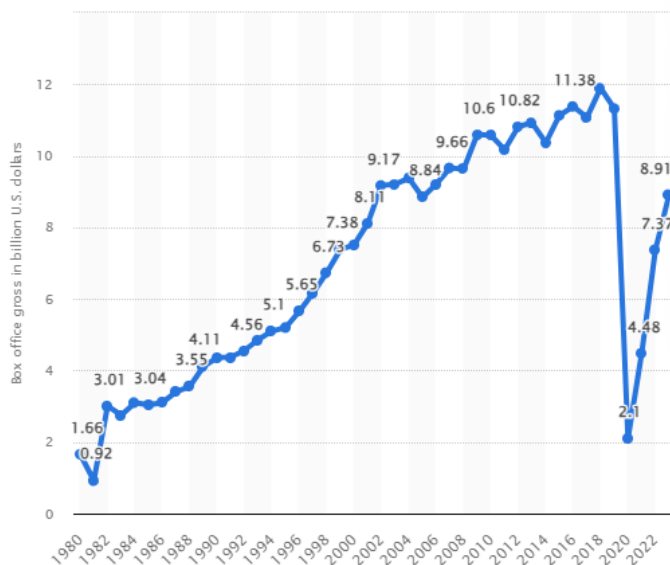
Em resumo, há três maneiras pelas quais um país pode acumular *soft power*: difundir e promover sua cultura globalmente, adaptando-se às culturas globais predominantes; controlar e influenciar os meios de comunicação; e cultivar uma confiança maior por parte de outros atores no sistema internacional. É evidente que a cultura é considerada uma ferramenta política crucial, devido à capacidade de promover identificação individual, um elemento gerador de futuras atitudes e ações políticas (JUNIOR, 2016). Conforme Nye, quando a cultura de um país incorpora valores universais e suas políticas promovem ideias compartilhadas por outros, aumenta a probabilidade de alcançar objetivos planejados devido à conexão estabelecida pelos interesses comuns, juntamente com a sensação de dever que é cultivada (NYE, 2004).

Hollywood, epicentro mundial do cinema, é responsável por criar filmes que atingem públicos em todo o planeta, influenciando visões, valores e crenças. A estética hollywoodiana, marcada por megaproduções e efeitos especiais, molda a cultura popular global, inspirando moda, música e comportamento. Além disso, Hollywood desempenha um papel crucial na formação de valores e crenças, influenciando a percepção das pessoas sobre diversos temas. Com base no relatório *Global Entertainment and Media Outlook 2023-2027* da PwC, os Estados Unidos continuam com sua posição como o maior mercado global de entretenimento e mídia

do mundo, com previsão de crescimento de US\$ 819 bilhões em 2022 para US\$ 943 bilhões em 2027. Além disso, entende-se que o segmento digital represente aproximadamente 70,8% das receitas do setor até o ano de 2027, consolidando assim o impacto das produções hollywoodianas por meio de plataformas de streaming e serviços digitais (Netflix e AmazonPrimeVideo) (PwC, 2023) . Esses números refletem então o alcance e a influência cultural dos Estados Unidos, impulsionados por sua indústria de entretenimento e mídia. A presença praticamente dominante de Hollywood não só molda narrativas globais como também reforça os valores culturais do país, projetando assim internacionalmente de maneira estratégica (PwC, 2023).

No ano passado (2023), a receita total de bilheteria nos Estados Unidos e Canadá foi de aproximadamente 8,91 bilhões de dólares, um número maior se comparado ao do ano anterior; 7,37 bilhões de dólares (STATISTA, 2023).

Tabela 1: A receita total de bilheteria no EUA e Canadá nos últimos anos.



Fonte: <https://www.statista.com/statistics/187069/north-american-box-office-gross-revenue-since-1980>

Esse valor ainda está abaixo dos níveis pré-pandemia, mas mostra uma recuperação grande. Os "Big Five" (Os cinco maiores estúdios cinematográficos dos EUA) estúdios de cinema que detem, juntos, 80% do mercado nos EUA e Canadá, são eles: Disney, Paramount, Sony/Columbia, Universal Pictures e Warner Bros. Em 2023, o mercado global de bilheteria registrou uma alta concentração entre os

principais estúdios de Hollywood. A Universal Pictures liderou, com arrecadação de US\$ 4,91 bilhões em vendas de ingressos, seguida pela Disney, com US\$ 4,83 bilhões. A Warner Bros. ficou em terceiro lugar, com cerca de US\$ 3,84 bilhões em receita global. Já Sony Pictures e Paramount arrecadaram aproximadamente US\$ 2 bilhões cada. Os “*Big Five*” dominam uma grande parte das receitas globais de bilheteria, evidenciando a concentração e o poder que Hollywood tem perante o mercado cinematográfico internacional (*Box Office Report*, 2023; DataIntel, 2023). Essa concentração de bilheteria reflete não só no domínio econômico, mas também na capacidade desses estúdios de influenciar tendências culturais e criativas em escala global, consolidando assim o papel de Hollywood como uma potência na indústria de mídia e entretenimento (*Box Office Report*, 2023).

Através dessas produções, os Estados Unidos conseguem projetar uma imagem que eles desejam, Nye discute como os Estados Unidos utilizam ferramentas culturais, como o cinema, para projetar valores e influenciar o cenário global. Ele afirma:

A cultura popular, incluindo filmes de Hollywood, tem sido uma das formas mais eficazes de os Estados Unidos exercerem seu soft power, transmitindo uma imagem de liberdade e inovação que ressoa em audiências globais" (NYE, 2004, p. 45).

