

SOFT POWER: UNIVERSO CINEMATOGRAFICO DA MARVEL COMO FONTE DE PODER DOS ESTADOS UNIDOS

Amanda Cristaldo Neis¹⁰⁹

RESUMO

Este artigo visa correlacionar a interferência da indústria cinematográfica norte-americana nas políticas de relações internacionais do governo dos Estados Unidos por meio da manutenção de sua hegemonia política, econômica e cultural perante todo o mundo. Dando foco ao papel da Marvel Studios e do Universo Cinematográfico da Marvel como fonte colaboradora dessa hegemonia através do que Joseph Nye chama de Soft Power, e também por meio do conceito de Indústria Cultural de Theodor Adorno e Max Horkheimer.

PALAVRAS-CHAVE: marvel; indústria cinematográfica; indústria cultural; soft power.

1. INTRODUÇÃO

A forma como a cultura se expressa nas sociedades, modifica-se constantemente dependendo de diversos fatores. No contexto da sociedade moderna, o cinema se mostrou uma forte expressão cultural. Porém, nos dias atuais ele perdeu sua face de apreciação e passou a ser visto apenas por seu viés mercadológico. Além de toda esfera financeira que a indústria cinematográfica envolve, a dinâmica social e cultural ainda está atrelada a ela, principalmente pelo fato de os filmes alcançarem bilhões de espectadores. É por meio de todo poder de influência atrelada ao cinema que ele se torna um objeto político muito importante para as nações.

De forma mais específica, o cinema norte-americano atingiu uma hegemonia mundial que não é ameaçada por nenhum outro país. Estúdios como a Marvel estão presentes na maioria do mundo e detém o poder de influenciar pensamentos e ações de multidões. Esse poder proveniente das telonas auxilia os Estados Unidos a manter sua hegemonia mundial não somente na indústria cultural, mas também, na política, cultura e economia.

Assim, este artigo tem como objetivo mostrar formas como a indústria cinematográfica norte-americana influencia as políticas de relações internacionais dos países, ressaltando, desse

¹⁰⁹ Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Espírito Santo e bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET Economia/Ufes). E-mail: amandacris.neis@hotmail.com.

modo, o papel mais específico da Marvel Studios. Por meio do papel do Universo Cinematográfico da Marvel e de toda indústria cultural norte-americana é possível entender uma das principais fontes de poder do país e a maneira como ocorre a manutenção desse, reafirmando a hegemonia dos Estados Unidos no cenário mundial. Através dos conceitos de Joseph Nye, assim como de Theodor Adorno e Max Horkheimer é possível entender o processo de mercantilização da cultura e como ela se tornou um instrumento político tão importante para os países.

Para tal, o trabalho se divide em três partes. Primeiramente, há uma breve exposição sobre o surgimento do cinema e suas modificações ao longo do tempo, mostrando como ocorreu esse processo e de que forma chegamos ao cinema como ele é hoje em dia. Além de haver uma breve exposição sobre o processo de ascensão do cinema norte-americano e de Hollywood, e declínio das produções cinematográficas europeias. Logo após, é abordada de forma resumida a história da Marvel dando introdução ao seu Universo Cinematográfico e o que ele compreende e, de sua influência no mundo inteiro. Por fim, mostra-se os conceitos de Indústria Cultural de Theodor Adorno e Max Horkheimer, bem como, o conceito de Soft Power de Joseph Nye que permeia toda a discussão acerca do papel da indústria cultural como objeto político para as relações internacionais.

2. INÍCIO DO CINEMA

O surgimento do cinema não ocorreu de forma homogênea e centrada em apenas um local do mundo. A primeira exibição de cinema ocorreu em 22 de março 1895 para um público restrito que sugeriu melhorias na versão. Foi em 28 de dezembro de 1895 que ocorreu então a primeira projeção pública de cinema no “Grand Café”, em Paris. O filme “La Sortie de L'usine Lumière à Lyon” (A saída da fábrica Lumière em Lyon) feito pelos irmãos Lumière, Auguste Marie Louis Nicholas Lumière e Louis Jean Lumière tinha duração de apenas 42 segundos e mostrava as portas da fábrica se abrindo, os operários saindo para a rua, como se tivessem acabado um dia de trabalho. As portas voltam a fechar. O filme acaba (MEMÓRIAS DO TRABALHO, 2018).

Porém, os irmãos Lumière não foram os únicos expoentes do surgimento do cinema. Na realidade, a criação do cinematógrafo, instrumento que permitia a captação das imagens, assim como a revelação do filme e sua projeção em movimento, cabe a León Bouly em 1892, que acabou perdendo a patente da máquina por falta de fundos. Dessa maneira, Auguste e Louis compraram os direitos do instrumento e fizeram as devidas melhorias. Contudo, o cinematógrafo é na verdade um aprimoramento do cinetoscópio, aparelho criado pelo norte-americano Thomas Edison em 1893, que já permitia acesso a imagens em movimento.

O estilo desses filmes pouco variava, a duração reduzida era entre um e dois minutos, e o foco prevalecia na performance e atuação dos atores por meio do improviso e conexão com a câmera no intuito de conseguir cativar o público - que se tornava cada vez maior e se maravilhavam com as imagens em movimento. Também surgiram os nickelodeons - empoeirados - lugares amplos utilizados exclusivamente para projeção dos filmes (MORETTIN, 2009).

