

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
**INSTITUTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**  
**GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**NICOLE LORO NORONHA**

**Em busca do Sonho Chinês: As coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas  
como ferramenta de diplomacia cultural da China**

UBERLÂNDIA

2022

**NICOLE LORO NORONHA**

**Em busca do Sonho Chinês: As coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas  
como ferramenta de diplomacia cultural da China**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Economia e Relações Internacionais, como parte dos requisitos exigidos para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais da Universidade Federal de Uberlândia, sob orientação do Prof. Edson José Neves Júnior.

**UBERLÂNDIA**

**2022**

NICOLE LORO NORONHA

**Em busca do Sonho Chinês: As coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas  
como ferramenta de diplomacia cultural da China**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Economia e Relações Internacionais, como parte dos requisitos exigidos para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais da Universidade Federal de Uberlândia, sob orientação do Prof Edson José Neves Júnior.

Uberlândia, 11 de agosto de 2022

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Edson José Neves Júnior (Orientador) - UFU

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Cristine Koehler Zanella - UFABC

---

Prof. Dr. Filipe Almeida do Prado Mendonça - UFU

*Dedico aos meus pais, Suzete e Vilton, por sempre me apoiarem e tornarem meus sonhos possíveis.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Suzete e Vilton, por sempre me apoiarem, garantirem que eu tenha uma vida digna e me permitirem acesso à melhor educação possível. Por sonharem comigo, acreditarem no meu potencial e sempre confiarem em mim. Espero sempre orgulhá-los.

À minha irmã, Emily, por ser minha melhor amiga e companheira e sempre estar disposta a ser a primeira ouvinte das minhas ideias e pesquisas. À toda minha família pelo companheirismo e amor que compartilhamos, em especial aos meus padrinhos Rosana e Joel e aos meus avós Maria Carolina, Luiz, Maria Aparecida e Victor. Ao Igor, por me fazer querer ser uma pessoa melhor e sempre estar ao meu lado. Amo muito vocês.

Agradeço aos amigos que me acompanharam nessa jornada até aqui, sou muito grata por tê-los conhecido e compartilhado a vida com vocês. Agradeço particularmente às minhas amigas Milena, Maria Luiza, Júlia, Camilla, Bárbara, Isadora, Sofia, Isabelle e Bianca, minha vida não seria a mesma sem vocês, guardo cada momento que vivemos juntas com muito amor e carinho. Obrigada por tudo.

Agradeço a todos os professores que me ensinaram o que sei hoje e tornaram essa jornada possível. Em especial ao professor Edson José Neves Júnior, por ter acreditado no meu potencial e me acompanhado na elaboração desse trabalho. Sou muito grata e orgulhosa por ser sua orientanda e podermos compartilhar conhecimentos.

Agradeço aos professores Filipe Almeida do Prado Mendonça e Cristine Koehler Zanella por se disponibilizarem a compor minha banca.

Agradeço a Universidade Federal de Uberlândia e ao corpo docente do Instituto de Economia e Relações Internacionais por todas as oportunidades que me ofereceram, a pessoa que sou hoje é fruto das experiências proporcionadas por todos vocês.

Por fim, a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte e me apoiaram durante a minha formação, essa conquista também é de vocês.

## RESUMO

No decorrer dos séculos XX e XXI, a multiplicação dos atores internacionais e o desenvolvimento tecnológico fez com que o intercâmbio econômico e cultural fosse cada vez mais rápido e demandado. O consumo e as produções são completamente influenciados pela absorção da cultura predominante e os Estados que são capazes de exercer maior influência cultural detêm maior poder. Com isso, as produções cinematográficas são desenvolvidas pelos Estados como ferramenta de diplomacia cultural, a fim de influenciar as demais culturas e projetar seus valores e identidades. Atualmente, no que tange o cinema como instrumento de poder, os Estados Unidos são os líderes mundiais de produção e a China é o maior ator no âmbito de mercado. Isso incentiva as indústrias cinematográficas a buscarem adentrar no mercado chinês e, para isso, se adaptar às demandas do país, ao mesmo tempo em que desejam colaborar ativamente com os Estados Unidos. Com isso, o presente trabalho busca compreender o papel desempenhado pelas coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas na diplomacia cultural da China sob a perspectiva do Sonho Chinês. Através de um apanhado teórico acerca da diplomacia cultural chinesa, uma pesquisa histórica do mecanismo de censura chinês, um estudo da dinâmica e surgimento das coproduções sino-hollywoodianas, a interpretação dos discursos do Sonho Chinês e análises de três coproduções sino-hollywoodianas, entende-se que os avanços em prol da satisfação do Sonho Chinês são nítidos. No decorrer dos anos as produções detêm de cada vez mais elementos chineses, tanto em sua composição de pessoal quando nos roteiros e enredos, tal qual objetiva o Sonho Chinês, e o esforço despendido por ambas as partes da colaboração cinematográfica é nítido e justificado pelos ganhos de cada um desses atores nessa dinâmica.

**Palavras-chave:** diplomacia cultural; cinema; cultura; coproduções cinematográficas; Hollywood; China; Sonho Chinês.

## **ABSTRACT**

During the 20th and 21st centuries, the multiplication of international actors and the technological development made economic and cultural exchange increasingly faster and more demanding. Consumption and production are completely influenced by the absorption of the prevailing culture and States that are able to exert greater cultural influence hold greater power. As a result, film productions are developed by States as a tool of cultural diplomacy, in order to influence other cultures and project their values and identities. Currently, when it comes to movies as an instrument of power, the United States is the world's leading producer and China is the biggest player in the market. This encourages other film industries to seek to enter the Chinese market and, to that end, adapt to the country's demands, while actively wanting to collaborate with the United States. Therefore, the present work seeks to understand the role played by Sino-Hollywood film co-productions in Chinese cultural diplomacy from the perspective of the Chinese Dream. Through a theoretical overview of Chinese cultural diplomacy, historical research on the Chinese censorship mechanism, a study of the dynamics and emergence of Sino-Hollywood co-productions, an interpretation of the Chinese Dream discourses and an analysis of three Sino-Hollywood co-productions, it is tangible that the advances towards the fulfillment of the Chinese Dream are clear. Over the years, the productions have increasingly more Chinese elements, both in the personnel composition and the scripts and plots, as the Chinese Dream aims, and the effort made by both parties in the cinematographic collaboration is clear and justified by the gains of each of these actors in this dynamic.

**Keywords:** cultural diplomacy; cinema; culture; film co-productions; Hollywood; China; Chinese Dream.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Filmes produzidos pela China no período de 1949 a 1976.....	38
Gráfico 2 – Filmes produzidos pela China no período de 1977 a 2000.....	39
Tabela 1 – Filmes chineses exibidos no exterior (1981-1998).....	44
Gráfico 3 – Filmes produzidos pela China no período de 2001 a 2021.....	46
Tabela 2 – Filmes chineses exibidos no exterior (2001-2014).....	39
Gráfico 4 – Filmes produzidos pela China no período de 1949 a 2021.....	44
Tabela 3 - Tipos de Produção Cinematográfica Conjunta Sino-hollywoodiana.....	46
Figura 1 - Cena exclusiva da versão chinesa do filme Homem de Ferro 3.....	39
Gráfico 4 – Filmes produzidos pela China no período de 1949 a 2021.....	44
Figura 2 - O personagem Mandarin representado no filme Homem de Ferro 3.....	46
Tabela 3 - Tipos de Produção Cinematográfica Conjunta Sino-hollywoodiana.....	46
Figura 1 - Cena exclusiva da versão chinesa do filme Homem de Ferro.....	39
Gráfico 4 – Filmes produzidos pela China no período de 1949 a 2021.....	44
Figura 2 - O personagem Mandarin representado no filme Homem de Ferro 3.....	46
Figura 3 - O personagem Mandarin representado no filme Shang-Chi.....	46
Figura 4 - Matt Damon caracterizado como William.....	46
Figura 5 - Representação dos Tao Tieh em um ding pré-histórico exposto no Museu de Arte de Xangai.....	46
Figura 6 - Representação dos Tao Tieh no <i>Shan Hai Jing</i> ......	46
Figura 7 - Representação dos Tao Tieh no filme A Grande Muralha.....	46
Figura 8 - Pintura “A Deusa da Lua Chang’e”, de 1500 e escultura de Chang’e em terracota.....	46
Figura 9 - Chang’e em sua versão modernizada no filme A Caminho da Lua.....	46
Figura 10 - Reconto da lenda de Chang’e e Hou Yi no filme A Caminho da Lua.....	46

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>BDTD</b>	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
<b>CFCC</b>	China Film Coproduction Corporation
<b>EUA</b>	Estados Unidos da América
<b>OMC</b>	Organização Mundial do Comércio
<b>PCC</b>	Partido Comunista Chinês
<b>SAPPRFT</b>	Administração Estatal de Imprensa, Publicação, Rádio, Cinema e Televisão
<b>SARFT</b>	Administração Estatal de Rádio, Cinema e Televisão
<b>URSS</b>	União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2. DIPLOMACIA CULTURAL COM CARACTERÍSTICAS CHINESAS: PERSPECTIVAS TEÓRICAS.....</b>	<b>15</b>
<b>3. O CINEMA CHINÊS COMO INSTRUMENTO DE PODER (1945-2021) .....</b>	<b>21</b>
3.1 A Era do Nacionalismo (1949-1976): O Cinema Estatal .....	22
3.2 A Era de Abertura (1977-2000): O Cinema em Reforma.....	25
3.3 A Era Contemporânea (2001-2021): O Cinema como Estratégia Internacional .....	28
<b>4. AS COPRODUÇÕES SINO-HOLLYWOODIANAS.....</b>	<b>34</b>
<b>5. CONSTRUINDO O SONHO CHINÊS: A DIPLOMACIA CULTURAL DA CHINA CONTEMPORÂNEA .....</b>	<b>43</b>
<b>6. AS COPRODUÇÕES COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA CULTURAL .....</b>	<b>48</b>
5.1. Homem de Ferro 3 (2013) .....	48
5.2 A Grande Muralha (2016) .....	53
5.3 A Caminho da Lua (2020) .....	60
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>68</b>
<b>8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>71</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No decorrer dos séculos XX e XXI foram evidentes as mudanças ocorridas no Sistema Internacional. A multiplicação dos atores internacionais estatais - com o processo de descolonização da África e da Ásia e o fim da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) - e não-estatais, com a criação das organizações internacionais, fez com que o intercâmbio econômico e cultural fosse cada vez mais realizado e demandado. Com o desenvolvimento tecnológico, no âmbito de comunicações instantâneas e conexões virtuais entre todo o globo, o intercâmbio cultural se tornou mais incisivo e instantâneo, adquirindo posição central na política internacional. O surgimento de diversas redes sociais e plataformas de streaming colocaram produtos culturais de todo o mundo nas mãos de milhões de pessoas que absorvem esses conteúdos no seu dia a dia de maneira fácil e inconsciente.

Essa massificação das relações culturais resulta em importantes alterações na dinâmica da sociedade moderna. O consumo e as produções são completamente influenciados pela absorção da cultura predominante e os Estados que são capazes de exercer maior influência cultural detém maior poder. Com isso, as produções cinematográficas se tornam cada vez mais complexas e globalizadas, sendo desenvolvidas articuladamente pelos Estados como ferramenta de diplomacia cultural, a fim de influenciar as demais culturas e projetar valores e identidades favoráveis aos seus interesses. Nesse sentido, é possível interpretar esse fenômeno cultural como um dos mais expressivos e representativos do mundo contemporâneo (RIBEIRO, 2011).