Esse trecho reforça como produções cinematográficas podem transmitir valores simbólicos, consolidando a influência cultural norte-americana. Os filmes de Hollywood frequentemente divulgam valores e ideais norte-americanos, como a democracia, a liberdade individual, o empreendedorismo e a igualdade. Esses princípios são apresentados de maneira atraente e envolvente, tornando-os atraentes para diversos Estados como o próprio Brasil e o mercado asiático que é um fator muito importante para os estúdios americanos. Por exemplo, filmes de super-heróis (MARVEL e DC), populares em todo o mundo, não apenas divertem, mas também promovem conceitos de justiça e heroísmo alinhados com a cultura americana.

Hollywood tem desempenhado um papel crucial na promoção de conceitos de justiça e heroísmo alinhados com a cultura americana, utilizando o cinema como uma ferramenta poderosa para moldar percepções globais. Em *Capitão América: O*

Primeiro Vingador (2011), o personagem Steve Rogers, um jovem, se torna o super-soldado Capitão América para lutar contra o mal durante a Segunda Guerra Mundial. Ele personifica o herói americano que sacrifica tudo pela justiça e pela liberdade, refletindo assim valores como patriotismo e coragem. Já em *Homem de Ferro* (2008), Tony Stark, um gênio bilionário, transforma sua vida ao criar uma armadura poderosa para combater ameaças globais. Ele representa o ideal americano de inovação, determinação e responsabilidade, usando sua inteligência e recursos para proteger a liberdade e a justiça. Ambos os filmes destacam valores centrais da sociedade norte-americana, como heroísmo e a luta por um mundo melhor, refletindo valores profundamente enraizados na sociedade norte-americana (DITTMER, 2013). Esses filmes citados anteriormente não apenas entretêm, mas também servem como veículos de propaganda cultural, promovendo a imagem dos EUA como um defensor global da justiça.

Textos acadêmicos destacam que o cinema americano frequentemente retrata os EUA como uma nação heroica, pronta para intervir em crises internacionais e salvar o mundo de um “Inimigo em comum” (BOGGS, 2007). Essa representação é evidente em filmes como *Independence Day* e *Argo*, onde os protagonistas americanos enfrentam ameaças globais e no final saem vitoriosos, reforçando a ideia de que os EUA são indispensáveis na manutenção da ordem mundial e com isso reforçar mais ainda seu status.

Através disso, estudos indicam que esses filmes influenciam a percepção pública sobre a política externa norte-americana, dando “carta branca” para intervenções militares, por exemplo, e até mesmo para políticas internacionais sob a bandeira da justiça e da “liberdade”. Através dessas narrativas, Hollywood não apenas reflete, mas também molda a identidade nacional americana e sua própria posição no cenário internacional.

Durante a administração de Reagan (presidente dos EUA entre 1981-1989) houve um esforço significativo para desregulamentar a indústria, o que incluiu a flexibilização das políticas de TV a cabo e a liberalização das regras de distribuição de filmes. Essas mudanças permitiram que produções americanas chegassem a novos mercados internacionais, aumentando substancialmente as exportações de

filmes. Além disso, a redução de impostos e outras políticas econômicas beneficiaram a indústria do entretenimento (SARGENT, 2022).

Douglas Kellner dedica um capítulo de seu livro ao tema, associando o herói midiático à era Reagan. Nele, ele descreve de forma concisa os filmes *Rambo: First Blood*(1982) e *Rambo: First Blood Part II*(1985), situando o segundo dentro de um conjunto de filmes sobre o Vietnã que surgiram durante esse período. Esses filmes retratam histórias de soldados veteranos retornando ao Vietnã para resgatar norte-americanos prisioneiros ou desaparecidos, novamente filmes produzidos para vitimizar norte-americanos e condenar estrangeiros, e os filmes Rambo vão contribuir durante todo o futuro trabalho.

Além dos Estados Unidos, outras nações também têm usado o *soft power* como uma ferramenta essencial de sua diplomacia. Por exemplo, a China investiu significativamente em sua diplomacia cultural, promovendo a língua e a cultura chinesas através dos Institutos Confúcio ao redor do mundo, inclusive no Brasil. O Reino Unido, por meio do British Council, e a França, com a Aliança Francesa, são também outros exemplos de como Estados ao redor do mundo têm utilizado suas culturas e idiomas como veículos de *soft power*. Esses esforços muitas vezes procuram complementar ou compensar, a falta de *hard power* em termos de poder militar ou econômico.

Em julho de 2015, duas consultoras londrinas –Portland e ComRes- em conjunto com o Facebook, divulgaram um ranking de Estados com maior Soft Power no mundo, utilizando seis categorias, sendo elas: Empreendedorismo, cultura, governo, amplitude digital, comprometimento e educação.

Tabela 1: Top 30 Estados com mais *soft power* no mundo

Países com maior Soft Power do mundo - 2019	
1. França	16. Áustria
2. Grã-Bretanha	17. Nova Zelândia
3. Alemanha	18. Bélgica
4. Suécia	19. Coreia do Sul
5. Estados Unidos	20. Irlanda
6. Suíça	21. Singapura
7. Canadá	22. Portugal
8. Japão	23. Polónia
9. Austrália	24. República Tcheca
10. Holanda	25. Grécia
11. Itália	26. Brasil
12. Noruega	27. China
13. Espanha	28. Hungria
14. Dinamarca	29. Turquia
15. Finlândia	30. Rússia

Fonte: Elaboração própria. <<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>>.

Esse ranking utiliza um método que combina os dados objetivos e pesquisas de opinião pública em diversos Estados. Os dados são computados de diversas fontes e separados em algumas categorias, sendo elas: cultura, educação, engajamento, governo, empreendedorismo e amplitude digital. A pesquisa de opinião pública avalia as percepções internacionais sobre os Estados, considerando atributos como a culinária, relações diplomáticas e cultura de luxo.