No final do século XIX e início do século XX, mais especificamente nos Estados Unidos e na Europa começam a ocorrer sutis transformações no cinema e este se torna mais próximo ao que conhecemos hoje em dia. O caráter comercial adentrou o cinema o que tornou os ingressos cada vez mais caros e levou a uma elitização das obras cinematográficas. O formato das obras passou por uma padronização, a adaptação de romances e peças em longa-metragens visava a atração da classe média burguesa através de filmes mais narrativos, que não prezavam mais pela conexão ator-câmera-espectador, tornando o modelo narrativo hegemônico que perdura até os dias atuais.

É após a I Guerra Mundial que o cinema norte-americano se torna uma grande potência e consegue se sobrepôr até mesmo ao europeu que era muito relevante na área. Com a vitória na Guerra (1914-1918), os Estados Unidos se consolidaram em cenário mundial principalmente pelo fato de seus rivais europeus estarem destruídos, efeito do confronto mundial. Alemanha, França, Inglaterra e outros países europeus estavam devastados, extremamente endividados e afundados em crises políticas, econômicas e sociais.

A Primeira Guerra Mundial impõe a redução da produção cinematográfica europeia que, desde os primórdios do cinema, capitaneada pela França, liderava a produção mundial de filmes, chegando a deter 70% do mercado norte-americano através de empresas francesas como a Gaumont e a Pathé Frères. Findo o conflito mundial, os EUA assumem a liderança da produção e distribuição cinematográficas em escala mundial [...]. (BARBALHO, 2011)

A partir disso, os Estados Unidos afirmaram seu poderio econômico e político perante o mundo. Entre 1910 e 1920 as vanguardas artísticas – dadaísmo, futurismo, surrealismo – fruto da modernidade, viam a necessidade de um caráter revolucionário da arte dentro do contexto social que requeria mudanças. A face tradicional do cinema deu lugar a exibições luxuosas destinada a milhares de espectadores que tornaria o cinema um meio de entretenimento de massas. A indústria cultural¹¹⁰ se fortaleceu a partir da década de 1930, principalmente pelo avanço conseguido em 1927 com a sincronização entre imagem e som, a inovação técnica da indústria americana logo se expandiu por todo mundo.

Entretanto, segundo Morettin (2009, p.65) foi em meados da década de 1970 que a indústria se reorganizou e deu início a produção de série de blockbusters, que conferiram uma dimensão de exploração econômica do setor com a comercialização de brinquedos, jogos eletrônicos, vídeos e DVDs. A partir disso, a indústria cinematográfica se tornou muito próxima do que é hoje,

O aparecimento do cinema esteve na origem de um novo hábito cultural que modificou as atividades de lazer e introduziu alterações profundas nos costumes

¹¹⁰ O termo ainda não se refere ao que foi descrito por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Os grandes expoentes da Escola de Frankfurt trataram sobre o tema pela primeira vez em 1947 no livro "A Dialética do Esclarecimento". Ambos filósofos e sociólogos estavam preocupados justamente com essa nova fase, não apenas do cinema, mas da sociedade em geral. A grande crítica feita pelos dois se referia a uma crise da sociedade em sua formação cultural, com a mercantilização dos bens culturais eles viam uma perda da autonomia e alienação do pensamento do homem. Outro fator importante se dá pelo fato que Adorno estava submerso em meio a essas transformações sociais e se via tentando compreender os processos e o papel do homem na sociedade capitalista.

de milhares de pessoas dentro e fora dos Estados Unidos. O interesse mundial pela produção cinematográfica de Hollywood remonta ao início do século XX, quando as grandes companhias começaram a produzir filmes para a classe trabalhadora, emigrantes e o público das grandes cidades. Mais do que pôr em causa a estabilidade social e política, pretendia-se transformar o cinema num bem de consumo para as massas, tendo em conta que os trabalhadores começavam a ter algum tempo livre e mais dinheiro. (MARQUES, 2005)

Por meio das revoluções tecnológicas e informacionais, aliada a consolidação do sistema capitalista na economia mundial, a arte que antes era objeto de apreciação adentrou a lógica do capital e passou a ser vista como um produto gerador de lucro. O cinema, que começou por ser encarado apenas na sua vertente lúdica, ao transmitir determinados valores e dar uma visão do dinamismo da vida social americana, acabou por influenciar o comportamento do público, desempenhando um papel relevante em nível social, cultural, económico e político, na Europa e nos Estados Unidos. Se tivermos em conta a influência das imagens transmitidas, podemos afirmar que o cinema em geral, e Hollywood em particular, constituiu uma das primeiras formas de globalização do século XX (MARQUES, 2005).

Nesse contexto se deu a ascensão de Hollywood, que passaria de uma cidade comum para a capital do cinema mundial. O clima californiano permitia gravações em todas estações do ano e o sol, juntamente com as paisagens formavam cenários perfeitos. Em 1914, foi fundado o primeiro grande estúdio de Hollywood, o Famous Players Film Company, atualmente a Paramount Studios, posteriormente muitos outros estúdios foram fundados e são conhecidos até os dias atuais, exemplos deles são, a Marvel Studios, The Walt Disney Studios, Warner Bros, 20th Century Fox, entre outros.

Cabe ressaltar que a ênfase, a partir de agora, caberá a Marvel Studios e como através da Indústria Cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) e do conceito de Soft Power (NYE, 2004) a indústria cinematográfica norte-americana se tornou um instrumento de auxílio para os Estados Unidos na manutenção de sua hegemonia internacional e qual a influência desse estúdio específico.