Nesse contexto, uma das ferramentas mais concretas e acessíveis de se obter informações e conceber culturas são as produções cinematográficas. Por ter um grande apelo ao público, uma vez que são manifestações cotidianas e de fácil acesso, o cinema é uma das vertentes artísticas com massificação mais proeminente. Devido a isso, a sétima arte é mobilizada pelo Estado como um canal de influência e legitimação política. Isso é realizado incisivamente desde a Segunda Guerra Mundial, se intensificando ainda mais durante a Guerra Fria como fonte de manipulação de uma opinião pública favorável. Nos dias de hoje, o cinema ainda adquire forte significado político e, com o advento da tecnologia e globalização, é de mais fácil acesso e projeção global, traduzindo a busca por influência em produções voltadas às massas, conhecidas como blockbusters. (NEVES JUNIOR; ZANELLA, 2016)

Atualmente, no que tange o cinema como instrumento de poder, os Estados Unidos são os líderes mundiais, detendo da maior e mais influente indústria cultural do mundo: Hollywood. O cinema é um dos mais fortes instrumentos de poder e influência estadunidense, uma vez que

gera atração cultural e ideológica (KEUNE; FRANTS, 2017). No entanto, seria inadequado e insuficiente desconsiderar os esforços de diplomacia cultural que a China tem despendido nas últimas décadas, de modo a influenciar e moldar a indústria cinematográfica contemporânea. Isso se deve ao fato de a China representar um imenso mercado cinematográfico, o maior do mundo desde 2020, incentivando as indústrias culturais dos demais países, em especial Hollywood, a buscar incessantemente adentrar no mercado chinês e, para isso, se adaptar às demandas do país. Contudo, esse poder do mercado cinematográfico chinês só se concretizou devido a medidas incisivas de abertura política e desenvolvimento midiático e cultural promovido pelos presidentes Hu Jintao e Xi Jinping. (KOKAS, 2017)

Com o gradual processo de abertura da economia nacional realizado desde 1978 após a ascensão de Deng Xiaoping à presidência e mais incisivamente no final do século XIX e início do século XX, a China concordou em afrouxar o controle sobre o seu mercado de mídias no que tange a abertura a investimentos e colaborações internacionais. Nesse momento, o Partido Comunista da China (PCC) reconheceu a influência da indústria cultural para o fortalecimento nacional, equiparando-a à economia e à força militar de tal modo que os tomadores de decisão chineses passaram a objetivar o desenvolvimento das indústrias de mídia como meio de crescimento da China à posição de potência global (MENECELLI FILHO, 2018; KOKAS, 2017). Isso se torna ainda mais evidente durante o mandato do atual presidente da China, Xi Jinping, que desde sua posse em 2013 direciona seus discursos e políticas para o desenvolvimento da diplomacia cultural, a partir do Sonho Chinês.

Em meio a disputas econômicas e políticas que permeiam o relacionamento sino-estadunidense na atualidade, as relações culturais e cinematográficas entre esses países compõem uma dinâmica particular. Nesse sentido, o presente trabalho busca explorar as coproduções cinematográficas realizadas entre China e Hollywood como ferramenta da diplomacia cultural chinesa. Levando em consideração a importância dos estudos acerca do cinema e diplomacia cultural, principalmente no que diz respeito à singular relação cinematográfica existente entre China e Hollywood, a pergunta a ser discutida e sanada neste trabalho é se as coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas satisfazem os objetivos de diplomacia cultural delineados pelo Sonho Chinês de Xi Jinping.

Além da importância do tema no mundo contemporâneo, a realização deste trabalho é justificada pela existência de uma lacuna bibliográfica acerca dessa temática. Ainda que os temas de cultura e relações internacionais estejam gerando crescentes debates e as políticas de diplomacia cultural chinesa com os EUA vêm chamando atenção, isso não é refletido de

maneira substancial no meio acadêmico e científico brasileiro. Ao buscar “diplomacia cultural chinesa” ou “diplomacia cultural” e “China” na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) apenas um resultado é encontrado. A lacuna é ainda maior ao procurar por trabalhos acerca das coproduções cinematográficas chinesas, não havendo resultados, uma vez que o referencial bibliográfico acerca do tema é quase completamente estrangeiro. Se faz necessário ampliar as produções acadêmicas nacionais acerca da íntima relação entre duas das mais proeminentes e dinâmicas indústrias culturais do mundo (MENECHELI FILHO, 2018).

Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa é compreender o papel desempenhado pelas coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas na diplomacia cultural da China sob a perspectiva do Sonho Chinês. Para atingir este objetivo e aplicá-lo de maneira mais concreta e instrumental, em primeiro momento serão evidenciadas as particularidades da diplomacia cultural da China e das discussões teóricas acerca do *soft power* chinês, de modo a compreender a importância dada à cultura nas definições políticas. Para isso, será realizada uma revisão bibliográfica, buscando expor os posicionamentos científicos de especialistas e pesquisadores acerca da diplomacia cultural e suas aplicações no caso chinês, com enfoque nas conceituações teóricas gerais trazidas por Ribeiro (2011), Borja (2010), Cull (2008) e Cumming (2003) e nas percepções de Zhang (2017), Rong (2004), Xia (2015), Breslin (2012) e Palit (2013) acerca da diplomacia cultural chinesa. Nesse momento se explicitará o porquê da categorização das investidas culturais da China como diplomacia cultural e não como *soft power* propriamente dito, tendo em vista as concepções de poder delineadas por Joseph Nye. Nesse sentido, será constituída uma base teórica por meio de fontes escritas bibliográficas - livros, revistas, jornais, teses, discursos e dissertações - de modo a evidenciar as particularidades da diplomacia cultural e do *soft power* da China e, com isso, justificar a terminologia utilizada neste trabalho.

Em seguida, entender-se-á como o cinema foi historicamente utilizado como uma ferramenta de diplomacia cultural e propaganda política por parte do PCC, a fim de expor as mudanças e continuidades dos mecanismos de censura e licenciamentos até a atualidade. Para isso, será realizada uma coleta documental e bibliográfica com enfoque em livros, periódicos, sites e relatórios oficiais que tratam do fenômeno em questão. Consecutivamente, uma vez feita a base teórica e a contextualização histórica, serão mobilizadas as definições e categorizações das coproduções sino-hollywoodianas trazidas por Aynne Kokas no livro *Hollywood Made In China* (2017) e presentes no site oficial da China Film Co-Production Corporation (CFCC) - organização estatal responsável por administrar assuntos relacionados a coproduções de filmes chineses e estrangeiros -, a fim de explicar o surgimento, funcionamento e motivação das

coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas. Uma vez sanada essa questão, o foco será compreender os desdobramentos, objetivos e motivações do Sonho Chinês no que diz respeito à diplomacia cultural e, consecutivamente, explicar o surgimento, funcionamento e motivação das coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas. Como meio de análise, serão utilizados os discursos oficiais do presidente Xi Jinping, tanto nacionais quanto internacionais, e a coleta documental e bibliográfica acerca do Sonho Chinês.

Por fim, objetivando concluir o trabalho e responder o problema de pesquisa, haverá a mobilização de estudos de casos exemplificadores a partir da análise de três produções cinematográficas que se enquadram na categorização de coproduções. Nesse momento, a pesquisa investigará como esse tipo de produção influencia na imagem internacional da China e buscará interpretar se esses filmes de fato suprem os objetivos de projeção internacional, responsabilidade do discurso externo e representação chinesa adequada colocados no Sonho Chinês. As obras cinematográficas estudadas serão *Homem de Ferro 3* (2013), *A Grande Muralha* (2016) e *A Caminho da Lua* (2020) por se enquadrarem nos pré-requisitos colocados acima e deterem diferentes níveis de receptividade, bilheteria e representação cultural chinesa. Sua análise será qualitativa, por meio de um estudo da representação da cultura, tradição e povo chinês e verificação da receptividade do público e da crítica via sites especializados (Rotten Tomatoes, IMDB, Metacritic e jornais) e com levantamento de dados relacionados à bilheteria desses filmes em sites como Mojo e The Numbers, a fim de verificar os alcances dessas coproduções no cenário internacional.

## **2. DIPLOMACIA CULTURAL COM CARACTERÍSTICAS CHINESAS: PERSPECTIVAS TEÓRICAS**

No decorrer do processo de constituição das Relações Internacionais como campo de estudo, os teóricos clássicos focaram suas análises nas fontes e características do poder estatal no Sistema Internacional. Como instrumento desse movimento analítico, destaca-se a importância da persuasão da opinião pública como fonte de poder na esfera internacional. Tal visão foi desenvolvida pelo teórico realista Edward Carr em sua obra *Vinte Anos de Crise*, de 1939, colocando a opinião pública junto do poder militar e econômico no que tange o estudo do poder estatal. Essas três categorias seriam intimamente associadas e essenciais para o alcance e manutenção do poder. Em sua percepção, a propaganda seria o principal instrumento moderno de convencimento e manipulação da opinião pública, ressaltando que “quando falamos de propaganda hoje em dia, pensamos principalmente naqueles outros instrumentos cujo uso a educação popular tornou possível: o rádio, o cinema e a imprensa popular” (CARR, 1981, p.174). Nota-se, já nesse momento, a importância dada ao cinema como fonte de poder.

Junto dele, Hans Morgenthau, ao estudar, em 1948, as formas de manifestação do imperialismo, dispôs três categorias expansionistas: a militar, a econômica e a cultural. O imperialismo cultural seria, assim, a mais bem-sucedida das políticas imperialistas, tendo como objetivo “controlar as mentes dos homens, como instrumento para alterar as relações de poder entre duas nações” (MORGENTHAU, 2003, p.125). Para ele, poderia existir uma cultura dominante, politicamente mais convidativa e que subjuga as demais - o que é evidenciado na contemporaneidade pela figura de Hollywood e do Sonho Americano -, mas a cultura sozinha jamais alcançaria sucesso sem os poderes militar e econômico. Com isso, ela teria como função preparar “o terreno para a conquista militar ou a penetração econômica” (MORGENTHAU, 2003, p. 125). Contudo, ao analisar a China, vê-se que a expansão cultural não veio antes da militar e econômica, mas sim posteriormente, como maneira de projetar uma imagem pacífica e positiva da nação no cenário internacional e apaziguar as percepções de ameaça construídas em relação a ela, em respostas ao seu desenvolvimento econômico e militar.

No entanto, o estudo da cultura nas Relações Internacionais só adquiriu maior relevância teórica no período pós-Guerra Fria, momento em que o Sistema Internacional passou por um aumento significativo de atores. As teorias até então centrais nas Relações Internacionais não eram capazes de explicar a diversidade de temas, antes periféricos, que ascenderam à centralidade do campo. Com isso, deu-se início ao quarto debate da área, marcado pelas

discussões teóricas pós-positivistas x positivistas. A dimensão cultural, elemento central deste trabalho, adquiriu notoriedade nas teorias que emergem neste momento, em especial no construtivismo, que rejeita o foco unilateral do materialismo realista e argumenta que o fator de maior importância das relações internacionais é a esfera social (ZULIAN, 2004).

Wendt (1999), um dos mais influentes teóricos construtivistas, dispõe que a harmonia sistêmica e o poder estatal seriam determinados pela relação existente entre as capacidades materiais e os interesses dos Estados. Nesse sentido, apenas uma parcela dos interesses estatais é material, enquanto a maior parte são ideias compartilhadas e elementos culturais. A cultura está intrinsecamente ligada à formação de identidades e interesses dos Estados, de tal forma que são essas formações sistêmicas<sup>1</sup> que constituem o significado da distribuição de poder. Nesse contexto, Wendt reforça que os Estados projetam diferentes identidades de acordo com as relações de “Eu” e “Outro” estabelecidas entre eles, tal qual a China busca projetar uma identidade positiva e neutralizar a identidade de ameaça atrelada a sua imagem, afirmando que:

Assim como no caso do comportamento, em outras palavras, as condições de veracidade para afirmações de identidade são comunitárias e não individuais. É o 'outro generalizado' que decide se o Estados Unidos é um hegemônico, e não os Estados Unidos sozinhos, e neste sentido a constituição cultural da identidade (ou subjetividade) é uma forma de poder, como é enfatizado por pós-estruturalistas (Wendt, 1999, p.177-178).

Uma vez que a cultura e a projeção de identidades foram colocadas como fatores fundamentais nas definições internacionais, estudos passaram a ser feitos acerca de sua utilização como instrumento diplomático. Para Ribeiro (2011) os Estados utilizam essa centralidade da cultura na política internacional em seu favor e atribuem às questões diplomáticas o objetivo de estabelecer relações culturais e projetar sua cultura e valores ao mundo. Ribeiro (2011, p.31) completa afirmando que essa diplomacia cultural pode ser definida a partir dos temas abrangidos por ela, entre eles destaca-se, para fins deste trabalho, i) promoção da arte e dos artistas, ii) distribuição integrada de material de divulgação, iii) apoio a projetos de cooperação intelectual iv) apoio a projetos de cooperação técnica e v) integração e mutualidade na programação<sup>2</sup>. Em sua visão,

Quase todos os países desenvolvidos (ainda que seus objetivos declarados sejam outros) tiram enorme partido da emergência do fator cultural, que procuram entrosar às diversas vertentes de suas ações diplomáticas, sejam elas políticas, econômicas, comerciais ou de assistência técnica. Valendo-se dessas avenidas espontaneamente abertas pelos homens, multiplicam suas interligações culturais e, por meio delas, circulam ideias, impõem produtos e negociam alianças. (...) a cultura pode

<sup>1</sup> Ideias compartilhadas que formam normas, instituições, ameaças etc.