Para medir categorias como "empreendedorismo", "amplitude digital" e "educação", o artigo utiliza artifícios que refletem a capacidade dos Estados em inovar, educar e se conectar através do digital com o mundo. No caso do empreendedorismo, eles avaliaram fatores como o ambiente para negócios e a competitividade das economias, além do nível de inovação e de interesse para investidores internacionais. A amplitude digital por exemplo, considera a infraestrutura tecnológica dos Estados, seu acesso à tecnologia, a capacidade de inovar digitalmente e o uso dessas tecnologias para promover sua influência internacional.

A educação por outro lado é avaliada com base na qualidade das instituições educacionais nacionais, especialmente do nível superior como universidades, e a sua capacidade de atrair estudantes de outros Estados, para além de programas de bolsas de estudo e colaborações internacionais.

A França e a Grã-Bretanha são, as duas mais bem colocadas (em 2019). A França voltou ao primeiro lugar em 2019, muito através da sua capacidade de exercer influência cultural e até diplomática no cenário internacional, além de uma boa recuperação de sua economia em relação aos anos anteriores. Esse relatório destaca que, apesar dos desafios internos de cada Estado, como protestos dos "coletes amarelos", a economia francesa se manteve forte e sua cultura internacional influente contribuiu para a liderança. Já o Grã-Bretanha, que aparece em segundo lugar, mantém uma presença cultural e diplomática robusta há muitos anos, mas o relatório menciona que o impacto do Brexit acabou gerando incertezas quanto ao futuro dessa influência internacional.

Uma das surpresas do ranking foi a posição dos Estados Unidos, foco principal desse trabalho, que ficaram em quinto lugar, atrás da Suécia, Estado com um pouco mais de 10 milhões de habitantes na Europa. O relatório aponta que, embora os EUA ainda sejam uma potência tanto cultural e tecnologicamente, essa queda no ranking se dá muito por conta de mudanças na sua diplomacia internacional e a percepção negativa que foi criada por políticas externas mais isolacionistas durante o governo Donald Trump (2017-2021). A Suécia, por outro lado, subiu no ranking devido à sua capacidade de projetar *soft power* através de políticas mais progressistas, liderança em direitos humanos e igualdade de gênero, além da forte posição em inovação e no desenvolvimento sustentável.

O relatório conclui que o contexto global de 2019, marcado por tensões geopolíticas como um possível conflito entre EUA e Coreia do Norte e China, e uma ordem internacional em constante transformação, deixou claro a importância de estratégias do *soft power* para manter a influência internacional em um cenário cada vez mais competitivo e multipolar.

Para os estudiosos do tema, o conceito de *soft power* foi amplamente discutido e expandido desde sua introdução por Nye. Autores como Jan Melissen (2005) exploraram como o *soft power* relaciona-se com a diplomacia pública, argumentando que a diplomacia contemporânea vai além das relações entre governos envolvendo assim diretamente as sociedades civis. Melissen sugere que o *soft power* é uma parte importante da diplomacia moderna, onde os Estados tentam criar uma imagem positiva para o mundo para ajudar a cooperar com outros e diminuir a desconfiança.

Por outro lado, alguns críticos apontam também que o *soft power* pode ser difícil de quantificar. David Shambaugh (2015) ressalta que, embora a China tenha investido pesadamente em *soft power*, ela ainda enfrenta grandes desafios em traduzir esses investimentos em influência concreta, devido a barreiras como a falta de liberdade de expressão e as percepções negativas em torno de seu regime político autoritário muito difamado pelo EUA.

Apesar das críticas, o conceito de *soft power* continua sendo uma ferramenta vital na análise das modernas relações internacionais. Ele não amplia só a compreensão de como os Estados podem exercer sua influência, mas também destaca a importância da cultura, valores e instituições na formação do cenário global. O *soft power*, representa então uma mudança de paradigma em relação ao *hard power*, enfatizando a atração e a persuasão como elementos cruciais da política externa. Com isso, passamos agora a analisar o conceito de *hard power*, que, ao contrário do *soft power*, se baseia em métodos mais firmes e coercitivos para alcançar objetivos de política externa, como o uso de força militar ou manipulação econômica.

O conceito de *hard power*, amplamente desenvolvido pelo acadêmico Joseph Nye, refere-se à capacidade de um Estado de alcançar seus objetivos de política externa por meio de coerção, seja através do uso da força militar ou de manipulação econômica. Esse conceito, detalhado por Nye em seu livro *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004), contrasta diretamente com o *soft power*, que se baseia na persuasão e atração cultural. O *hard power* é caracterizado por sua natureza direta e agressiva, buscando influenciar outros Estados por meio de métodos concretos como a força militar ou pressão econômica.

A ideia de *hard power* ganhou força especialmente no contexto da Guerra Fria, quando o poder militar e econômico eram os principais instrumentos de disputa entre os Estados Unidos e a União Soviética. Com o fim desse período, o conceito não perdeu relevância, sendo reinterpretado e comparado com o *soft power*, também desenvolvido por Nye. No século XXI, o *hard power* continua a ser uma ferramenta importante em várias situações internacionais, apesar da crescente valorização do *soft power*.

Um exemplo claro do uso de *hard power* é a invasão do Iraque em 2003 pelos EUA, sob a liderança do presidente George W. Bush. Alegando que o regime de Saddam Hussein possuía armas de destruição em massa e apoiava o terrorismo, os

EUA recorreram a uma intervenção militar e a sanções econômicas para atingir seus objetivos. Essa ação gerou intensos debates sobre a eficácia do *hard power* e suas consequências, particularmente em relação à estabilidade regional e às relações internacionais. Esse tipo de abordagem é amplamente discutido por autores como John Mearsheimer, que em “*The Tragedy of Great Power Politics*” (2001) argumenta que a busca por poder através do *hard power* é uma característica intrínseca da política das grandes potências.

Outro exemplo do uso de *hard power* é a imposição de sanções econômicas pelos EUA ao Irã, com o objetivo de limitar sua capacidade de desenvolver armas nucleares. As sanções visam enfraquecer a economia iraniana e pressionar o país a alterar sua política regional. O poder econômico, nesse caso, é utilizado como uma forma de coerção, sendo uma ferramenta central de *hard power* nas relações internacionais modernas.