3. UNIVERSO CINEMATOGRAFICO DA MARVEL

O começo da Marvel se deu entre as décadas de 1930 e 1940, quando Martin Goodman fundou a empresa Timely Comics, que posteriormente se tornaria a Marvel Comics. O início da empresa ocorreu através da venda de histórias sobre faroeste e posteriormente revistas de histórias em quadrinhos. Na década de 1950 a empresa tornou-se conhecida pelo nome Atlas e permaneceu no ramo das revistas em quadrinhos. Nos anos 60, a editora passou a se chamar Marvel¹¹¹ e, por meio do trabalho de Stan Lee, lançou seu primeiro sucesso: a revista do Quarteto Fantástico. A partir de então, o universo Marvel ganhou uma variedade de personagens e conquistou uma legião de fãs, conseguindo até mesmo superar sua principal concorrente - a DC Comics.

¹¹¹ Em 2009, a Walt Disney Company comprou a Marvel Entertainment em uma transação bilionária envolvendo 4 bilhões de dólares em dinheiro e ações da empresa.

A Marvel Entertainment é composta pela Marvel Studios, o estúdio de cinema da empresa, Marvel Television, a produtora dos programas de TV, Marvel Publishing e a Marvel Comics são, respectivamente, a publicadora e a editora das revistas de história em quadrinho, Marvel Characters, responsável pela propriedade intelectual dos personagens da Marvel, Marvel Toys, empresa que produz os brinquedos, entre outras¹¹².

O Universo Cinematográfico Marvel¹¹³ compreende a produção de filmes dos super-heróis das histórias de quadrinhos da Marvel Comics produzidos por Kevin Feige que são divididos em fases. Homem de Ferro (2008) foi o primeiro filme do Universo, junto com ele, na Fase Um, foram lançados também O Incrível Hulk (2008), Homem de Ferro 2 (2010), Thor (2011), Capitão América: O Primeiro Vingador (2011) e concluindo a Fase Um lançou o primeiro filme da sequência de Os Vingadores (2012).

Na Fase Dois o primeiro filme apresentado foi Homem de Ferro 3 (2013), Thor: O Mundo Sombrio (2013), Capitão América 2: O Soldado Invernal (2014), Guardiões da Galáxia (2014), Vingadores: Era de Ultron (2015) e finalmente Homem-Formiga (2015).

A Fase Três bateu recordes nas bilheterias e gerou lucros extraordinários para a Marvel e também para os Estados Unidos, nela estão presentes os filmes Capitão América: Guerra Civil (2016), Doutor Estranho (2016), Guardiões da Galáxia Vol. 2 (2017), Homem-Aranha: De Volta ao Lar (2017), Thor: Ragnarok (2017), Pantera Negra (2018), Vingadores: Guerra Infinita (2018), Homem-Formiga e a Vespa (2018), Capitã Marvel (2019), Vingadores: Ultimato (2019) e por fim Homem-Aranha: Longe de Casa (2019).

Durante a San Diego Comic-Con International 2019¹¹⁴, uma convenção de entretenimento que ocorre anualmente, a Marvel anunciou as novidades nas produções do MCU e apresentou os componentes da Fase Quatro, a série de lançamentos começará com o filme Viúva Negra (maio de 2020), Eternos (novembro de 2020), Doutor Estranho no Multiverso de Loucura (maio de 2021), Thor: Amor e Trovão (novembro de 2021) e a novidade anunciada pela empresa foi o filme de um novo super-herói chinês, Shang-Chi e a Lenda dos Dez Anéis (fevereiro de 2021)¹¹⁵.

Ademais, a empresa anunciou também as próximas produções que ainda não tem data de lançamento, dentre elas estão, Blade, o terceiro filme da sequência de Guardiões da Galáxia, Pantera Negra 2, Capitã Marvel 2 e também novas versões de X-Men e Quarteto Fantástico¹¹⁶.

Além dos filmes, a produção do Universo Cinematográfico da Marvel foi estendida também para a televisão por meio de séries, como, Agents of S.H.I.E.L.D., Agent Carter e Inumanos na emissora

¹¹² Informações retiradas diretamente do site oficial da empresa. Disponível em: <https://www.marvel.com>.

¹¹³ O Universo Cinematográfico da Marvel também pode ser designado como MCU – Marvel Cinematic Universe.

¹¹⁴ Convenção que reúne os diversos gêneros de entretenimento e cultura pop, onde geralmente são liberados as novidades e lançamentos do mundo do entretenimento.

¹¹⁵ As datas citadas eram as previsões para o lançamento dos filmes antes da ocorrência da pandemia de coronavírus.

¹¹⁶ A Walt Disney Company comprou também a 21st Century Fox, que pertence a Fox Broadcasting Company, portanto, os direitos do filme “Quarteto Fantástico” que antes eram da Fox passaram para Disney.

ABC Entertainment. Na empresa de entretenimento Hulu ocorreu a produção da série Fugitivos, na rede de televisão Freeform a exibição foi da série Manto & Adaga e na plataforma de streaming online Netflix as produções escolhidas foram Jessica Jones, Demolidor, Luke Cage e Punho de Ferro que levaram a criação da minissérie Defensores e também o spin-off de Demolidor, O Justiceiro. A Marvel também anunciou na San Diego Comic-Con International 2019 que com o novo serviço de streaming da Disney, o Disney+, surgirão novas produções envolvendo os super-heróis do MCU como Loki, What if...?, Falcão e o Soldado Invernal, WandaVision, Gavião Arqueiro, Ms. Marvel, Mulher Hulk e Cavaleiro da Lua.