<sup>2</sup> Os outros temas que o autor afirma serem abrangidos pela diplomacia cultural são o intercâmbio de pessoas e o ensino da língua, como veículo de valores.

desempenhar um papel importante na superação de barreiras convencionais que separem povos; na promoção ou estímulo de mecanismos de compreensão mútua; na geração de familiaridade ou redução de áreas de desconfiança. (RIBEIRO, 2011, p. 24)

Uma das definições de diplomacia cultural mais utilizada é a de Cumming, que a entende como uma “troca de ideias, informações, arte e outros aspectos da cultura entre as nações e seus povos, a fim de promover o entendimento mútuo” (CUMMING, 2003, p.1). Em complemento, Borja (2010) coloca que o objetivo da diplomacia cultural é a construção de uma imagem favorável do país em relação aos Estados que se relaciona, sendo uma tentativa de utilizar o ambiente internacional para promoção de seus recursos culturais e históricos. Ao longo do tempo, foi usada como instrumento político de criação de padrões culturais a serem seguidos, gerando superioridade cultural do país mais influente em relação aos demais. As ações dessa diplomacia cultural envolvem, entre outros aspectos, a promoção e incentivo de produções cinematográficas a serem exportadas mundialmente (BORJA, 2010). Essa relação simbiótica estabelecida entre cultura e política faz com que a cultura seja instrumentalizada para fins externos a ela própria, marcados por interesses e estruturas de poder.

A diplomacia cultural é entendida, ainda, como uma expressão ou um instrumento da diplomacia pública. A diplomacia pública, por sua vez, é intimamente relacionada à promoção do *soft power*, termo cunhado por Joseph Nye para representar a capacidade de um Estado conseguir o que deseja por meio da atração e influência ao invés da força e coerção - *hard power* -, mobilizando sua cultura, valores e política externa. O *soft power* é, nesse sentido, a capacidade de atrair, moldar a preferência dos outros a ponto de alterar seu comportamento por cooptação e consenso e não coerção. Nesse contexto, a diplomacia pública seria a ferramenta de *soft power* que os governos utilizam para mobilizar sua cultura a fim de atrair o público dos outros países e obter poder (NYE, 2008).

Cull (2008) complementa esse pensamento, colocando a diplomacia cultural como uma das possíveis categorias da diplomacia pública, junto da escuta, *advocacy*, diplomacia de intercâmbio e transmissão internacional. Para ele, a mais bem sucedida diplomacia pública deve começar com a escuta, coleta e análise sistemática da opinião de públicos estrangeiros, para assim se iniciar uma tentativa de gerenciar o ambiente internacional através da comunicação internacional e promover ativamente uma política, ideia ou interesses gerais para esse público estrangeiro, seja por diplomacia cultural, intercâmbios ou transmissões internacionais. Em sua visão, “a diplomacia cultural é uma tentativa do ator de gerenciar o ambiente internacional, tornando seus recursos e realizações culturais conhecidos no exterior e/ou facilitando a transmissão cultural no exterior.” (CULL, 2008, p. 33, tradução nossa).

No caso da China, Nye (2014) reconhece que a busca pelo desenvolvimento de seu *soft power* é uma estratégia inteligente. O *hard power* chinês se desenvolveu tão rapidamente que pode ser visto como uma ameaça pelos vizinhos, mas, ao aumentar seu *soft power*, as chances dessa ameaça se manter e ser traduzida em medidas práticas contra a China diminuem consideravelmente. Ainda que para Nye a China expandiu sua diplomacia cultural ao enfatizar a cultura chinesa e proclamar uma ascensão pacífica, a maneira como ela é instrumentalizada apresenta obstáculos para o desenvolvimento de seu *soft power*:

Os esforços da China foram prejudicados por sua censura política doméstica. De acordo com o Financial Times de Londres, apesar de todos os esforços para transformar a Xinhua e a China Central Television em concorrentes da CNN e da BBC, ‘não há audiência internacional para a propaganda frágil’. (...) Uma vez que grande parte do *soft power* do país é produzido por sua sociedade civil, e não por seu governo, essa relutância em liberar a sociedade civil estabelece limites para o *soft power* da China. (NYE, 2014, p. 154- 155, tradução nossa)

A noção de *soft power* foi introduzida na China pelo cientista político Wang Huning em 1993, que a interpretou como representação do poder de um país. Nota-se que, desde as primeiras implicações do *soft power* chinês, a cultura deteve de papel central. Os teóricos chineses buscam discutir em seus estudos a importância da arte e da cultura como ferramenta de *soft power* e poder na arena internacional. Essas áreas, apesar de discutidas, são pouco exploradas por Nye, visto que para ele “a cultura popular, por não estar sob controle direto do governo, nem sempre produz os resultados de política exatos que o governo pode desejar” (NYE, 2004, p. 52).

Na China, o termo *soft power* cultural - amplamente utilizado pelo presidente Xi Jinping - vem substituindo o termo *soft power*, que possui uma conotação mais impositiva, e aproximando muito mais da noção de diplomacia cultural. Nesse sentido, Zhang (2017) e Rong (2004 apud PALIT, 2014) ressaltam como o *soft power* nos termos chineses é muito particular e diferente da noção ocidental. Diferente da percepção de Nye de que o *soft power* enfatiza a hegemonia e o poder por meio da atração cultural, valores políticos e persuasão diplomática, o *soft power* cultural chinês coloca a cultura como centro unificador de todos os demais aspectos do poder, estando acima das instituições, esforços e valores na estratégia de ampliação da força nacional.

Para Xia (2015 apud XIAO, 2017), o *soft power* chinês se baseia em sua cultura *mainstream*, mais especificamente na cultura tradicional e nos produtos culturais modernos como música, internet e filmes. Breslin (2012) traz um pensamento complementar, afirmando que a promoção da história e da cultura chinesa é essencial para desenvolver a diplomacia cultural, uma vez que seu sistema político é um problema para a projeção de uma boa imagem

nacional. Nesse sentido, ressalta-se a importância da análise feita por Palit (2014, p.1) de que a diplomacia cultural chinesa vem intrinsecamente acompanhada da busca pela limpeza da imagem internacional da China:

Para enfrentar a ‘hegemonia do discurso’ - percebida por Pequim como um esforço persistente do Ocidente para projetar uma imagem negativa da China e promover os ‘valores ocidentais’ para maximizar seus próprios interesses - e superar sua própria fraqueza do ‘poder das palavras’ (*hua yu quan*), a China embarcou em uma vigorosa diplomacia cultural (...). A China considera a cultura essencial para corrigir as impressões adversas criadas por sua rápida ascensão estratégica. Consequentemente, a cultura emergiu como o terceiro pilar da diplomacia chinesa depois da economia e da política. (...) A diplomacia cultural e o *soft power* são estratégias importantes para a liderança chinesa no desenvolvimento de impressões benígnas sobre a China e na garantia de dividendos estratégicos por meio de políticas “virtuosas” de engajamento.

Atualmente, o interesse do povo e do governo chinês frente à diplomacia cultural tem crescido. Isso ocorre justamente devido ao anseio em alterar a representação internacional da China, eliminando a vinculação de sua imagem como uma ameaça. Para isso, defende-se a necessidade de constituir uma propaganda externa forte, baseada na ideologia e valores tradicionais chineses, exportação da cultura popular nacional e estratégias externas. Ainda que os termos diplomacia cultural e diplomacia pública não sejam amplamente utilizados pela China, por serem encarados como concepções estrangeiras, essa mobilização de propaganda por parte do governo é denominada *dui wai xuan* ou *wai xuan*<sup>3</sup> (CURADO, 2021).

Contudo, Wang (2008) reforça como, ainda que seja recebida positivamente pela população doméstica, a diplomacia cultural chinesa, que até então era centrada nas trocas culturais, se mostrou insuficiente. Com o passar dos anos, essa diplomacia da China passou a se aproximar da estratégia estadunidense de abordagem midiática em prol da influência internacional. Portanto, a noção de que as políticas internacionais devem dar continuidade às políticas domésticas, de modo que a diplomacia deve servir às delineações internas, se manteve.

Nesse sentido, não há características e evidências suficientes para traduzir as investidas cinematográficas e culturais da China como expressões de poder no âmbito de expansão hegemônica, como colocado por Carr, Morgenthau e Nye. Se reafirma, dessa forma, a importância das delineações acerca do *soft power* cultural da China, tendo em vista o protagonismo e essencialidade da cultura e da tradição nas suas percepções diplomáticas. Contudo, o movimento de abertura e exportação cultural chinesa se aproxima muito mais da percepção de diplomacia cultural do que de *soft power* propriamente dito. Isso porque o objetivo

---

<sup>3</sup> Traduz-se para “propaganda externa”.

não é moldar as preferências do Outro em prol da satisfação de seus interesses, mas sim gerenciar uma imagem positiva e uma maior projeção e influência internacional. Com isso, a cultura, e mais especificamente o cinema, passa a ser uma ferramenta do governo chinês para a redução das desconfianças existentes em relação à China no âmbito internacional. Ainda assim, o entendimento das noções acerca da China à luz do *soft power* nos moldes ocidentais clássicos é de extrema importância para apreender de maneira completa e crítica como ocorre esse fenômeno cultural e quais os impedimentos para que se transforme em *soft power*.

### 3. O CINEMA CHINÊS COMO INSTRUMENTO DE PODER (1945-2021)

Na China a ideia de cinema nacional possui contornos diferentes da compartilhada pelos países ocidentais, uma vez que se relaciona diretamente com a constituição da nacionalidade chinesa. Com as Guerras do Ópio<sup>4</sup>, o então Império Chinês se tornou uma semicolônia ocidental e o seu senso de civilização, tanto interna quanto entre Estados, foi transformado. Sob influência ocidental, no início do século XX políticos e intelectuais começaram a formular o conceito de nacionalidade e, com isso, de nacionalismo (HU, 2003). Nesse momento de fortalecimento do nacionalismo chinês se iniciou a história do cinema doméstico. Em 1905, o Beijing Fengai Photo Studio adaptou a ópera *The Battle of Dingjunshan* para o curta-metragem *Dingjun Shan* - a primeira produção cinematográfica do país. A China acompanhou rapidamente o ritmo de desenvolvimento do cinema mundial<sup>5</sup>, apesar de sua indústria cinematográfica ter sido oficialmente inaugurada apenas em 1913. A partir desse momento, foram criados os primeiros canais de distribuição nacionais, seguindo os passos e o estilo da também recém-criada Hollywood (ARANBURU, 2017).

Os Estados Unidos desempenharam um papel importante na constituição da indústria cinematográfica chinesa. Assim como os demais países não ocidentais, a China vivenciou forte atuação ocidental no desenvolvimento inicial de seus filmes. Como era necessário estabelecer setores de distribuição e exibição chineses antes de dar cabo às produções domésticas, os primeiros filmes reproduzidos na China eram importados do ocidente e exibidos em cinemas com concessões e propriedade estrangeiras. Com a produção doméstica se iniciando em 1905 e se fortalecendo nas próximas décadas, o cenário não mudou. Durante a década de 1920, era comum técnicos de cinema estadunidenses treinarem técnicos chineses, de modo que a sua influência continuou a ser sentida na China nas décadas seguintes (ZHANG; XIAO, 1998).

Em 1921 foi lançado o primeiro longa-metragem chinês, *Yan Ruisheng*, dando início a duas décadas de rápido desenvolvimento e avanço da indústria cinematográfica. (ARANBURU, 2017). Apesar do filme ser uma arte estrangeira sem precedentes na China, em 1927 o cinema nacional já era considerado pelo Primeiro Anuário do Cinema Chinês como a maior nova indústria do país e colocado como útil para a educação social e defesa da cultura

---

<sup>4</sup> A primeira Guerra do Ópio ocorreu entre os anos 1839 e 1842 e segunda Guerra do Ópio entre 1856 e 1860.