A percepção do *hard power* também tem um papel significativo na política internacional. Robert Jervis, em *Perception and Misperception in International Politics* (1976), explora como percepções equivocadas sobre o poder de outros Estados podem levar a conflitos desnecessários e à escalada de tensões. O *hard power*, por vezes, pode ser mal interpretado, o que aumenta os riscos de conflitos.

Além do meio acadêmico, o conceito de *hard power* é amplamente retratado na cultura popular, em filmes como *Top Gun* (1986) e *Black Hawk Down* (2001), que destacam a superioridade militar dos EUA e as dificuldades das intervenções militares. Esses filmes reforçam a percepção pública do *hard power* como um elemento essencial da projeção de poder dos Estados Unidos no cenário internacional.

Embora o *soft power* ganhe mais atenção nas últimas décadas, o *hard power* permanece uma ferramenta crucial nas relações internacionais. Ele continua a influenciar políticas globais e, quando analisado em conjunto com o *soft power*, oferece uma compreensão mais abrangente das dinâmicas de poder no mundo contemporâneo.

2. A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA NORTE-AMERICANA NO PÓS-GUERRA FRIA

A indústria Hollywoodiana, sempre desempenhou um papel de muito impacto no cenário global. Desde sua ascensão lá no início do século XX, Hollywood já conseguiu se consolidar como o principal centro de produções cinematográficas no mundo, exportando não só filmes, como cultura também e moldando padrões estéticos e narrativos universais (SCOTT, 2005). Durante toda a Guerra Fria, o cinema de Hollywood foi uma peça fundamental de *soft power* para os Estados Unidos, propagar sua ideologia capitalista em oposição à influência comunista da União Soviética (SHAW, 2007). Muitos filmes produzidos nesse período, como *Rocky IV* (1985) e *Top Gun* (1986), exemplificam essa estratégia de propaganda cultural. No entanto, com o fim da Guerra Fria em 1991, a estratégia da indústria cinematográfica norte-americana sofreu mudanças importantes.

Após o colapso da URSS, o panorama cinematográfico global passou a apresentar uma certa homogeneidade, refletindo a ausência de narrativas que explorassem perspectivas políticas alternativas, como a comunista. Com a vitória dos Estados Unidos na Guerra Fria, as produções que traziam visões políticas divergentes foram, em grande parte, marginalizadas. O cinema passou a reforçar a ideologia capitalista como a única válida e amplamente aceita pela sociedade, enquanto outras abordagens foram relegadas ao esquecimento. Esse cenário consolidou a narrativa norte-americana como dominante, promovendo assim o capitalismo e reafirmando o poder dos EUA no mundo. Além disso, a falta de um "inimigo comum" nas tramas cinematográficas abriu espaço para uma transformação nas temáticas, permitindo a exploração de novos horizontes estéticos e ideológicos (MALTBY, 2012).

A indústria cinematográfica norte-americana, aproveitou da globalização, expandiu assim seus horizontes de forma agressiva, buscando novos mercados. A “queda das barreiras” comerciais e culturais no pós-Guerra Fria possibilitou uma penetração ainda maior dos filmes de Hollywood em mercados internacionais, com destaque para a Europa Oriental e países asiáticos (TUDOR, 2009). Essa expansão foi planejada e somente possível pelo avanço de tecnologias e distribuição delas, como o VHS e, posteriormente, o DVD, que permitiram que filmes norte-americanos

chegassem a um número nunca antes visto de consumidores ao redor de todo o mundo (WYATT, 2011).

E podemos evidenciar os números da globalização do cinema mostrando a hegemonia das produções norte-americanas no mercado internacional. Hollywood, que controla cerca de 65% de seu faturamento a partir de mercados fora dos EUA e apenas 35% do mercado doméstico, consegue se consolidar como a maior força cinematográfica global. Em 2016, mais de 1,2 bilhões de espectadores assistiram a filmes em 40.759 salas de cinema nos Estados Unidos, gerando aproximadamente 10 bilhões de dólares em receita (MPAA, 2016, apud RAMOS, 2017). Esse completo domínio internacional não seria possível sem um grande investimento, completamente focado em marketing e uma distribuição global, o que permite às produções norte-americanas atingirem audiências diversas ao redor do mundo (RAMOS, 2017).

O impacto econômico é bem significativo, mas o poder de Hollywood vai muito além. A indústria também molda a cultura em todo o mundo, utilizando o cinema como ferramenta de soft power. Filmes esses que promovem valores como liberdade, inovação e o sonho americano, reforçando a hegemonia cultural dos Estados Unidos em escala internacional (NYE, 2004). O apoio de Woodrow Wilson à exportação de filmes e sua relação com a disseminação da ideologia americana no exterior é confirmada por diversos estudos. Durante a Primeira Guerra Mundial, Wilson criou a Comissão de Informação Pública (CPI), com o objetivo de mobilizar o apoio interno e promover a imagem dos Estados Unidos internacionalmente.

Através de tudo que vinha acontecendo, os grandes estúdios de Hollywood desempenharam um papel crucial na dominação global do mercado cinematográfico. Estúdios como Disney, Warner Bros e Universal não apenas produziram uma quantidade massiva de filmes, mas também foram pioneiros na criação de franquias que se tornaram fenômenos globais, como Harry Potter (Warner Bros), Piratas do Caribe (Disney) e *Jurassic Park* (Universal). Essas franquias, além de impulsionarem o mercado cinematográfico, foram muito importantes para serem exploradas em outros segmentos como o de produtos licenciados e parques temáticos, contribuindo assim para a conexão entre cinema e outros mercados de entretenimento, conseguindo assim arrecadar muito mais dinheiro (SCHAUDER, 2016).