Além das produções cinematográficas e de curta-metragens, a Marvel também lançou álbuns da trilha sonora presente nos filmes, assim como, lançou cerca de oito jogos online para plataformas de smartphone e videogame, como, Playstation, Xbox, Nintendo, IOS e Android. O Universo Cinematográfico da Marvel também chegou às redes sociais que estão cada vez mais em alta nos últimos anos, conquistando o público através de uma plataforma de marketing e publicidade de seus produtos (MARVEL).

A influência da Marvel se manteve dentro do mercado, conquistando áreas como das vestimentas, visto que lojas de departamento populares como Renner, Riachuelo e C&A investiram na produção em massa de produtos que fazem referência aos personagens das franquias da marca, ampliando ainda mais todo o mercado que esse Universo construiu, de forma bastante sólida, tornando-se uma importante fonte de poder para seu país de origem, os Estados Unidos.

Dessa maneira, é notório o alcance do estúdio e também do Universo frente ao cenário mundial e além disso, também é evidente como ambos elementos movimentam a economia dos Estados Unidos e conseqüentemente a economia mundial. O consumo dos produtos da Marvel como um todo trazem lucros extraordinários para a empresa, ademais, os filmes do MCU recentemente bateram recordes de arrecadação nas bilheterias do mundo inteiro.

1. Tabela 1¹¹⁷: Arrecadações dos filmes do Universo Cinematográfico da Marvel¹¹⁸

Filme	Valor arrecadado – US\$
Vingadores: Ultimato	2,793 bilhões
Vingadores: Guerra Infinita	2,048 bilhões
Os Vingadores	1,516 bilhões
Vingadores: Era de Ultron	1,405 bilhões

¹¹⁷ Elaboração própria da autora. Dados são referentes a filmes lançados até o primeiro semestre de 2019, filmes lançados após esse período não são contabilizados nas tabelas presentes neste trabalho. Os dados expressos foram contabilizados em valores nominais.

¹¹⁸ Fonte O GLOBO. Cinema: As maiores bilheterias de todos os tempos.

Pantera Negra	1,346 bilhões
Homem de Ferro 3	1,214 bilhões
Capitão América: Guerra Civil	1,153 bilhões
Homem Aranha: De Volta ao Lar	880,16 milhões
Guardiões da Galáxia Vol. 2	853,97 milhões
Thor: Ragnarock	853,97 milhões
Guardiões da Galáxia	773,32 milhões
Capitão América 2: O Soldado Invernal	714,26 milhões
Doutor Estranho	677,71 milhões
Thor: Mundo Sombrio	644,47 milhões
Homem de Ferro 2	623,93 milhões
Homem Formiga e a Vespa	621,6 milhões
Homem de Ferro	585,17 milhões
Homem Formiga	519,31 milhões
Thor	449,23 milhões
Capitão América: O Primeiro Vingador	370,56 milhões
O Incrível Hulk	263,42 milhões

2. Tabela 2¹¹⁹: Maiores arrecadações da história do cinema mundial¹²⁰

Filme	Valor arrecadado – US\$	Distribuidor ¹²¹
Vingadores: Ultimato	2,793 bilhões	Marvel Studios
Avatar	2,788 bilhões	20th Century Fox
Titanic	2,187 bilhões	Paramount Pictures e 20th Century Fox
Star Wars: O Despertar da Força	2,068 bilhões	Walt Disney Studios Motion Pictures
Vingadores: Guerra Infinita	2,048 bilhões	Marvel Studios
Jurassic World: O mundo dos dinossauros	1,671 bilhões	Universal Pictures
O Rei Leão	1,654 bilhões	Walt Disney Studios Motion Pictures
Os Vingadores	1,518 bilhões	Marvel Studios
Velozes e Furiosos 7	1,516 bilhões	Universal Pictures
Vingadores: Era de Ultron	1,405 bilhões	Marvel Studios
Pantera Negra	1,346 bilhões	Marvel Studios
Harry Potter e as Relíquias da Morte: Parte 2	1,341 bilhões	Warner Bros. Pictures
Star Wars: Os Últimos Jedi	1,332 bilhões	Walt Disney Studios Motion Pictures
Jurassic World: Reino Ameaçado	1,309 bilhões	Universal Pictures

¹¹⁹ Elaboração própria da autora. Os dados fazem referências a filmes lançados até setembro de 2019, filmes lançados após esse período não são contabilizados nas tabelas presentes neste trabalho. Os dados expressos foram contabilizados em valores nominais.

¹²⁰ Fonte O GLOBO. Cinema: As maiores bilheterias de todos os tempos.

¹²¹ Como ressaltado anteriormente, a distribuidora Walt Disney Company comprou a Marvel Entertainment em 2009, porém, nos filmes do Universo Cinematográfico da Marvel a distribuidora permanece sendo a Marvel Studios. Ainda assim, a predominância dos estúdios Walt Disney nas maiores arrecadações do cinema mundial é notável.