<sup>5</sup> A primeira exibição cinematográfica mundial ocorreu dez anos antes, em 1895, quando os irmãos Lumière reproduziram o curta "A chegada do trem na estação" no Grand Café de Paris, marcando o surgimento do cinema (DW, 2018). Apenas um ano depois, em 1896, o cinema foi introduzido na China, quando uma casa de chá de Xangai, exibiu pela primeira vez "peças de sombras do Ocidente" - maneira pela qual os chineses se referiam aos filmes (HU, 2003).

tradicional. No decorrer dessas décadas, o conceito e articulação do cinema nacional se alterava de acordo com as mudanças no cenário político e o envolvimento dos partidos nas artes como ferramenta de transmissão ideológica (HU, 2003). Como reforça Jubin Hu (2003), a defesa política do cinema nacional chinês não teve como preocupação os interesses da nação, mas sim os interesses particulares dos partidos políticos envolvidos na disputa de poder<sup>6</sup>.

Esse movimento durou até 1949, quando deflagrou a Revolução Comunista que colocou o PCC no poder e mudou significativamente a dinâmica e funcionamento do cinema chinês. Isto posto, esse tópico irá abordar como o PCC utilizou a indústria cinematográfica como ferramenta de propaganda e poder político. Busca-se compreender o processo de controle dos filmes chineses, mais especificamente a censura<sup>7</sup> e o licenciamento<sup>8</sup> da indústria cinematográfica realizado historicamente pelo partido e expor as mudanças e continuidades dessa ferramenta política até a atualidade. Para isso, o período de 1949 até o presente momento será dividido em três momentos<sup>9</sup>: a Era do Nacionalismo (1949-1976), a Era de Abertura (1977-2000) e a Era Contemporânea (2001-2021).

### 3.1 A Era do Nacionalismo (1949-1976): O Cinema Estatal

A partir de 1949 a indústria cinematográfica da China foi nacionalizada e controlada rigidamente pelas autoridades políticas do PCC. Se iniciou um período de instabilidade na quantidade de filmes chineses produzidos anualmente, devido à crescente utilização de censura e licenciamentos. Por outro lado, houve uma certa estabilidade do paradigma institucional e discursivo do governo chinês em relação ao cinema, visto que se manteve quase completamente

---

<sup>6</sup> Desde o início dos anos 1930, tanto o Partido Comunista da China quanto o Kuomintang exerceram uma influência política direta na produção de filmes, criando, inclusive, o *Left Wing Film Movement* e o *Nationalist Film Movement*, respectivamente. Na medida em que a ameaça de invasão do Japão se tornava mais palpável, os partidos se acusaram de colocar a nação chinesa em perigo e passaram a utilizar as produções cinematográficas como uma arma pelo poder político. Já durante a Guerra Sino-Japonesa (1937-1945), o Partido Comunista e o Kuomintang se uniram no cinema pela primeira vez para produzir filmes em prol da unidade e libertação nacional, produções que se tornaram símbolo de unidade nacional. Portanto, é importante destacar as particularidades do período, no qual de um lado há um cinema financiado e influenciado por Hollywood, como forma de entretenimento e indiferente às questões políticas, e de outro uma rivalidade entre propaganda nacionalista chinesa e pautas comunistas anticoloniais (HU, 2003).

<sup>7</sup> Nesse trabalho, os mecanismos de controle chineses serão referenciados como censura, assim como os mecanismos utilizados por outros mercados, em especial os Estados Unidos. A realização de formas de controle de produção, exibição, divulgação e distribuição via práticas corporativas orientadas por monopólios e oligopólios é uma realidade tanto na China quanto nos Estados Unidos. Em todo o mundo, mas em especial nesses dois países, filmes críticos produzidos por estúdios independentes dificilmente são promovidos, com exceções daqueles que agradam o público e são disseminados pelas redes sociais.

<sup>8</sup> O licenciamento diz respeito à necessidade de obter autorização prévia, na forma de licenças, para a exibição de filmes ao público.

<sup>9</sup> Essa divisão foi utilizada por Yang (2016), em seu artigo *Film Policy, the Chinese Government and Soft Power*.

inalterado por cerca de trinta anos (BERRY, 2004). Mesmo antes de assumir o poder, o PCC já considerava a indústria cinematográfica um forte instrumento de propaganda, de modo que, com sua ascensão ao governo, passou a subordinar o cinema e as outras artes sob controle do Estado (ZHANG; XIAO, 1998).

Ainda em 1949, o Departamento de Cinema do Partido tornou-se o Departamento de Cinema do Estado sob comando do Ministério da Cultura, adotando uma postura proativa ao definir planos anuais para a produção cinematográfica chinesa. A partir desses planos, organizou a distribuição cinematográfica pelo território chinês através de uma rede de empresas estatais que gerenciava os filmes de todos os cinemas do país. (BERRY, 2004). Inicialmente, o governo encorajou o crescimento de estúdios privados, provendo equipamentos e empréstimos. Porém, diversos desses estúdios passaram a produzir filmes que iam de encontro às ideologias do partido, sendo censurados e considerados traidores pelo governo. Com isso, o PCC enrijeceu ainda mais o controle ideológico das produções cinematográficas, intensificando o processo de estatização dos estúdios. Até 1953 todas as empresas cinematográficas chinesas haviam sido nacionalizadas (ZHANG; XIAO, 1998).

O mecanismo de censura e licenciamento foi oficializado em 1950, com a criação do Comitê de Censura que tornava obrigatória a inspeção e aprovação prévia de todos os filmes que fossem exibidos publicamente nos cinemas da China (BERRY, 2004). Junto disso, o governo desenvolveu um sistema de cotas que estabelecia um plano de produção anual e uma série de requisitos a serem seguidos pelos estúdios. Em 1951, por exemplo, a previsão era a produção de dezoito filmes, dentre os quais pelo menos quatro deveriam tratar da constituição socialista, três da guerra contra os nacionalistas e os japoneses, dois da paz mundial, dois da vida rural e da reforma agrária, um da ciência, um de assuntos culturais, um de questões das minorias étnicas e um com crianças (ZHANG; XIAO, 1998). Para Zhang e Xiao (1998, p.23, tradução nossa), até hoje “o sistema de alocação de assuntos específicos continua a servir de modelo básico de trabalho para o Estado, pois pode levar adiante as prioridades políticas do partido a qualquer momento.”

Utilizando como preceito a necessidade de uma estrutura que garanta os padrões ideológicos estabelecidos e exigidos pelo governo, o sistema de licenciamento chinês proibia a exibição de quaisquer filmes que fossem considerados anticomunistas, antissoviéticos, contra os direitos humanos, propagadores do imperialismo e do feudalismo, filmes pornográficos ou que infringissem leis e políticas nacionais (YANG, 2016). As produções cinematográficas passaram a ser um instrumento de massificação da propaganda política do PCC que, uma vez

garantido o controle estatal sobre o que era produzido e exibido, buscou popularizar e aumentar o alcance dos filmes chineses. A meta de produções cinematográficas anuais foi ampliada e, com ela, novos estúdios e cinemas foram inaugurados em todo o país, chegando a regiões - aldeias e vilas campestres - em que filmes eram desconhecidos (BERRY, 2004).

Em meio a um cenário internacional turbulento<sup>10</sup>, o partido iniciou uma campanha anti-EUA em todo o território chinês, de modo que os filmes hollywoodianos passaram a ser socialmente estigmatizados. O PCC obteve sucesso e, em 1950, a presença dos EUA no cenário cinematográfico da China era praticamente nula (ZHANG; XIAO, 1998). Com a abertura de uma lacuna no mercado cinematográfico chinês, o foco do governo passou a ser o intercâmbio cultural entre os países socialistas, em especial a União Soviética e o Leste Europeu. Filmes produzidos pela China eram exportados para essas regiões como forma de propaganda socialista, reforçando como a vida sob o comando do PCC era boa e o partido era justo. Da mesma forma, diversos filmes soviéticos foram importados para a China e o governo encorajava o povo a comparecer às exhibições, abaixando o preço dos ingressos e dublando centenas dessas produções. Com isso, os filmes soviéticos substituíram o protagonismo estadunidense nos cinemas chineses (YANG, 2016).

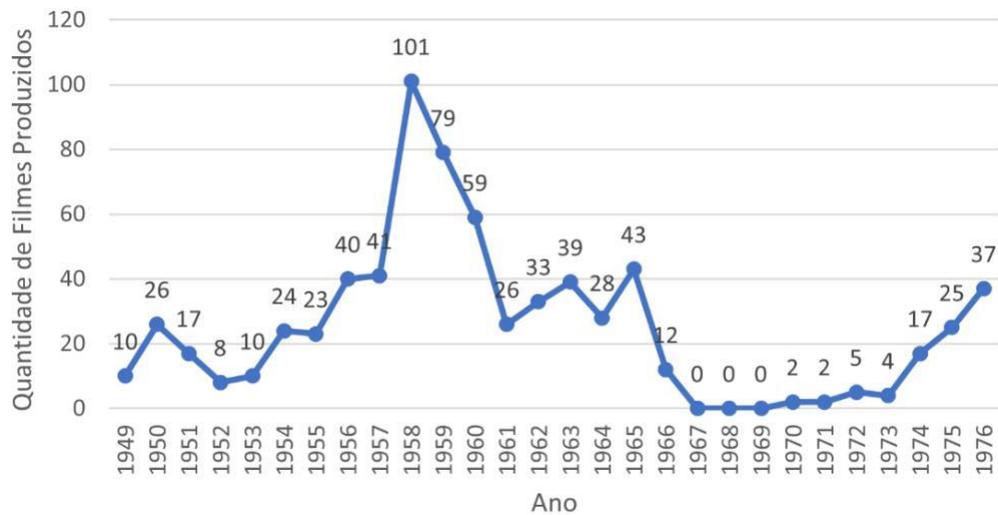
Como fica claro no Gráfico 1, o cinema foi extremamente afetado pela irrupção da Revolução Cultural (1966-1976)<sup>11</sup>, momento em que as políticas estatais se tornaram ainda mais rígidas, principalmente em relação às artes e aos sistemas de comunicação. Esse foi um “período perdido”, uma vez que, com o fechamento dos canais de comunicação - incluindo o cinema - que antes desempenhavam um papel indispensável na política externa, o país ficou isolado do resto do mundo. Nenhum filme foi produzido entre 1967 e 1969 e durante todo o período da revolução apenas filmes produzidos depois de 1966 tinham permissão para serem exibidos no exterior (YANG, 2016).

---

<sup>10</sup>Em 1950, em meio à Guerra Fria, se iniciou a Guerra da Coreia, na qual a China estava diretamente envolvida.

<sup>11</sup>Conhecida como os “Dez anos de Turbulência”, a Revolução Cultural Chinesa se tornou a política oficial do PCC a partir da promulgação de suas diretrizes pelo Comitê Central da China em 1966. A partir de então, foi utilizada pelo grupo paramilitar estudantil Guarda Vermelha e por Mao Tse-tung, líder do movimento. A Guarda Vermelha chamou atenção dos jovens chineses, que estavam revoltados e à procura de novos meios de conseguir o seu desenvolvimento no país, dando ênfase às tradições chinesas e no socialismo. “A estrutura social da época, baseada no estilo soviético, era fundamentada no tradicionalismo e no monopólio econômico, ideológico e político, fazendo com que a vida de todos os cidadãos fossem plano do Estado, então, a centralização da autoridade política e as contradições entre os governantes e a população resultaram na rápida resposta da população.” (CURADO, 2021, p.45).

Gráfico 1 – Filmes produzidos pela China no período de 1949 a 1976.



Fonte: Yang, 2016. Adaptado pela autora.

### 3.2 A Era de Abertura (1977-2000): O Cinema em Reforma

Com o fim da Revolução Cultural e a morte de Mao Tsé-Tung, Deng Xiaoping assumiu o poder da China e iniciou um processo de abertura e reformas econômicas que afetaram diretamente a indústria cinematográfica. Houve uma desnacionalização da produção, distribuição e exibição de filmes. O número de estúdios aumentou significativamente<sup>12</sup> com as primeiras reformas de abertura econômica e os filmes voltaram a ser produzidos com o objetivo de gerar lucro e não apenas propaganda política. (ARANBURU, 2017). O mercado cinematográfico chinês se abriu novamente para investimentos, tecnologia, intercâmbios e produções estrangeiras. Ainda que o destaque seja para Hollywood, tanto atores não-estatais, como empresas privadas, instituições sociais e indivíduos, quanto estatais, como os Estados Unidos, Hong Kong e Taiwan, investiram nesse mercado. O controle sobre as artes e os canais de comunicação tornou-se menos rígido e perceptível e com um novo direcionamento. Juntos dos filmes de propaganda política, novas obras passaram a ser produzidas com temas até então censurados, como os traumas do radicalismo e da repressão política, os males da pobreza e da ignorância e críticas às tradições (ZHANG; XIAO, 1998).