Além disso, essa globalização da produção cinematográfica e a internacionalização do consumo de filmes norte-americanos foram amplamente excessivas pela popularidade dos filmes de ação, fantasia e ficção científica, gêneros com grande público em todo o mundo. Filmes como *Titanic* (1997) e *Avatar* (2009), ambos dirigidos por James Cameron e produzidos pela FOX, deixaram claro essa habilidade dos estúdios de criar produtos que superam fronteiras culturais, ao mesmo tempo em que aumentam os lucros nos mercados internacionais com esses filmes (KIM, 2010). Esse método de criar filmes que o tema principal é bem-quisto em todo o mundo, ou seja, tem procura, ajudou mais rapidamente a consolidar esse domínio de Hollywood, e ao mesmo tempo que permitiu a exploração de novos modelos de negócios baseados em coproduções internacionais e parcerias estratégicas (SCHATZ, 2014).

Com isso a indústria cinematográfica no período pós-Guerra Fria consolidou-se como um fenômeno global, e com Hollywood mantendo sua posição como o centro da produção e distribuição de filmes no mundo e principalmente para o mundo. O principal papel dos grandes estúdios foi realmente crucial para essa expansão, criando assim modelos de negócios voltados para um público internacional e transformando assim o mundo do cinema em uma peça vital da economia global do entretenimento (JACKEL, 2013). Embora o cenário atual tenha se tornado mais competitivo com o surgimento de outras grandes indústrias cinematográficas, como a chinesa, a indiana e principalmente a Sul-Coreana, Hollywood ainda é uma força hegemônica, capaz de influenciar tendências e moldar o consumo cultural em uma escala mundial (MCLEAN, 2018).

3. A REPRESENTAÇÃO DOS VALORES E IDEAIS NORTE-AMERICANOS NO CINEMA

O cinema norte-americano tem sido um poderoso veículo para espalhar e confirmar ideologia e cultura, refletindo e promovendo os valores e ideais dos Estados Unidos ao longo de toda sua história. Como argumenta Baudrillard (1994), o cinema tem o poder de criar ideias ou dar poder a alguém que muitas vezes não tem ele, moldando a maneira como o público percebe não só a realidade, mas também como é efetivamente as estruturas sociais e políticas de cada Estado. De fato, os filmes de Hollywood não apenas espelham muitos ideais, mas os amplificam para o mundo, exportando-os para audiências globais e reforçando essa posição dos Estados Unidos como uma nação forte onde consegue ajudar a todos que ela acredite ser merecedora de tal ajuda.

Sem dúvida um dos gêneros mais conhecidos e adorados pelo grande público na promoção da narrativa americana são os filmes de ação e de super-heróis. Esses filmes, muitas vezes caracterizados por tramas dinâmicas e heróis carismáticos, frequentemente representam a luta do bem contra o mal, sempre com os protagonistas (norte-americano) defendendo a liberdade e a justiça (DITTMER, 2013). Um dos maiores e melhores exemplos é o da franquia Capitão América, que demonstra o herói patriota que luta não apenas pelo Estados Unidos, mas por valores universais de liberdade e democracia, lutando para defender o mundo (BRUBAKER, 2007). Esses filmes não só confirmam o papel dos Estados Unidos como defensores da liberdade, mas também criam a percepção de que os EUA têm alguma responsabilidade moral de intervir em conflitos pelo mundo em nome desses ideais (KELLNER, 1995).

Além de tudo, o cinema norte-americano acaba utilizando de dramas políticos para explorar e reforçar sua narrativa como “paladinos da democracia”. Filme como *A Ponte dos Espiões* (2015) retrata momentos-chave da história política dos Estados Unidos, destacando assim a importância da transparência, da justiça e da luta contra a corrupção que muitas vezes parece não existir no Estado americano, somente em Estados pobres ou subdesenvolvidos (NADEL, 2019). Essas produções reforçam ainda mais essa imagem dos EUA como uma nação comprometida com o bem comum

e disposta a enfrentar desafios internos e principalmente externos para manter assim sua integridade democrática.

A representação dos Estados Unidos como defensores da liberdade também é muito clara em filmes de guerra e espionagem, como *Missão Impossível* e *Argo* (2012). De acordo com Stuart Hall (1997), esses filmes são criados com narrativas que projetam assim os EUA como uma força necessária para uma manutenção da ordem mundial, promovendo assim essa ideia de que sua intervenção em diversos Estados é sempre justificada e moralmente correta, em outras palavras, para um bem comum, então aceita pela maioria. Segundo explica Silveira (2009), a hegemonia cultural de Hollywood se sustenta através da capacidade de criar novas narrativas que fazem com que o público ao redor do mundo aceite e até celebre a intervenção norte-americana em conflitos internacionais como no Iraque em 2003.

Por meio de uma análise desses gêneros e narrativas, fica bem claro que o cinema norte-americano desempenha um papel fundamental na construção e na confirmação de uma imagem idealizada dos Estados Unidos como sendo mais apenas um Estado, uma nação que, além de ser defensora da liberdade, ela também age como um "paladino da democracia". Essa construção cultural, como observa Ortiz (2007), é essencial para a manutenção dessa hegemonia política e ideológica dos Estados Unidos perante o cenário global, legitimando sua posição como líder absoluto mundial e justificando assim, várias de suas intervenções ao redor do mundo por exemplo.