Frozen	1,276 bilhões	Walt Disney Studios Motion Pictures
--------	---------------	-------------------------------------

4. INDÚSTRIA CULTURAL E SOFT POWER

Além da contribuição financeira do Universo Cinematográfico Marvel por meio dos filmes, ocorre também a transmissão dos valores e crenças norte-americanos presentes nas narrativas e impregnados nas figuras dos heróis - um exemplo disso é o personagem do Capitão América, que difunde os ideais de patriotismo, justiça, liberdade e proteção aos desamparados (SILVA NETO, 2018). O próprio uniforme de Steve Rogers demonstra tamanha devoção à pátria estadunidense ao ter a bandeira do país estampada em suas vestimentas e o escudo simbolizando o dever de proteção aos indefesos. Assim, tais ideias fazem com que o Capitão América se torne a personificação do heroísmo e seja um dos líderes dos Vingadores.

Com a consolidação da lógica capitalista nas economias mundiais, ocorre uma mudança na dinâmica dos mercados, estes passam a perseguir o lucro e promovem uma padronização dos produtos que são consumidos (MARQUES, 2005). Dentro desse mesmo padrão, as produções da Marvel, com conteúdo tão semelhante, têm se disseminado com muita força em todo o globo terrestre, além de promoverem uma dinâmica financeira bilionária. No campo artístico também ocorre essa alteração na lógica de produção e venda das mercadorias, a arte passa a ser apenas um produto a ser consumido pelo espectador, feita para atingir multidões. Passa então a denotar um caráter comercial às produções artísticas, principalmente ao cinema, que é inundado pela lógica capitalista de produção em grande escala, padronização dos produtos e baixos custos de produção. Logo, a indústria cinematográfica se torna um mercado muito rentável devido aos baixos custos de produção e por outro lado, os altíssimos lucros, além do alcance que elas possuem.

Essa nova face que as produções de arte adquirem é definida como Indústria Cultural¹²² (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) e indica o modo de fazer cultura apenas com a finalidade de obtenção de lucro e agradar ao público, a produção artística, desse modo, torna-se pano de fundo da cultura, já que, os filmes e séries seguem um mesmo roteiro que garante sucesso, público e arrecadação. A importância passa para a forma do produto e não mais seu conteúdo, as produções seguem roteiros óbvios que possuem o intuito apenas de divertir quem assiste e não desenvolvem o senso crítico ou temáticas relevantes para a sociedade. A ênfase é dada nas técnicas e produções de efeitos especiais que buscam a perfeição de cada cena, a edição, composição, iluminação, falas, cores e todos

¹²² A partir desse momento do texto, o termo Indústria Cultural se refere ao conceito criado por Theodor Adorno e Max Horkheimer na obra "A Dialética do Esclarecimento" de 1947. A referência utilizada neste trabalho é uma versão atualizada e mais desenvolvida dessa mesma obra, datada de 1985, "A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas" onde os autores trabalham o termo e a realidade da sociedade em que viviam com maior autoridade. Cabe ressaltar que o advento da ascensão de Hollywood e a criação do termo Indústria Cultural são eventos paralelos e não acontecem conjuntamente no mesmo local e época, entretanto, ambos estão correlacionados às mudanças que vêm acontecendo no mundo provenientes da afirmação do sistema capitalista na sociedade como um todo. Adorno e Horkheimer estavam estudando os efeitos do capitalismo perante a sociedade e o homem e assim correlacionam os bens culturais com o capitalismo e com a mercantilização da cultura. Portanto, é possível correlacionar os dois eventos já que ambos estão conectados a um ponto central de discussão.

elementos tendem a perfeição e desempenham um papel importante no conjunto de cenas, todos os elementos combinados de maneira que cheguem à perfeição buscam seduzir o espectador e prender sua atenção para que ele consuma essa mercadoria (OURIVEIS, 2013). Ademais, o conceito de Indústria Cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) teve ascensão justamente em uma fase de interação mais acentuada das economias mundiais, com a intensificação da globalização, deu-se também o processo da mercantilização da cultura que afetou diretamente os moldes que a indústria cinematográfica tomou, acarretando no que se pode ver hoje em dia.

Através da padronização e previsibilidade dos enredos, os espectadores entram em contato com uma repetição de roteiros e estilos de comportamentos presentes nos filmes e acabam internalizando tais modelos e os reproduzindo na vida cotidiana. E, apesar das produções cinematográficas terem se tornado um tanto quanto fúteis e repetitivas, os indivíduos veem no cinema uma forma de distração e lazer que foge da rotina diária de trabalho (MARQUES, 2005). Por fim, a lógica capitalista presente na Indústria Cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) corrobora com a imposição de modelos comportamentais, padrões de beleza e de consumo presentes nos filmes que levam a promoção de determinadas marcas a serem consumidas como, por exemplo, Apple, Nike, Coca-Cola e outras.

A exposição do indivíduo a produções enlatadas do cinema, da televisão e do rádio, desde quando é criança, forma mentes de forma contínua. A maneira de se vestir é influenciada pelo que está nos filmes. Os padrões de consumo são vistos nas atitudes dos personagens dos filmes também. Isso facilita muito a internacionalização de determinadas marcas de produtos, como as tão consumidas Coca-Cola, Nike, Wilson, Apple por exemplo. Não se pode esquecer ainda do fetiche em torno do padrão de alimentação fast-food, típico de um sistema de produção capitalista, onde a alimentação deve ser feita de forma rápida, para que não se perca tempo, e tendo como seu maior exemplo a rede norte-americana de lanchonetes McDonald's. (OURIVEIS, 2013)

A magnitude que a Marvel conquistou é apenas um dos indicadores que demonstram sua capacidade de agradar seu público-consumidor e influenciá-los ao redor do mundo e, pode ser comprovado não apenas por seu sucesso financeiro, como também pelo poder que essa companhia emana em cenário mundial. A capacidade de atração e influência que a Marvel utiliza foi classificada por Joseph Nye (2004) como soft power.