Nesse contexto, Ainhoa Aranburu (2017, p.5, tradução nossa) ressalta que:

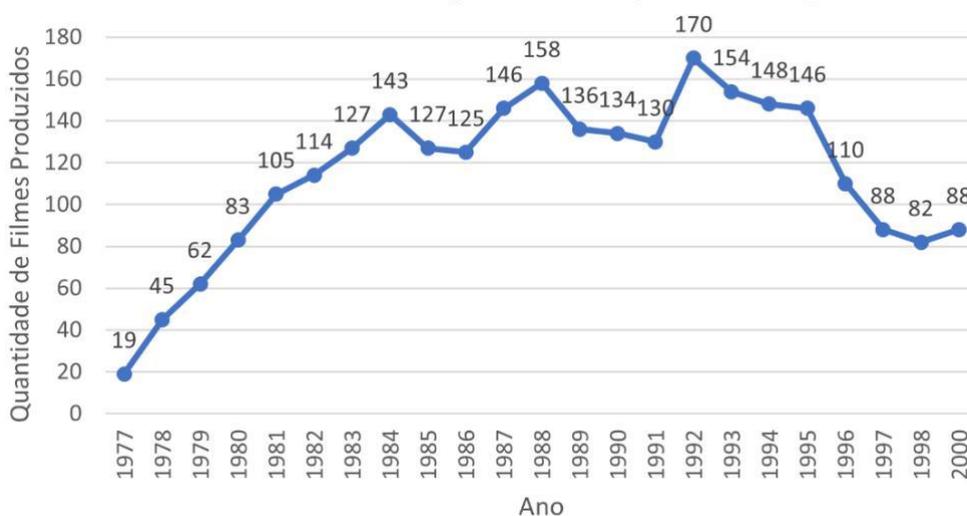
A principal redefinição da indústria veio em 1984, quando o Estado argumentou, pela primeira vez, que o cinema era parte integrante das indústrias culturais e não apenas um instrumento para reforçar a ideologia do governo. Essa declaração incorporou um novo

<sup>12</sup>Em 1978, existiam um total de 12 estúdios fazendo 46 longas-metragens (ARANBURU, 2017).

sistema denominado “sistema de autorresponsabilidade”, que retirou o auxílio financeiro do governo aos estúdios e os deixou em busca de apoio financeiro externo.

Nesse período, a mídia e a cultura adquiriram um status elevado no sistema de desenvolvimento estatal do governo chinês. O partido passou a reconhecer e desenvolver a cultura como uma indústria lucrativa, dada sua importância para “satisfazer as necessidades culturais e espirituais das massas em uma economia de mercado” (ZHAO, 2008, p.109). Por outro lado, o partido também defendia a promoção de empreendimentos culturais orientados para o interesse público e não necessariamente lucrativos para o mercado, como mídias e filmes partidário-estatais (ZHAO, 2008). Com isso, durante esses anos, a produção cinematográfica chinesa aumentou significativamente em contraste ao período anterior, como é possível observar no Gráfico 2. Com isso, cada vez mais filmes chineses foram promovidos e exibidos no exterior, contribuindo fortemente para o crescimento da indústria nacional, que passou por grandes transformações na esfera internacional. Em 1986, por exemplo, 364 filmes chineses foram exibidos em 74 nações, tal qual mostrado na Tabela 1 (YANG, 2016).

Gráfico 2 – Filmes produzidos pela China no período de 1977 a 2000.



Fonte: Yang, 2016. Adaptado pela autora.

Tabela 1 – Filmes chineses exibidos no exterior (1981-1998)

Year	Nations and regions	Number of films exhibited
1981	34	682
1982	53	541
1983	62	364
1984	52	457
1985	41	395
1986	74	393
1987	/	533
1988	41	512
1989	34	350
1990	/	299
1991	/	412
1992	45	206
1993	16	121
1998	/	170

Fonte: Yang, 2016

Contudo, mesmo que o foco tenha mudado e o cinema adquirido o objetivo de produzir filmes lucrativos, o governo ainda o considerava uma ferramenta ideológica útil para controlar as massas. Em meio a uma maior diversidade de produções cinematográficas, o PCC continuou promovendo sua ideologia através do investimento em filmes conhecidos como *Main Melody*, que propagavam os valores de patriotismo, coletivismo e socialismo defendidos pelo governo. Isso fez parte dos esforços do partido para manter sua legitimidade e dar uma nova roupagem aos seus mecanismos de censura. Nesse sentido, foi estabelecido que a China adotaria um sistema de censura em que todo e qualquer filme deveria ser aprovado previamente pela *Film Administration Institution of China* antes de ser exibido, ainda que não estivesse claro o que era proibido e o que era permitido (YANG, 2016).

Até 1993, a China exibia cerca de 30 filmes estrangeiros anualmente, sendo a empresa estatal *China Film Group* a única autorizada a importar e distribuir tais filmes no mercado chinês. Em 1994, o governo adotou uma cota de importação que limitava a exibição de filmes estrangeiros em território chinês para dez por ano como maneira de proteger os estúdios e filmes domésticos (HO; RYSMAN; WANG, 2020). Seguindo essa política, em 1998 foi estabelecida a Administração Estatal de Rádio, Cinema e Televisão (SARFT), atrelada ao Conselho de Estado, com objetivo de analisar e aprovar o conteúdo de todos os filmes exibidos na China, além de estabelecer uma cota de filmes estrangeiros que poderiam ser distribuídos no mercado chinês - inicialmente dez títulos e, a partir de 2000, vinte. Ainda que a censura não tenha

acabado, ela mudou substancialmente. Os filmes passaram a ser produzidos independentemente, com investimentos estrangeiros e estúdios privados, porém só eram lançados caso tivessem a aprovação prévia do governo - via SARFT -, dinâmica que se mantém até os dias de hoje (MEDIA ENTERTAINMENT AND ARTS ALLIANCE, 2004; LIANG, 2017).

### 3.3 A Era Contemporânea (2001-2021): O Cinema como Estratégia Internacional

Com a entrada da China na Organização Mundial do Comércio (OMC), em 2001, suas definições econômico-industriais, que já vinham adquirindo novas formas, se transformaram ainda mais. O partido passou a reconhecer, cada vez mais, a função estratégica do cinema para o desenvolvimento estatal, investindo nas indústrias culturais como forma de fortalecer suas estratégias de diplomacia cultural<sup>13</sup>. Em 2002, o 16º Congresso Nacional do Partido reconheceu oficialmente a importância da cultura para a força nacional e ressaltou a necessidade de incentivar e desenvolver a indústria cultural, colocando-a no mesmo nível de relevância que os recursos econômicos e militares. A produção, distribuição e exibição cinematográficas continuaram a se desestatizar, dando seguimento ao processo de abertura do mercado a investimento privados e transnacionais (YANG, 2016).

O governo chinês aproveitou o crescimento considerável da produção e do mercado cinematográfico - que chamou atenção internacional - para encorajar a exportação de filmes chineses via políticas governamentais, como reforça Yang (2016, p. 15-16, tradução nossa):

Em 2009, o 'Plano de Promoção das Indústrias Culturais' foi publicado. Como este foi o primeiro plano específico visando as indústrias culturais da China, indicou que estas eram vistas como sendo de importância estratégica, formando uma parte central da estratégia de *soft power* da China, o Estado agora começando a encorajar a promoção da cultura chinesa no cenário internacional. Posteriormente a isso, em 2010, o Conselho de Estado emitiu "Diretrizes para Facilitar o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica". Isso exigiu a promoção ativa do cinema chinês no exterior e o aprimoramento do *soft power* cultural nacional. Tal fato reflete a intenção do Estado de estabelecer um mecanismo mais detalhado para encorajar e apoiar a divulgação do filme chinês no exterior.

No entanto, ainda que tenha mudado sua postura em relação ao cinema, o PCC não deixou de utilizá-lo como uma ferramenta de propaganda ideológica. O sistema de censura e regulação previamente estabelecido para reforçar o controle estatal no cinema continuou a operar através da SARFT até 2013, quando Xi Jinping assumiu a presidência da China e criou a Administração Estatal de Imprensa, Publicação, Rádio, Cinema e Televisão, a SAPPRFT

---

<sup>13</sup>É nesse momento que o termo *soft power* passa a ser discutido e estudado na China.

(YANG, 2016). Em 2018, o PCC promoveu mais uma reforma nas instituições estatais, reorganizando os ministérios e agências que compõem o Conselho de Estado. Como resultado, a SAPPRT foi desmantelada e a gestão cinematográfica passou a ser atribuída diretamente ao Departamento de Propaganda do Partido Comunista. As suas principais responsabilidades na supervisão cinematográfica passaram a ser a gestão de assuntos administrativos, orientação e supervisão da produção, distribuição, triagem e revisão dos conteúdos dos filmes, coordenação do cinema nacional e realização de produções cooperativas internacionais e intercâmbio de filmes. Essa reforma interna colocou a produção cinematográfica ainda mais diretamente sob controle do partido e significou um estreitamento do controle governamental em um ambiente que já era notoriamente rígido. Os filmes passaram a ocupar um local ainda mais estratégico na propaganda governamental, levando a um aumento da censura e a promoção de mais filmes patrióticos (DEADLINE, 2018; PRACTICAL LAW, 2021).

Através dessas reformas e instituições, o PCC mantém um firme sistema de licenciamento, garantindo a intervenção do Estado na produção, distribuição e exibição de filmes. Porém, a estratégia do partido em relação à utilização política do cinema se alterou. Os filmes *Main Melody* adquiriram um tom mais hollywoodiano, buscando maior apelo popular nas bilheterias e espalhar a propaganda de forma eficaz e ampla (YANG, 2016). Essa combinação de propaganda política e desempenho de bilheteria se mostrou muito eficaz, de modo que, em 2020, a China atingiu a liderança do mercado cinematográfico em termos de bilheteria, o que incentivou a entrada de cada vez mais investimentos estrangeiros no país.

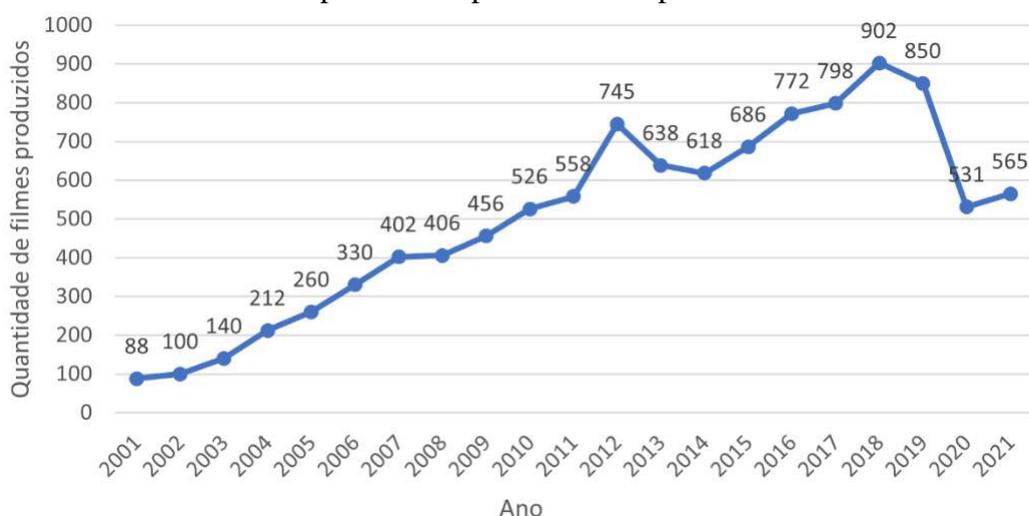
Ainda que tenham recebido permissão do governo chinês para entrar no mercado cinematográfico, as empresas estrangeiras poderiam deter no máximo 49% dos filmes chineses, para que o governo continuasse a garantir seu controle sobre as produções cinematográficas. Buscando manter a competitividade dos filmes no mercado doméstico e internacional ao mesmo tempo em que abria seu mercado, a China aumentou significativamente o orçamento da indústria cinematográfica e só aceitou a entrada de empresas estrangeiras sob seus termos. Assim, manteve um rígido sistema de cotas para filmes importados, muitas vezes permitindo a entrada de grandes estúdios de Hollywood apenas através de *joint-ventures* e coproduções. Com isso, garantiu não apenas a competitividade, como também o desenvolvimento da indústria nacional, que passou a aprender com as indústrias culturais estrangeiras os conhecimentos necessários para o seu crescimento (NILSSON, 2015).