4. A EXPORTAÇÃO DO ESTILO DE VIDA AMERICANO E SEU IMPACTO CULTURAL

A indústria cinematográfica dos EUA, com Hollywood à frente, tem sido uma das maiores responsáveis por essa exportação do estilo de vida americano que muitos buscam seguir e pela disseminação dos valores que definem o conhecido "*American way of life*" ao redor do mundo. Desde a década de 1990, o cinema de Hollywood tem sido um veículo muito importante de *soft power*, consolidando-se como uma ferramenta de influência política e cultural. O impacto dessa exportação cultural é em diversos meios, afetando assim regiões e sociedades com dinâmicas diversas. Apesar das críticas e resistências, essa difusão dos valores americanos continua a moldar certos tipos de comportamentos, criando uma homogeneização global, mas também gerando reações culturais locais. Esse processo de "americanização" que dá através do cinema revela tanto a adaptação quanto a resistência de diferentes culturas às influências externas, especialmente no pós-Guerra Fria, quando o capitalismo e a democracia liberal dos EUA se firmaram como os modelos dominantes no cenário mundial.

A divulgação do "*American way of life*" através do cinema está fortemente ligada à alguns pontos como, representação de valores como o consumismo, a liberdade individual e a busca pelo sucesso pessoal. Filmes do pós-Guerra Fria como o vencedor de 6 oscars, *Forrest Gump* (1994) que narra a vida de Forrest, um homem simples e de baixo QI que, apesar de suas limitações, participa de eventos históricos dos EUA e alcança sucesso em diferentes áreas, como a do esporte e até negócios. A obra mostra o ideal americano de que o indivíduo, por meio de persistência, trabalho duro e integridade, pode superar adversidades e atingir seus objetivos, independentemente de sua origem ou classe social. Forrest encarna o arquétipo do cidadão norte-americano protagonista de sua própria história, guiado por valores como resiliência e mérito pessoal, e um outro filme que podemos ver essas características é *O Diabo Veste Prada* (2006) que acompanha a jornada de Andy, uma jornalista que, apesar de sua inexperiência e estilo simples, consegue se destacar em uma das revistas de moda mais prestigiadas do mundo. Andy demonstra que, com dedicação e determinação, é possível superar desafios, mesmo em um ambiente competitivo, valorizando a capacidade individual de moldar seu próprio destino. Exemplificando assim esses ideais, representando o cidadão estadunidense como

protagonista de sua própria história, sem depender de outros fatores. De acordo com a análise de Lessa (2015), é através desse tipo de narrativa que visa projetar um modelo de sociedade onde todos têm as mesmas oportunidades de prosperar, uma ideia que, embora um tanto quanto utópica, acaba que se tornando extremamente atraente para o público de diversas partes do mundo. O cinema de Hollywood, age como um veículo de exportação desses valores centrais da cultura norte-americana, como por exemplo o individualismo, que considera a autonomia pessoal um dos pilares do sucesso.

Além disso, o impacto cultural criado pelo cinema norte-americano não se limita apenas à sua aceitação em países ocidentais. A popularidade dos filmes de Hollywood é notável em várias regiões do mundo, incluindo toda a América Latina, Europa e Ásia. Na América Latina, por exemplo, a cultura pop americana, com suas produções cinematográficas e musicais, acabou se tornando um componente essencial do entretenimento do dia-a-dia. A facilidade de acesso aos filmes de Hollywood que se foi criado com o passar dos anos, tanto em cinemas quanto por meio de plataformas de streaming, ajudou muito a consolidar essa imagem dos Estados Unidos como uma nação de prosperidade e liberdade, que acabou por gerar ao mesmo tempo, um processo de adaptação e resistência. No Brasil, o consumo de produtos americanos se intensificou em grande escala após a década de 1990, com uma crescente divulgação do cinema de Hollywood e também da popularização do modelo de consumo massivo. Canclini (2001) conta que a relação com a cultura americana em países latino-americanos é marcada por um fenômeno de adaptação, onde diversos valores globais são absorvidos, mas reinterpretados e combinados com as tradições locais de cada Estado.

No entanto, esse processo de "americanização" também acabou gerando resistências. Em Estados como França e a Itália, por exemplo, o cinema nacional continua sendo uma forma muito importante de preservar as identidades culturais locais, que acabam por buscar se opor à homogeneização cultural que vem de diversos países, mas principalmente as vindas dos EUA, de Hollywood especificamente. De acordo com Silva (2013), a França tem uma grande e antiga tradição em resistir à dominação cultural dos Estados Unidos, seja por meio de políticas públicas de proteção à produção cinematográfica nacional, como por exemplo a Lei Lang, que regula o preço dos ingressos de cinema, ou por meio de

movimentos que celebram o cinema de autor, mais alinhado com as particularidades da cultura francesa. Além disso, o papel da indústria cinematográfica local, especialmente na Europa, tem sido muito importante para contrapor os valores criados e promovidos por Hollywood. A valorização do cinema autoral e independente, por exemplo, que foge das grandes produções de Hollywood, é um meio que foi encontrado como forma de resistência à "americanização" cultural e uma tentativa de preservar a autenticidade cultural europeia (Santos, 2010).

A "americanização" dos valores globais, causada principalmente pela indústria cinematográfica dos EUA, também inclui a divulgação de um modelo de consumismo extremamente exagerado, que, ao contrário do que sugerem filmes como o *Forrest Gump*, nem sempre é visto de maneira positiva em outras culturas. O consumismo e o individualismo são bases fundamentais da visão de mundo promovida pelos filmes de Hollywood, porém, em várias partes do mundo, esses valores acabam por entrar em conflito com diversas tradições culturais locais. No Japão, por exemplo, o cinema de Hollywood teve um impacto considerável, mas foi prontamente confrontado com as tradições culturais profundamente enraizadas no país. O Japão, com sua indústria cinematográfica rica e única, absorveu muitas influências ocidentais, mas também ao mesmo tempo procurou manter a sua própria identidade cultural, refletindo nas telas questões relacionadas à sua sociedade e cultura (Kato, 2017). Até o impacto do consumismo e do individualismo promovido por Hollywood, é mediado pela capacidade local de adaptação e resistência.