Em sua obra “Soft Power: The Means to Success in World Politics”, Joseph Nye define que dentro das relações internacionais na política mundial existem duas maneiras de demonstração de poder do Estado frente a outros territórios: o hard power (NYE, 2004) ou poder bruto, que ocorre por meio da demonstração de poder através de forças militares ou econômicas e o soft power (NYE, 2004) ou poder brando, que é a capacidade de influenciar comportamentos visando determinados resultados. O hard power (NYE, 2004) opera por meio de um caráter militar para projetar suas forças dentro de outros países e, utiliza condições claras de ameaça, sanções e subornos nas negociações. Os

Estados Unidos atuam de tal maneira visando uma imposição e conquista de seus objetivos, com o uso principalmente de sua força bélica, exemplo disso foram as invasões ao Afeganistão em 2001 e ao Iraque em 2003, ou até mesmo as sanções impostas por Donald Trump ao governo chinês intensificando a guerra comercial já existentes entre os países (SILVA NETO, 2018).

Por outro lado, o soft power (NYE, 2004) ocorre de forma indireta na esfera da persuasão, relacionando-se com a habilidade de moldar as preferências dos indivíduos, uma forma de atração e sedução dos atores criando uma conexão de admiração com o que está sendo transmitido. Geralmente o soft power (NYE, 2004) é exercido por meio da promoção de determinada cultura e, com os avanços tecnológicos da última era, a disseminação de informações como cinema, internet, músicas ocorre em questão de segundos para o mundo inteiro.

No entanto, apesar da indústria cinematográfica hollywoodiana ser a forma mais eficiente da transmissão da cultura e valores norte-americanos devido a sua exportação e alcance mundial, há também outras maneiras dessa transmissão ocorrer, por exemplo, por meio de intercâmbios e programas de estudos dentro do país (OURIVEIS, 2013). Desse modo, quanto maior for a credibilidade do país no sistema internacional, maior será a chance de outros países absorverem os padrões comportamentais impostos por determinada cultura e os assimilarem.

Com a intensificação da globalização e a revolução informacional, faz-se necessário o uso do poder brando, até mesmo porque a utilização do poder bruto por meio de forças militares tem sido vista com maus olhos no sistema internacional. Desse modo, o soft power (NYE, 2004) se torna cada vez mais importante como instrumento de atração e poder para os governos. A Terceira Revolução Industrial trouxe a expansão da internet e de seus usuários como também a expansão da velocidade das informações, aliada à intensificação da globalização, ocorre uma disseminação de informações imensa que atinge todos os locais do mundo e, desse modo, a indústria cinematográfica dos Estados Unidos consegue vender e mostrar seus valores e ideias para o planeta, influenciando bilhões de pessoas.

Apesar da internet ter feito mais pela globalização do planeta do que todos os meios de comunicação juntos, não podemos esquecer que um dos principais agentes para sua disseminação foi o cinema produzido em Hollywood que mostrou ao mundo o American way of life. Os filmes produzidos ao longo de várias décadas divulgaram hábitos e comportamentos de um povo, o americano, que acabaram por ter uma profunda influência à escala mundial. (OURIVEIS, 2013)

De forma análoga ao que foi supracitado, o soft power (NYE, 2004) é um instrumento que não necessita de altos custos para a sua execução e deve ganhar cada vez mais espaço na política internacional, já que é considerada uma fonte de manutenção de poder, principalmente por ajudar os Estados Unidos a garantir sua hegemonia em cenário mundial, apesar de ser fortalecido pela iniciativa privada que investe nos estúdios de Hollywood - que é o principal agente fornecedor do soft power (NYE, 2004) americano. Outro fator que corrobora com essa forma de atuação do poder

brando são as consequências trazidas para o país de origem. Nos Estados Unidos, potência mundial que utiliza esse recurso de poder por meio da exportação de sua cultura, garante ainda que milhões de pessoas visitem o país na procura de visitar pontos turísticos, jovens com o desejo de estudar nas melhores universidades do mundo, e também as massas que se deslocam para o território norte-americano na intenção de fazer compras de marcas exclusivamente americanas (OURIVEIS, 2013).

Portanto, a Marvel, como ator de manutenção do soft power (NYE, 2004) colabora de diversas formas para a hegemonia do seu país, é por meio de influências sutis que isso ocorre. Alguns aspectos podem demonstrar isso como: a soberania da língua inglesa em cenário mundial, os Estados Unidos como ponto principal em viagens turísticas internacionais, referência mundial das universidades norte-americanas e até mesmo a movimentação financeira acarretada pelos filmes da Marvel através do marketing e de todos os produtos que surgem a partir disso como vestuário, eletrônicos, entretenimento.

Assim, é perceptível em cenário mundial a hegemonia da superpotência Estados Unidos, e grande parte desse poder é garantido por agentes da indústria cultural, como a Marvel, através do Universo Cinematográfico da Marvel que garante lucros inimagináveis para seu país, além de exportar as ideias e valores norte-americanos por meio dos filmes de super-heróis. A influência do UCM é tanta que, até mesmo países que não possuem acordos com os Estados Unidos da América e discordam das políticas utilizadas pelo governo consomem tais produtos corroborando ainda mais com a influência norte-americana em todo o globo terrestre.