Ainda que a entrada da China na OMC tenha acontecido no início do século XXI, ela ocorreu mais pela compreensão do país em sua nova posição no sistema comercial global e nem

tanto para se ajustar ao mercado cinematográfico. Ainda assim, o país aumentou sua cota de importação de filmes estrangeiros para 20 por ano. A previsão era que essa quantidade crescesse continuamente no decorrer dos anos, porém o governo manteve essa cota estrita até 2012. Nesse mesmo ano, após uma visita de Xi Jinping aos Estados Unidos, o líder chinês permitiu que mais 14 filmes, exclusivamente nos formatos IMAX e 3D, fossem importados anualmente para os cinemas da China (GRIMM, 2015). Mesmo em meio às cotas e censuras, os filmes hollywoodianos representavam a maior massa de produções estrangeiras exibidas nos cinemas locais. Em 2003, por exemplo, dos 20 filmes importados, 18 eram estadunidenses. Devido a isso, em 2004 a SARFT passou a garantir que pelo menos seis dos filmes estrangeiros exibidos na China não fossem dos EUA (HO; RYSMAN; WANG, 2020). Contudo, mesmo que um filme seja aprovado pelo governo e entre na cota de produções estrangeiras exibidas anualmente, a data de lançamento no mercado chinês também depende do governo. Em certos anos, como em 2017, o partido anunciou que os filmes importados não seriam exibidos na China em determinados meses, como maneira de reservá-los para a exibição exclusiva de filmes domésticos e limitar, ainda mais, o acesso ao seu mercado (ARANBURU, 2017).

Essas políticas implementadas pelo governo chinês tiveram muito sucesso no âmbito de desenvolvimento e fortalecimento do cinema e mercado nacional. Como exposto no Gráfico 3, a produção cinematográfica cresceu exponencialmente desde 2001, decaindo em 2020 devido ao início da pandemia de Covid-19, mas ainda assim mantendo altos números e se recuperando no ano seguinte. Em 2009 as produções cinematográficas, junto das demais indústrias culturais, atingiram a marca de 5% do Produto Interno Bruto (PIB) da China. Junto disso, e fruto do incentivo à entrada de investimentos externos, a participação dos filmes estrangeiros na bilheteria chinesa passou de 17,5% para 25% e as coproduções se tornam cada vez mais presentes e protagonistas no mercado local e nas relações com os Estados Unidos. O aumento da produção tornou possível uma maior internacionalização do cinema, de modo que a taxa de exportação de filmes chineses quase dobrou entre 2012 e 2013 (NILSSON, 2015). No entanto, essa exportação ainda adquire números muito aquém do esperado pelo governo, tal qual exibido na Tabela 2, principalmente em comparação ao crescimento tão dinâmico da indústria cinematográfica doméstica, motivo pelo qual as coproduções passam a ser incentivadas (YANG, 2016).

Gráfico 3 – Filmes produzidos pela China no período de 2001 a 2021.



Fonte: Yang, 2016; Statista, 2022. Adaptado pela autora.

Tabela 2 – Filmes chineses exibidos no exterior (2001-2014)

Year	Nations and regions	The number of film exhibited
2001	12	About 100
2002	16	More than 110
2003	15	110
2004	27	More than 240
2005	25	218
2006	38	480
2007	26	605
2008	29	474
2009	47	647
2010	35	578
2011	44	485
2012	40	576
2013	48	951
2014	44	452

Fonte: Yang, 2016

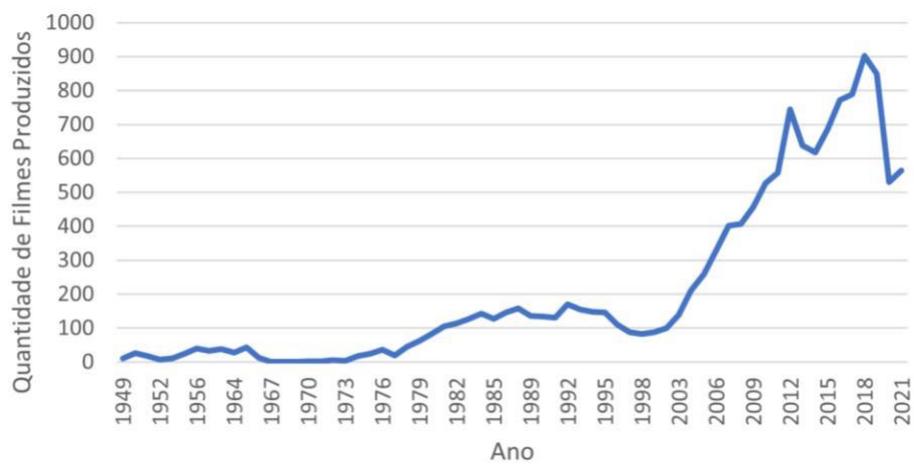
Dessarte, utilizando a noção trazida por David Bell e Kate Oakley (2015), é possível compreender o papel do Estado chinês em relação ao cinema sob as perspectivas de proibição, proteção e promoção. O governo controla e censura as formas de expressão cultural, decidindo o que pode, ou não, ser exibido como parte da cultura nacional. Para isso, utiliza tanto de censura direta, em que as formas autorizadas de cultura são promovidas e as ilegítimas são policiadas e/ou proibidas, quanto de uma censura mais branda, em que certas expressões culturais são incentivadas e patrocinadas, enquanto outras se veem desamparadas. O Estado busca manter um modelo ideal de filme a ser produzido que proteja a imagem do passado e

tradição nacional, distanciando as forças culturais externas, encaradas como imperialistas, e protegendo as particularidades da sua cultura. Junto disso, o próprio governo promove a cultura nacional, procurando vendê-la no exterior e, com isso, propagar uma imagem favorável da nação.

Ademais, utilizando os conceitos de totalitarismo brando e autoritarismo brando cunhados por Chalmers Johnson (2004) em sua obra *Blowback: The Costs And Consequences of American Empire*, é possível realizar paralelos com a histórica censura cinematográfica da China. Johnson define um regime totalitário brando como aquele que restringe diretamente as liberdades de expressão e imprensa do país como maneira de atenuar as consequências da opinião pública sobre o seu governo. Por outro lado, o autoritarismo brando seria aquele regime em que essas liberdades existem em teoria, porém são restringidas pelo governo através do privilégio a certos canais de imprensa e mídia que atendam aos seus ideais (JOHNSON, 2001). Nesse sentido, a China já passou por momentos históricos em que realizava supressão direta de filmes considerados ofensivos sendo um regime totalitário brando, como também houve momentos em que a censura se deu de maneira mais velada e indireta, com a predileção a certos filmes e empresas em prol de outras devido a seus posicionamentos políticos, tal qual um autoritarismo brando.

Nesse sentido, ao analisar o que foi exposto neste tópico fica claro que, desde sua ascensão ao poder, o PCC é o protagonista das transformações e direcionamentos da indústria cinematográfica chinesa. Utilizando de diferentes níveis de censura, licenciamentos e cotas, no decorrer das décadas o PCC moldou o cinema e o mercado chinês de acordo com suas necessidades. Ainda que tenha aberto o mercado, alargado as políticas cinematográficas conforme o necessário e aquecido vigorosamente a produção cinematográfica no decorrer dos anos (vide Gráfico 4), o cinema ainda é um instrumento político, algo que não mudou fundamentalmente desde 1949 e se manteve atrelado ao sistema político centralizado e aos direcionamentos ideológicos do PCC. Contudo, o PCC sofreu profundas alterações desde a revolução, fato que impacta diretamente essa ideologia intimamente articulada para o controle cinematográfico. A história evidencia as tendências paradoxais do cinema chinês que existem até os dias atuais. De um lado destaca-se a necessidade de abertura para o desenvolvimento do país e de outro a demanda pela manutenção dos valores essenciais do governo, ambos representados por setores do partido e da sociedade.

Gráfico 4 – Filmes produzidos pela China no período de 1949 a 2021.



Fonte: Yang, 2016; Statista, 2022. Adaptado pela autora.

#### 4. AS COPRODUÇÕES SINO-HOLLYWOODIANAS

Em meio a um cenário de censuras e cotas promovidas pelo PCC, as indústrias culturais estrangeiras buscam se inserir no maior mercado cinematográfico do mundo por meio da promoção de produções conjuntas com a China. Essas colaborações cinematográficas são administradas pelas agências do governo chinês para coprodução, a *China Film Coproduction Corporation* (CFCC) e o Departamento de Propaganda, através das Disposições da Administração de Cooperação Sino-Estrangeira na Produção de Filmes. De acordo com esse documento, as cooperações sino-estrangeiras cinematográficas são produções conjuntas e coordenadas de filmes, realizadas entre um produtor nacional que detenha a Autorização de Produção de Filme(s) e um produtor estrangeiro. Essas disposições tornam obrigatória a adoção de um sistema legal de licenciamento por parte do governo para a realização de cooperações sino-estrangeiras. Caso a parte chinesa não possua permissão oficial para efetuar a cooperação cinematográfica ou alguma das partes tenha violado um dos Regulamentos sobre a Administração de Filmes, fica proibida a produção conjunta. Se for necessário empregar mão-de-obra estrangeira, é necessário prévia aprovação das instituições responsáveis e contratação de acordo com as leis e regulamentos da China e a proporção de protagonistas estrangeiros não deverá exceder dois terços do número total dos atores principais (CHINA-INTERNATIONAL FILM CO-PRODUCTION HANDBOOK, 2017).

Seguindo essas delineações, as colaborações sino-estrangeiras podem se enquadrar em três categorias: assistidas, locais e coproduzidas. As produções assistidas são aquelas que utilizam de investimentos externos, mas são filmadas no território chinês. Os locais de filmagem, cenários, instalações e mão de obra são definidos com auxílio da China, porém o filme é distribuído como estrangeiro, precisando passar por todas as formalidades de importação. Conhecidas como *xiepai dianying*, essas produções devem passar por um processo de aprovação de filmagem em território chinês, sendo sujeitas a menos restrições de conteúdo, porém mais restrições de produção, uma vez que não há nenhuma garantia de que serão distribuídas nos cinemas chineses. Filmes como *Missão Impossível 3* (2006) e *007 - Operação Skyfall* (2012) são exemplos de produções assistidas e demonstram a dificuldade de ganhar aprovação para filmagem e distribuição na China. Apesar de terem garantido aprovação no pedido de filmagem, tiveram sua distribuição nos cinemas adiada devido a cenas que, na visão dos reguladores, reproduziam uma imagem prejudicial ao país, diminuindo drasticamente os ganhos de bilheteria advindos do mercado chinês (CHINA-INTERNATIONAL FILM CO-PRODUCTION HANDBOOK, 2017).

Já as produções locais são aquelas que utilizam da infraestrutura e produção chinesas, mas investimentos e conteúdos decididos pela parte estrangeira. Tais filmes são produzidos pela China, mas às custas dos investimentos externos, podendo ser distribuídos tanto como filmes domésticos, quanto como importados. Caso seja uma produção local com distribuição estrangeira, recebe a nomenclatura de Filme Confiado, em que a parte estrangeira confia a produção à parte chinesa, definindo o conteúdo e requisitos técnicos a serem seguidos. A parte chinesa conclui todo o trabalho com investimento estrangeiro, mas não detém nenhum direito autoral sobre o filme, sendo considerado uma importação no mercado interno e sujeito às políticas aplicadas aos filmes estrangeiros importados. (CHINA-INTERNATIONAL FILM CO-PRODUCTION HANDBOOK, 2017; KOKAS, 2016).