O Oriente Médio, por outro lado, tem sido uma das regiões onde essa resistência à "americanização" é mais visível. Filmes de Hollywood, muitas vezes associados a valores materiais e à liberdade individual, entram em conflito com os valores islâmicos, que priorizam tanto a coletividade como a moralidade tradicional. Em outros Estados como no Irã e na Arábia Saudita, por exemplo, filmes americanos são muitas vezes censurados ou até mesmo proibidos, visto que suas narrativas têm como objetivo representar um modo de vida incompatível com os princípios religiosos e culturais daquela região. A resistência ao consumismo e à liberdade individual presente nos filmes de Hollywood levaram assim à criação de uma produção cinematográfica local que busca refletir as realidades sociais e políticas dessas regiões, além de criar uma narrativa alternativa diferente àquela promovida por Hollywood (Paz, 2009).

As reações e resistências culturais ao cinema e aos valores americanos não se limitam à censura ou à criação de uma produção local alternativa. Em muitas regiões do mundo, especialmente no continente Africano, o consumo da cultura americana também gerou um processo de redefinição das próprias identidades culturais. O filme *Pantera Negra* (2018), por exemplo, teve uma recepção extremamente positiva em muitos países africanos, pois representava uma visão mais próxima da realidade da cultura negra, ao mesmo tempo em que tinha a intenção de resgatar uma imagem de força e autonomia para o continente africano. Para Canclini (2001), esse tipo de produção oferece uma possibilidade de resistência dentro do próprio sistema cultural global dominado por Hollywood. Contudo, ainda que *Pantera Negra* represente uma reinterpretação positiva da cultura negra, ele não escapa completamente dos padrões da indústria de Hollywood, por isso, um exemplo das complexas dinâmicas de adaptação e resistência.

Por tanto, a exportação desse estilo de vida americano através do cinema continua sendo um fenômeno global com impactos culturais profundos e complexos. A "americanização" dos valores globais, como o consumismo, o individualismo e a liberdade, promovida principalmente por Hollywood, é muitas vezes vista por muitos como uma forma de dominação cultural. No entanto, em várias regiões do mundo, essa propagação é confrontada com reações de resistência, que buscam preservar as identidades locais e adaptar os valores globais às especificidades de cada cultura. O cinema, como ferramenta de *soft power*, continua sendo um dos maiores instrumentos de influência dos Estados Unidos no cenário mundial atual, mas também é, simultaneamente, um campo de disputa cultural onde diferentes culturas tentam afirmar sua autonomia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho discutiu o papel do cinema norte-americano com foco em Hollywood, como ferramenta central na projeção de poder e influência no cenário internacional. Ao combinar elementos principalmente de *soft power*, os Estados Unidos firmam sua posição como uma potência cultural e geopolítica, utilizando Hollywood como veículo de ampliação de muitos dos valores como liberdade, individualismo e consumismo. O cinema, portanto, vai muito além do entretenimento, atuando como uma forma de diplomacia cultural que molda muitas percepções e legitima narrativas globais favoráveis aos próprios interesses dos americanos.

Os conceitos de *soft power* e *hard power*, inicialmente apresentados de forma contrastante, mostram-se complementares. Enquanto o *soft power* busca atrair por meio da cultura e mostramos como é utilizado através do cinema, e da ideologia, o *hard power* utiliza seu poder militar e econômico. O cinema, nesse contexto, desempenha um papel amplo, ao mesmo tempo em que promove a imagem idealizada dos Estados Unidos como guardiões da liberdade e da democracia, também serve como ferramenta para justificar diversas ações de *hard power* em cenários de conflito internacional como o conflito no Iraque em 2003.

O impacto global do cinema norte-americano também evidencia uma dinâmica muito complexa de influências culturais. E foi através da expansão da indústria cinematográfica após a Guerra Fria que permitiu que valores americanos fossem assimilados em diferentes regiões do mundo, promovendo assim a "americanização" cultural. Contudo, essa difusão não ocorre sem resistências ou nenhuma dificuldade, pois muitas culturas reinterpretam ou rejeitam esses valores, reafirmando suas identidades locais frente à hegemonia cultural de Hollywood ou de qualquer outro Estado.

Em um mundo cada vez mais conectado, o *soft power* ganha destaque como uma abordagem estratégica essencial para todos os grandes Estados. O cinema, como uma ferramenta de atração e persuasão, desempenha um papel central na ampliação de diversos valores culturais e ideológicos, consolidando assim a influência de nações no cenário internacional. Ao promover narrativas que exaltam liberdade, democracia e individualismo, Hollywood mostra como o *soft power* pode moldar percepções globais e fortalecer vínculos culturais entre países. No entanto, essa

dinâmica enfrenta desafios significativos, como a crescente concorrência de novas potências culturais e as mudanças nas preferências e identidades regionais. Refletir como o impacto do *soft power* no cinema é crucial para entendermos como a influência cultural se adapta e persiste em um contexto global em constante transformação.

REFERÊNCIAS

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

<<https://dspace.unila.edu.br/bitstream/handle/123456789/5321/Ferreira%2c%20Karl%20Tuany%20Lopes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em maio de 2024.

BALLERINI, Frantjesco. Entrevista [Out/novembro. 2023]. Entrevista feita por Matheus Thimoteo da Silva. São Paulo: Entrevista concedida à disciplina de Oficina de Pesquisa em Relações Internacionais em 2023.

BALLERINI, Frantjesco. **Poder suave** (soft power). Summus Editorial, 2017.

BAUDRILLARD, J. **The Evil Demon of Images**. Power Publications, 1994.

BOGGS, C., & POLLARD, T. **The Hollywood War Machine: U.S. Militarism and Popular Culture**. Paradigm Publishers, 2007.

BOX OFFICE REPORT. **Global box office leaders 2023: Analysis and revenue breakdown**. Disponível em: <<https://www.boxofficereport.com>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

BRUBAKER, E. **Captain America: Winter Soldier**. Marvel Comics, 2007.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora Ubu, 2001.