Além de toda influência exercida pelo UCM e pela indústria cinematográfica em âmbito cultural e social, esse domínio permanece também no campo econômico. Toda movimentação financeira que ocorre por meio da Indústria Cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) pode ser vista também em números. Dados de 2009 mostram que,

A indústria do entretenimento tem um papel extremamente importante na economia norte-americana, uma vez que ela representa a segunda maior fonte de renda do país, perdendo apenas para o setor de tecnologia aeroespacial. Em 2004, os Estados Unidos movimentaram 550 bilhões de dólares em mídia e entretenimento, representando sozinhos, 42% da economia cultural mundial. Uma pesquisa realizada pela PricewaterhouseCoopers (PwC) intitulada *Global Entertainment and Media Outlook: 2004-2008*, mostrou que, nesse período, a indústria cultural cresceu a uma taxa de 6,3% ao ano, mais do que a economia global como um todo, cuja expansão foi de 5,7% ao ano. (SCHNEIDER, 2009)

Além disso, o domínio econômico exercido pela indústria cultural norte-americana, mais especificamente, a indústria cinematográfica, além de ser traduzida em números grandiosos para o país se mostra também uma aliada na manutenção da hegemonia econômica do país ao ser uma grande porção dos maiores rendimentos dos EUA,

No plano global, por exemplo, as estimativas do Banco Mundial apontam para uma participação de, aproximadamente, 7% das atividades econômicas da cultura no PIB mundial e indicam, para os próximos anos, uma taxa média de crescimento deste setor em torno de 10%. [...] nos EUA, país que controla a maior fatia do mercado cultural mundial, as chamadas indústrias do copyright, ou seja, aquelas que produzem e/ou distribuem bens que incorporam propriedade intelectual (indústria editorial, do audiovisual, fonográfica e do software), representaram 11%, do PIB norte-americano, ou seja, U\$ 1,52 trilhões¹²³¹²⁴. (BARBALHO, 2011)

Ademais, dados do U.S. Bureau of Economic Analysis¹²⁵ (BEA) publicados em março de 2019, sobre a Conta de Satélite de Produção Artística e Cultural (ACSPSA) mostram que as atividades econômicas culturais e artísticas aumentaram 2,9% em 2016. Isso revela uma desaceleração da atividade em relação ao ano anterior, pois em 2015 o aumento foi de 5,4%. Além disso, essas atividades representam cerca de 4,3% do Produto Interno Bruto (PIB) dos Estados Unidos, contabilizando cerca de US\$804,2 bilhões em 2016.

A atividade cinematográfica compreende a produção de filmes e vídeos, a distribuição de filmes e vídeos, os cinemas, os teatros cinematográficos drive-in, os serviços de teleprodução e outros serviços de pós-produção e outras indústrias de filmes e vídeos. De acordo com os números do U.S. Bureau of Economic Analysis, a produção bruta nominal da indústria de apoio à produção cultural foi de 960,149 milhões de dólares em 2015 e de 997,735 milhões de dólares em 2016, além disso, de maneira mais específica, a contribuição da indústria cinematográfica foi de 130,861 milhões de dólares em 2015 e de 132,483 em 2016. Outro dado bastante relevante nessa análise é que, de todos os estados norte-americanos, os estados em que houveram maior percentual de contribuição da indústria cinematográfica no PIB estadual foram na Califórnia, estado onde se localiza Los Angeles, que abriga a capital do cinema – Hollywood – e Nova York, coincidentemente os maiores representantes da indústria cinematográfica do país.

Além dos dados sobre a Conta de Satélite de Produção Artística e Cultural, o U.S. Bureau of Economic Analysis também publicou dados referentes ao PIB dos Estados Unidos referentes ao segundo trimestre de 2019. Os números revelam que o valor adicionado pelo grupo de indústria referente ao setor de artes, entretenimento, recreação, acomodação e serviços de alimentação foi de 891.8 bilhões de dólares no segundo trimestre de 2019 revelando um crescimento em relação ao mesmo período de 2018, quando o valor adicionado foi de 859.3 bilhões de dólares. De maneira mais específica, para o setor de artes, entretenimento e recreação o valor adicionado no segundo

¹²³ Segundo Barbalho (2011), esses dados são muito expressivos por si só, porém, quando eles são combinados aos dados referentes a outros setores da economia cultural norte-americana, como por exemplo, de museus, parque temáticos, show business eles se tornam ainda mais relevante e importantes para a composição total da economia dos Estados Unidos. Fonte: IIPA - International Intellectual Property Alliance. Copyright industries in the U.S. economy: the 2003-2007 report. Washington D.C, 2009.

¹²⁴ Grifo nosso.