As coproduções, por sua vez, são os filmes realizados por um produtor cinematográfico chinês e um produtor estrangeiro com investimentos conjuntos. Ambas as partes atuam ativamente em todas as etapas de criação, incluindo financiamento, mão de obra, materiais e filmagem, e compartilham os benefícios e riscos advindos da produção. Esses filmes, ainda que produzidos por estrangeiros, são distribuídos como filmes locais, contornando as cotas do PCC para filmes importados. O Departamento de Propaganda e o CFCC estão envolvidos em todo o processo de realização das coproduções, condicionando-as à aprovação em três etapas. A primeira é a solicitação para a implantação do projeto. Uma vez que o filme foi aprovado para filmagem, inicia-se a etapa de produção. Por fim, as autoridades chinesas revisam e aprovam mais uma vez o filme, agora concluído. Os filmes coproduzidos só podem ser distribuídos e exibidos publicamente, dentro ou fora da China, depois de terem sido aprovados em todas essas etapas. Ainda que seja uma burocracia meticulosa e rígida, uma vez aprovadas, é mais difícil que essas coproduções sejam tiradas dos cinemas chineses, uma vez que o governo esteve intimamente envolvido no seu processo de produção e aprovação. Contudo, quando alguma dessas coproduções não passa por todos os estágios de aprovação, passa a ser denominada uma “falsa coprodução”. Esses filmes foram aprovados em pelo menos uma das etapas, mas, por motivos variados - em especial pouca representação chinesa e restrições de conteúdo - não adquirem aprovação final e são lançados na China dentro das cotas de importação e não como filmes locais. (CHINA-INTERNATIONAL FILM CO-PRODUCTION HANDBOOK, 2017; KOKAS, 2016).

Como fica claro na Tabela 1, as produções conjuntas sino-estrangeiras assumem diversas configurações, de maior ou menor nível de influência política do governo. Além das modalidades de produção conjuntas já citadas, a colaboração cinematográfica pode ocorrer

através de intercâmbio de talentos, em que há força de trabalho estrangeira em filmes chineses ou chinesa em filmes hollywoodianos, e colaboração técnica.

Tabela 3 - Tipos de Produção Cinematográfica Conjunta Sino-hollywoodiana

<i>Filmes Domésticos</i>			<i>Filmes Estrangeiros</i>		
<b>Produções Domésticas:</b> talento e recursos da China continental. Deve passar pelo processo de aprovação de filmes nacionais do governo chinês.	<b>Opções de colaboração cinematográfica:</b> - Falsas coproduções; - Colaboração técnica; - Intercâmbio de talentos; - Produções Locais com distribuição doméstica.	<b>Coproduções:</b> Filmes produzidos conjuntamente com produtores estrangeiros e aprovados pelos órgãos do PCC. Distribuídos como domésticos.	<b>Produções Assistidas:</b> Filmados na China, mas sem aprovação para serem distribuídos como domésticos.	<b>Produções Locais com Distribuição Estrangeira (Entrusted Films):</b> talento e infraestrutura chineses, mas financiamento externo. Distribuído como estrangeiro, passando por todo o processo de aprovação de filmes importados.	<b>Produções Estrangeiras:</b> Filmes feitos fora da China. Sujeitos ao processo de aprovação de filmes importados.

Fonte: Kokas, 2016. Elaboração própria.

Sendo um fenômeno mais proeminente na última década, as coproduções cinematográficas chinesas tiveram seu início em 1979 com a criação da CFCC, uma filial da SARFT (1998-2013) que passou a administrar os filmes chineses produzidos conjuntamente a outros países e regiões. Na década de 1980 a China já havia se tornado a terceira maior produtora de filmes do mundo, ficando atrás apenas de Hollywood e Bollywood (ARANBURU, 2016). Nesse período, as coproduções sino-hollywoodianas eram apenas assistidas pelo país asiático, ou seja, a China auxiliava os estadunidenses com equipamentos, serviços e locais de produção, mas não compunha a etapa de criação e investimento dos filmes. O primeiro estúdio a de fato explorar o potencial do mercado chinês foi a Sony Pictures Tristar, que lançou em 2000 a primeira coprodução sino-hollywoodiana de grande sucesso: O Tigre e o Dragão (PENG, 2016). No momento em que se tornou evidente que esse tipo de produção conjunta poderia ser lucrativo, principalmente no âmbito de conquista de uma fatia do mercado chinês, as coproduções sino-hollywoodianas ganharam cada vez mais atenção.

Antes de 2001, o número de coproduções sino-estrangeiras era muito pequeno<sup>14</sup>. Uma vez membro da OMC, em meio a pressões para abrir cada vez mais seu mercado cinematográfico e sua indústria cultural, o governo chinês acolheu investimentos estrangeiros diretos e ficou cada vez mais propício a realizar investimentos conjuntos com Hollywood. Os debates acerca da proteção dos filmes domésticos contra o imperialismo cultural dos Estados Unidos que prevaleciam nas décadas anteriores foram gradualmente substituídos por uma

<sup>14</sup> Apesar do número total de coproduções cinematográficas realizadas entre 1979 e 2019 ter sido 1.127, a maioria foi feita em parceria com Hong Kong, Macau e Taiwan. Nas últimas quatro décadas, apenas 266 dessas coproduções tiveram parceiros de regiões estrangeiras, das quais 244 se sucederam entre 2000 e 2019 (RUI, 2020).

estratégia de desenvolvimento da indústria cinematográfica chinesa através da manutenção de um relacionamento próximo a Hollywood, e não apesar dele (KOKAS, 2017). Essa estratégia cultural se assemelha ao modo de produção econômica adotado pela China a partir de sua abertura, visto que ambos focaram suas políticas na absorção e aprendizagem do modelo mais bem sucedido. Dessa forma, o governo da China iniciou um intenso processo de aprimoramento e desenvolvimento da indústria e do mercado cultural. Com os investimentos estrangeiros cada vez mais empresas privadas passaram a se inserir no mercado cinematográfico, o que resultou na delimitação de um conjunto de práticas políticas e econômicas voltadas especialmente para a execução de coproduções cinematográficas (PENG, 2016).

Essa política de inserção de empresas estrangeiras no mercado cultural chinês permitiu que cada vez mais coproduções fossem idealizadas por ambos os lados. O próprio governo chinês reforçou a pretensão de utilizar as coproduções como uma ferramenta de ampliação e articulação de sua diplomacia cultural via transferência de capital de conhecimento, aproveitamento a marca já consolidada por Hollywood (PENG, 2016). Contudo, apesar da China estabelecer acordos bilaterais de incentivo à coprodução com diversos países, os EUA não são um deles, o que torna essa dinâmica ainda mais complexa (RUI, 2020). Mesmo em meio a relações econômicas e políticas antagônicas, as indústrias cinematográficas da China e dos EUA se entrelaçam de uma maneira íntima e particular. O incomparável crescimento do mercado chinês, junto do poder que Hollywood detém sobre a mídia global, resultam em um rápido desenvolvimento das relações de colaboração e competição entre essas indústrias culturais, na medida em que ambas buscam expandir sua produção cinematográfica ao mundo. O impulso da China em superar seu déficit de influência cultural, combinado com o desejo de Hollywood de expandir sua parcela do mercado cinematográfico global, é o motor dessas colaborações (KOKAS, 2016). Ainda que sejam competidoras diretas, ambas as indústrias se veem dependentes uma da outra para seu desenvolvimento e bom desempenho internacional.

Para os EUA, os ganhos são primordialmente econômicos e privados, uma vez que os cineastas são motivados pelos lucros advindos de uma possível inserção no mercado chinês e não apenas pelo desejo ou necessidade de promover sua cultura<sup>15</sup>. O rápido crescimento do mercado cinematográfico da China supera drasticamente o dos EUA, demonstrando uma alteração na balança de poder entre as duas potências. Em 2018, a China já ultrapassava a receita trimestral de bilheteria dos norte-americanos, consolidando-se definitivamente como o maior

---

<sup>15</sup>Por isso, a nomenclatura “cooperações sino-hollywoodianas” é mais adequada do que “sino-estadunidenses” ao tratar deste fenômeno, visto que Hollywood é a indústria cultural estadunidense que protagoniza as coproduções do lado ocidental e o governo da China é a força estatal por trás de todo o aparato cinematográfico chinês.

mercado cinematográfico do mundo em 2020<sup>16</sup>. Não só isso, como os filmes blockbuster hollywoodianos, como Vingadores: Endgame, Velozes e Furiosos: Hobs e Shaw e Homem-Aranha: Longe de Casa, alcançaram maiores números de bilheteria na China do que nos EUA (MOJO, 2021; PEN, 2020).

Mesmo em meio à pandemia de COVID-19, o mercado de filmes chineses se destacou. Ainda que tenha afetado drasticamente o padrão de desenvolvimento da indústria cinematográfica global, os modelos de colaboração internacional e a economia da China, os cineastas locais continuaram explorando a expressão cinematográfica internacional e a demanda do público se manteve (RUI, 2020). O avanço no combate à disseminação do vírus colocou esse mercado como o mais importante para os estúdios de Hollywood, já que os EUA não conseguiram alcançar o mesmo nível de abertura e descontaminação em tão pouco tempo. Com isso, em 2021 a bilheteria anual da China alcançou, até agosto, a marca de mais de US \$4,4 bilhões, enquanto a dos EUA não passou dos US \$2,03 bilhões. Entre os três filmes com maior receita em todo o mundo, o primeiro e o terceiro lugares são chineses<sup>17</sup> (MOJO, 2021; PEN, 2020).

Essa necessidade de adentrar o mercado da China estimula a realização de coproduções cinematográficas com o parceiro asiático, a fim de conquistar o público chinês de maneira mais segura e definitiva. Apesar dos filmes importados representarem um terço de todos os filmes lançados na China, sendo os Estados Unidos responsáveis por 80% de todas as importações, os empecilhos para um filme hollywoodiano ser exibido nos cinemas chineses são grandes. Filmes estrangeiros são barrados do mercado chinês não apenas pelo sistema de cotas, como também por razões financeiras, já que os produtores desses filmes compartilham apenas 25% da receita total das exibições, enquanto as coproduções aprovadas e exibidas como filmes domésticos podem compartilhar até 45% dos lucros (PENG, 2016). Com isso, a cooperação sino-hollywoodiana se torna um instrumento utilizado por Hollywood para se colocar no mercado chinês, gerar receita além das bilheterias domésticas e, assim, expandir a sua participação no mercado global.

O caráter indispensável das coproduções para o crescimento do poder de mercado hollywoodiano é ainda mais evidente ao considerar que filmes estadunidenses são frequentemente censurados e boicotados pelas autoridades governamentais da China. O filme

---

16 Esse crescimento aconteceu devido ao aumento dos preços dos ingressos e da capacidade de lotação dos cinemas, ambos impulsionados pelas políticas de crescimento da indústria de mídia do 12º Plano Quinquenal pelos discursos e práticas do presidente chinês Xi Jinping (KOKAS, 2019)

17 Hi Mom e Detective Chinatown 3 (MOJO, 2021).

Era uma vez em Hollywood, de Quentin Tarantino, por exemplo, foi retirado do cronograma de exhibições dos cinemas chineses uma semana antes de seu lançamento, pois o diretor se recusou a cortar cenas do filme para atender às demandas do governo. Outros filmes do diretor também já haviam sido barrados dos cinemas sob justificativa de violência gráfica e extrema (ELEGANT, 2019). Mais recentemente, o filme *Monster Hunter* foi retirado inesperadamente dos cinemas chineses poucos dias após seu lançamento, por um diálogo do filme ter sido considerado racista por parte do público local. Quando não são proibidos, as produções hollywoodianas mudam de tom e cortam cenas para serem exibidas nos cinemas da China (ALJAZEERA, 2020). Filmes como *Bohemian Rhapsody*, *A Viagem*, *Star Trek: Sem Fronteiras* e *Alien: Covenant* são exemplos de filmes que tiveram cenas cortadas<sup>18</sup> a fim de obterem aprovação para serem exibidos na China (PEN, 2020).

Devido a esses fatores e à busca pela aprovação dos seus filmes pelos legisladores e público chinês, os produtores de Hollywood passam a escrever, escalar e produzir filmes voltados diretamente ao mercado do país, se atendo a temas e conteúdos que sejam aprovados e agradem à China. A autocensura passa a ser amplamente utilizada, principalmente porque não há dúvidas que para um filme ser internacionalmente bem-sucedido e lucrativo é indispensável distribuí-lo no mercado chinês. Os profissionais de Hollywood compartilham o receio de que, caso façam críticas ao país asiático em seus filmes, sejam futuramente boicotados pelo PCC, prejudicando seus interesses comerciais, criativos e profissionais (PEN, 2021). Na medida em que o mercado da China cresce e, com ele, a necessidade de Hollywood em adentrá-lo para garantir maiores lucros e parcela de mercado, cada vez mais coproduções e autocensuras serão realizadas e internalizadas como um processo padrão da indústria cultural estadunidense.