DATAINTELO. **Box Office Market Research: Global Industry Analysis & Forecast From 2023 To 2032**. Disponível em: <<https://www.dataintel.com>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

DITTMER, J. **Captain America and the Nationalist Superhero: Metaphors, Narratives, and Geopolitics**. Temple University Press, 2013.

FERREIRA, Karla. **A INDÚSTRIA CULTURAL COMO FERRAMENTA DE PROJEÇÃO DE PODER: Um estudo de caso a respeito do Cinema nas Relações Internacionais**. UNILA, Paraná, 2019.

GADDIS, John Lewis. *The Cold War: A New History*. New York: Penguin Press, 2005.

HALL, S. **A Representação: Formas Culturais e Práticas de Significação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 1997.

JACKEL, A. *The International Movie Industry*. British Film Institute, 2013.

JUNIOR, Antônio. **A Indústria cinematográfica como “Arma de Guerra” no contexto da Guerra Fria: Uma análise dos filmes Dr. Fantástico e Rocky VI**. Dissertação de Graduação em Relações Internacionais - Faculdade da Serra Gaúcha, Caxias do Sul, 2016.

JERVIS, Robert. *Perception and Misperception in International Politics*. Princeton: Princeton University Press, 1976.

KATO, Akira. **Cinemas e suas narrativas: o Japão e a Hollywood contemporânea**. São Paulo: Editora Aleph, 2017.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. São Paulo: Edusc, 2001.

KELLNER, Douglas. *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London: Routledge, 2003.

LESSA, Suzana. **Hollywood e o mercado global: uma análise do impacto cultural no mundo contemporâneo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015.

MAIER, Friedrich. Algumas considerações sobre a esquemática de poder em Nye e o pensamento de Antonio Gramsci. **Monções: Revista de Relações Internacionais da UFGD**, [S. l.], v. 7, n. 13, p. 396–420, 2018. DOI: 10.30612/rmufgd.v7i13.8731. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/moncoes/article/view/8731>. Acesso em: 25 nov. 2024.

MALTBY, R. **Hollywood Cinema**. Blackwell Publishing, 2012.

MEARSHEIMER, John J. *The Tragedy of Great Power Politics*. New York: W.W. Norton & Company, 2001.

MELISSEN, Jan. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan, 2005.

MCLEAN, M. ***Cinematic Globalization: Expanding Boundaries in Post-Cold War Hollywood***. Bloomsbury, 2018.

NADEL, A. ***Democratic Hollywood: Politics, Reform, and Civic Life in Progressive America***. Rutgers University Press, 2019.

NYE, Joseph S. ***Bound to lead: The changing nature of American power***. New York: Basic Books, 1990.

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

_____. ***The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone***. New York, Oxford University Press, 2002

PAPE, Robert A. ***Bombing to Win: Air Power and Coercion in War***. Ithaca: Cornell University Press, 1997.

PAZ, Octavio. ***A força do pensamento: cinema e identidade cultural no Oriente Médio***. Rio de Janeiro: Editora Record, 2009.

PRICEWATERHOUSECOOPERS (PwC). ***Global Entertainment and Media Outlook 2023-2027***. Disponível em: <https://www.pwc.com>. Acesso em: 12 nov. 2024.

RAMOS, M. A. ***A (In)Visibilidade do Cinema Brasileiro sob a Globalização Neoliberal***. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5528/552858850018/html/> >. Acesso em: 25 nov. 2024.

RODRIGUES, Lucas. ***Soft Power e economia criativa: a indústria cinematográfica como instrumento de poder brando***. LUME (UFRGS). 2015. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/140581>>.

SANTOS, Boaventura de Souza. ***Cultura, política e modernidade: resistências à globalização no cinema contemporâneo***. São Paulo: Editora Cortez, 2010.

SARGENT, John. U.S. ***Research and Development Funding and Performance: Fact Sheet***. Disponível em: <<https://sgp.fas.org/crs/misc/R44307.pdf#:~:text=URL%3A%20https%3A%2F%2Fsgp>

p.fas.org%2Fcrs%2Fmisc%2FR44307.pdf%0AVisible%3A%20%25%20>. Acesso em 31 de maio de 2024.

SCHAUDER, M. **Franchising and the Global Economy of Entertainment**. McFarland & Company, 2015.

SCOTT, A. **The Cultural Turn in Hollywood: Cinema, Politics, and the Post-Cold War**. Verso, 2005.

SHAMBAUGH, David. **China's Soft Power Push**. *Foreign Affairs*, 2015.

SHAW, T. **Hollywood's Cold War**. *Edinburgh University Press*, 2007.

SILVEIRA, C. **A Indústria Cultural no Século XXI: O Papel de Hollywood na Globalização Cultural**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

SILVA, João Marcos. **Cinemas nacionais e a resistência ao imperialismo cultural**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

SÓ ESCOLA. **Filme: O que é, significado**. Disponível em: <<https://www.soescola.com/glossario/filme-o-que-e-significado>>. Acesso em: 19 set. 2024.

Statista. **Box office revenue in the U.S. and Canada 1980-2023**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/187069/north-american-box-office-gross-revenue-since-1980>>. Acesso em: 22 set. 2024.

TABELA COM CRIAÇÃO PRÓPRIA. Disponível em: <<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2024.

TUDOR, A. **Hollywood and Globalization: The Post-Cold War Era**. Palgrave Macmillan, 2009.

WYATT, J. **High Concept: Movies and Marketing in Hollywood**. *University of Texas Press*, 2011.

ZANELLA, Cristine; NEVES JR, Edson. **As relações internacionais e o cinema**. 1º ed. Belo Horizonte, MG: Fino Traço, 2015.

RAMOS, M. A. A (In)Visibilidade do Cinema Brasileiro sob a Globalização Neoliberal. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5528/552858850018/html/>>. Acesso

em:

25

nov.

2024.