¹²⁵ O BEA pertence ao Departamento de Comércio dos Estados Unidos e é a agência governamental encarregada oficialmente de fornecer dados, estatísticas e relatórios macroeconômicos e relacionados também à indústria. Além de monitorar estados, cidades, condados e vilas são responsáveis pelo fornecimento de dados do Produto Interno Bruto (PIB) norte-americano – Gross Domestic Product (GDP).

trimestre de 2019 foi de 235.1 bilhões de dólares, enquanto no mesmo período de 2018 foi de 228.2 bilhões de dólares. Por fim,

A indústria do cinema é a que tem participação mais expressiva no setor de entretenimento estadunidense, sendo a principal fonte de lucros e a que consegue exercer maior influência sobre os costumes das outras culturas, convencendo a humanidade de que o estilo de vida dos artistas de Hollywood é definitivamente algo a ser copiado e a ser visto como um modelo. Tal poder faz com que os grandes conglomerados do setor como Sony, Disney, Time Warner, Seagram, Viacom e News Corp, tenham em sua base um estúdio de cinema, buscando ampliar suas possibilidades de investimento e expandir seus lucros. (SCHNEIDER, 2009)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os pontos citados anteriormente, é possível perceber que a companhia Marvel Studios é uma fonte de soft power (NYE, 2004) para os Estados Unidos, visto que, há uma importante transmissão de valores que ocorre por meio dos filmes da Marvel, mais especificamente, do Universo Cinematográfico da Marvel e de seus super-heróis. Ocorre uma forma de atração e influência do comportamento dos seus espectadores de uma maneira bastante sutil utilizada por meio da cultura. Esse domínio que o país detém perante os indivíduos permite um forte poder de manipulação de massas e promoção de sua imagem frente aos outros países. O poder suave de persuasão exercido principalmente através da cultura e mídia, permite aos Estados Unidos manter sua hegemonia em cenário mundial.

Dessa maneira, a Marvel Studios se torna um aliado ao Estado norte-americano não apenas pelo fato de enviar suas produções para todo o globo terrestre e por meio da propagação da imagem estadunidense, mas por conseguir manipular bilhões de pessoas através do que está sendo propagado. A conexão da Indústria Cultural dos Estados Unidos com o seu governo também é vista como uma forma de manutenção da hegemonia norte-americana não apenas em cenário cultural, como também em cenário político e social. Além disso, a economia dessa grande potência mundial também é movimentada pelo soft power (NYE, 2004) que o Universo Cinematográfico da Marvel emana visto o contingente de dólares que essa indústria movimenta e que retornam ao seu país de origem. Aqui não nos referimos apenas aos incríveis números que as arrecadações das bilheterias movimentam, mas também a todas as outras indústrias que são movimentadas por esse negócio como, por exemplo, o turismo, hotelaria, alimentação, roupas, jogos eletrônicos e tantas outras. Nesse sentido, podemos afirmar que tanto a Indústria Cultural, como a Marvel são uma fonte de poderio para seu país, mais especificamente uma fonte de soft power (NYE, 2004) que consegue auxiliar na manutenção da hegemonia norte-americana perante os outros países em cenário mundial.

Em suma, o trabalho se propôs a levantar reflexões acerca da manutenção da hegemonia dos Estados Unidos no cenário mundial por uma ótica que é pouco abordada. O uso do soft power

(NYE, 2004) por meio da cultura ainda não é utilizado por muitos países, até mesmo porque há lugares em que a cultura não é incentivada ou por falta de recursos, principalmente financeiros que por muitas vezes partem da iniciativa privada por falta do suporte do Estado. Esses fatores levam os EUA a se manterem em posição de destaque e com forte poder de influência nas políticas internacionais perante os outros países, outro fator que corrobora com o domínio norte-americano é a falta de concorrência dentro do mercado cultural, principalmente cinematográfico, já que os maiores estúdios estão presentes no país norte-americano, o que gera uma veiculação imensa dos valores norte-americanos dentro de outros países e leva a uma imposição desses valores nas demais culturas, que absorvem essa influência e a internalizam, fazendo dos Estados Unidos um grande espelho de modelo de superioridade política, econômica, social e cultural.

6. REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: _____. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, p. 99-138, 1985.

BARBALHO, A et al. **Cultura e desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas**. Edufba, 2011.

DE MELO, Évyła Michaely et al. Soft Power: a mídia hollywoodiana e a transmissão dos valores norte-americanos. **Revista de Iniciação Científica em Relações Internacionais**, v. 5, n. 9, p. 57-68, 2018.

MARQUES, Maria do Céu. **Hollywood e a Globalização**. 2005.

MARVEL (Estados Unidos). **Marvel**. Disponível em: <<https://www.marvel.com/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

MEMÓRIAS DO TRABALHO (UFRGS). 2018. **A Saída dos Operários da Fábrica Lumière**. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/memoriasdotrabalho/2018/08/30/a-saida-dos-operarios-da-fabrica-lumiere/>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

MORETTIN, Eduardo. Uma história do cinema: movimentos, gêneros e diretores. **Caderno de cinema do professor**, p. 46, 2009.

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

O GLOBO. **Cinema**: As maiores bilheterias de todos os tempos. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/cinema-as-maiores-bilheterias-de-todos-os-tempos-21396794>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

OURIVEIS, Maíra. Soft power e indústria cultural: A política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo. **Revista Acadêmica de Relações Internacionais**, n. 4, p. 168-196, 2013.

SCHNEIDER, Livia Amaral. **Os impactos da indústria do entretenimento na economia norte-americana**. Monografia - Curso de Economia, Economia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

SILVA NETO, Maurício Ribeiro da. **Universo Cinematográfico da Marvel como fonte de soft power dos Estados Unidos da América**. TCC (Graduação) - Curso de Relações Internacionais, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018.

BEA, The U.S. Bureau of Economic Analysis. **Arts and Culture Continues to Grow in 2016**. Disponível em: <<https://www.bea.gov/system/files/2019-03/acpsa0319.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

BEA, The U.S. Bureau of Economic Analysis. **Gross Domestic Product by Industry: Second Quarter 2019**. Disponível em: <<https://www.bea.gov/system/files/2019-03/acpsa0319.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2019.