No lado chinês, essa cooperação é totalmente incentivada e delineada pelo próprio Estado como uma maneira de desenvolvimento técnico cinematográfico e exportação de cada vez mais filmes e talentos chineses ao mundo. Nesse contexto, o sistema de censura e regulamentação estatal da China encoraja produtoras estrangeiras a colaborarem e investirem na indústria cinematográfica chinesa ao invés de simplesmente exportarem seus filmes. E isso não é um acaso. O incentivo às coproduções ressalta a busca do governo chinês pela superação de sua baixa influência cultural global, sendo parte de uma sistemática política estatal que objetiva aumentar os investimentos na indústria cultural e ampliar a força internacional da tradição e cultura chinesas. O investimento estrangeiro nas mídias chinesas oferece infusões de capital para a economia local, possibilitando que o cinema aproveite a experiência técnica de

---

<sup>18</sup>Nesses filmes, todas as cenas de conteúdo homossexual foram cortadas (PEN, 2020).

Hollywood para promover a indústria doméstica e disseminar imagens da China contemporânea à audiência internacional. Com isso, detém mais influência no curso dos projetos, controlando o momento de exibição, demandas de financiadores locais e gravação de cenas na China com atores chineses. (KOKAS, 2017). Como outra parte desse esforço, as empresas chinesas têm aumentado os investimentos em projetos de Hollywood e estabelecendo escritórios americanos, como maneira de reforçar sua influência na trajetória criativa dos filmes (KOKAS, 2019).

A dinâmica industrial chinesa de se aproximar dos líderes globais não é exclusiva da indústria cinematográfica, sendo utilizada em todos os demais segmentos como uma política de fomento à inovação técnico-industrial e desenvolvimento doméstico. Esse foi o caminho chinês para inovação industrial tecnológica evidente desde os anos 1980 e 1990. A abertura controlada promovida por Deng Xiaoping - e governos subsequentes - se baseava nesse padrão que, aqui, é apenas transferido para o campo artístico. Desde o final da década de 1970, existe um consenso entre os formuladores de políticas chineses de que é imprescindível promover e incentivar investimentos em tecnologia e desenvolvimento do capital humano para romper o isolamento tecnológico e melhorar a posição tecnológica da China. Para isso, os formuladores de política chineses passaram a importar tecnologia e conhecimento dos líderes globais de cada segmento, inclusive do cinema. Junto disso, a China deu cabo ao estabelecimento de parcerias com empresas multinacionais, em que teriam acesso às tecnologias dessas corporações em troca de acesso privilegiado ao mercado chinês. A partir de 1992 a abordagem chinesa se abrangeu e um número maior de empresas estrangeiras passaram a ser permitidas no mercado. Grandes indústrias, como Hollywood, tornaram-se atores entrelaçados à China em redes globais de produção de alta tecnologia (NAUGHTON, 2018)

Nesse contexto histórico-econômico, a realização de coproduções com Hollywood é vista pelos cineastas e políticos chineses como a melhor forma de desenvolver a indústria cinematográfica da China. A presidente da filial chinesa da Warner Bros, Gillian Zhao, afirma ser necessário estabelecer parcerias profundas com os Estados Unidos e fazer uso da experiência desse parceiro em desenvolver temas, técnicas narrativas, produção e outros processos e cadeias. Contudo, reforça que “por meio da cooperação com Hollywood, podemos encontrar alguns atalhos e aprender muito, mas devemos localizá-los para estabelecer um sistema de industrialização de filmes com características chinesas.” (RUI, 2020). Nesse sentido, busca-se desenvolver o cinema chinês a ponto de equipará-lo a Hollywood no âmbito internacional, ao mesmo tempo em que serve às ideologias do PCC e aspectos da cultura local. Esses esforços são concretizados e oficializados nos discursos dos líderes sino-asiáticos através

da disseminação de políticas de desenvolvimento e exportação da cultura e tradição chinesas incorporadas no Sonho Chinês de Xi Jinping.

Devido ao tamanho do seu mercado, Pequim detém um controle significativo das relações cinematográficas sino-hollywoodianas. Seu poder econômico o coloca como único ator capaz de efetivamente exercer influência sobre os estúdios de Hollywood, mesmo em meio a censuras e controles estatais. Isso porque cooperar com a China significa abrir caminhos mais rápidos e garantidos para o sucesso e o lucro. Nesse sentido, na medida em que o cinema chinês se desenvolve e fica menos dependente da ajuda externa, a economia cresce e os telespectadores adquirem novas preferências, o risco de perder esse importante parceiro faz com que Hollywood se adapte às exigências e condições colocadas pelo governo chinês. Com isso, os cortes e edições antes feitas pelos órgãos chineses, muitas vezes sem consentimento e conhecimento dos produtores estrangeiros, são substituídos por censuras realizadas pelos próprios agentes hollywoodianos. O processo de censura e as restrições de conteúdo colocadas pelo PCC se mantêm de maneira ainda mais eficaz e dinâmica, uma vez que são produzidos filmes com edições e versões pensadas especificamente no mercado chinês (PEN, 2021). A utilização de um abrangente sistema de censuras e controles, – que induz a um comportamento de autocensura, permite que os legisladores do governo da China tenham o poder sobre as chaves de acesso ao seu mercado. Os censores passam a deter de total liberdade para estabelecer o que deve ou não ser exibido nos cinemas locais. Aqueles que não seguem suas exigências, além de não aproveitarem das vastas possibilidades de sucesso advindas da exibição em território chinês, têm suas produções punidas e boicotadas, enquanto aqueles que seguem o estabelecido pelo governo são recompensados no tão disputado mercado. Fica nítido como o PCC exerce, de fato, uma enorme e indubitável influência sobre os filmes hollywoodianos, determinando quais produções serão, ou não, lucrativas e bem-sucedidas (PEN, 2021).

Ainda que, de fato, exista um certo imperialismo cultural de Hollywood, limitar a dinâmica das coproduções a isso seria impreciso, da mesma forma que encarar os investimentos de Hollywood na China como benefício exclusivo do governo chinês restringe a discussão. Ambas as partes possuem vantagens e motivações para realizar coproduções cinematográficas e projetar sua influência, ao mesmo tempo em que o desenvolvimento e crescimento de cada uma dessas indústrias as colocam como competidoras no cenário cinematográfico. A abertura da China para o desenvolvimento de coproduções com Hollywood promove a indústria de entretenimento chinesa, enquanto possibilita o acesso do Estados Unidos a esse mercado. Na medida que o mercado cinematográfico da China continua crescendo, as indústrias estrangeiras

continuam a priorizá-lo ao desenvolver conteúdos, de tal modo que os filmes não são apenas produzidos na China, mas para a China. Dada essa influência, as regulamentações chinesas sujeitam as produções de mídia internacional a restrições de conteúdo mais exigentes, com as quais os produtores estrangeiros passam a concordar voluntariamente (KOKAS, 2017).

Dessa forma, as coproduções sino-hollywoodianas injetam histórias chinesas na mídia estadunidense ao mesmo tempo em que expandem a capacidade de produção cinematográfica do país. Ainda que os produtores hollywoodianos enfrentem barreiras para navegar por regulamentações de produção e distribuição mais rígidas e os filmes chineses fiquem condicionados a maiores desafios para se manterem equiparados à Hollywood, as duas indústrias já estão entrelaçadas. Os financiamentos, produções e distribuições já se sobrepuseram profundamente, de modo que regem a maneira de produzir filmes comerciais lucrativos em todo o mundo (KOKAS, 2017). Desse modo, as coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas compõem uma prática completamente única e primordial tanto na esfera midiática, quanto na política. Conclui-se que:

A colaboração cinematográfica sino-americana é um fenômeno claramente definido e totalmente mutável. A coexistência paradoxal de regras fixas e práticas maleáveis torna o estudo desse modo particular de produção cultural particularmente esclarecedor. A análise das colaborações cinematográficas sino-americanas revela a complexidade não apenas da relação cultural em mudança entre a China e Hollywood, mas também do cenário dinâmico da mídia de uma China cada vez mais globalizada. Esses modelos revelam as estratégias de produção específicas que equilibram o que constitui um filme "chinês" e o que significa fazer um filme no estilo "Hollywood". (KOKAS, 2016, p.86, tradução nossa).

## 5. CONSTRUINDO O SONHO CHINÊS: A DIPLOMACIA CULTURAL DA CHINA CONTEMPORÂNEA

Desde sua entrada na OMC em 2001, a China concordou em abrir o seu mercado de mídias para atender às pressões externas, mantendo, de todo modo, uma série de controles comerciais. Com isso, já em 2002 o PCC reconheceu a influência da indústria cultural para o fortalecimento nacional, colocando-a no mesmo nível de importância que a economia e a força militar. Desde então, os governadores chineses buscaram impulsionar o crescimento das indústrias de mídia do país como meio de expansão da influência cultural da China. Como resultado, tanto os legisladores locais, quanto os governos e cineastas estrangeiros que procuram distribuir seus filmes no mercado chinês, foram incentivados a fomentar a colaboração internacional como uma forma de promover a expansão e abertura da cultura do país. (MENECELLI FILHO, 2018; KOKAS, 2017).

Essas definições políticas se tornaram ainda mais assertivas com a ascensão de Xi Jinping à presidência da China, em 2013. Nesse momento, o discurso em prol do desenvolvimento da diplomacia cultural foi fortalecido por um conjunto de políticas nomeadas Sonho Chinês. Apesar de ser um termo milenar da tradição chinesa, atualmente o Sonho Chinês representa esse ideal utilizado por Xi para nortear a política nacional em prol do estabelecimento da China como uma superpotência mundial. Dentre os objetivos aspirados, destaca-se a busca pela renovação da China como uma grande nação por meio do resgate da cultura tradicional e projeção do passado local, visto que para ele a cultura é a alma compartilhada por todos os chineses (JINPING, 2014; XIE, 2020). Nas palavras do próprio presidente (2014 apud KOKAS, 2017, p. 21., tradução nossa) o objetivo do Sonho Chinês é transformar a China em uma superpotência cultural socialista e, para isso:

(...) fortalecer a construção da capacidade de transmissão internacional, construir meticulosamente o discurso externo, exibir atividades de mídia promissoras, aumentar a criatividade, inspiração e responsabilidade do discurso externo, contar bem as histórias chinesas, transmitir vozes chinesas e explicar as características chinesas de maneira adequada.

Sendo muito mais um discurso político que um conjunto de medidas concretas, o Sonho Chinês - assim como o Sonho Americano - pode ser analisado sob diversas perspectivas. Desde 2012, quando Xi Jinping foi nomeado Secretário Geral do Partido Comunista, o Sonho Chinês é utilizado como um instrumento de diplomacia cultural tanto no âmbito interno, para a constituição de consentimento, quanto no âmbito externo como

instrumento de influência cultural e fortalecimento do *soft power*. O sonho chinês é referido à exaustão em seus discursos como a marca de um projeto de grandes proporções, conectado à projetos de parceria política, integração transcontinental<sup>19</sup>, desenvolvimento interno e projeção externa. O viés cultural é um desses elementos. Uma das ferramentas mais utilizadas pelo governo para a disseminação desse discurso na esfera cultural tem sido o desenvolvimento de plataformas midiáticas e a consolidação de cooperações com indústrias culturais estrangeiras, em especial Hollywood, a fim de promover a exportação da cultura chinesa e, assim, colocar em foco internacional a imagem e a representação da China (VOCI E LUO, 2017). Esse mecanismo compõe um conjunto de ações macro do governo central chinês que visa diminuir o déficit comercial cultural da China, contornando a sua falta de influência na cultura comercial global. Tais projetos operam como parte de uma tentativa sistemática e política de aumentar o investimento nas indústrias culturais na China e aumentar a influência cultural internacional do PCC (KOKAS, 2019)

Ainda que as especificidades dessa política não sejam fáceis de identificar, o presidente Xi e outros líderes nacionais reforçam a busca pelo renascimento da nação sob liderança do PCC, enfatizando que o socialismo com características chinesas é o caminho a ser seguido. Nesse sentido, a agenda mais concreta do Sonho Chinês estabelece dois objetivos: o estabelecimento de uma sociedade próspera e moderada e de um país socialista rico e forte. Junto disso, tem-se o esforço governamental de garantir sua estabilidade e legitimidade doméstica<sup>20</sup>. Combinando os objetivos domésticos com as aspirações de política externa, pode-se afirmar que a intenção de Xi com o Sonho Chinês é garantir a continuação das reformas econômicas e modernização da China sob liderança do PCC (SØRENSEN, 2015).

Em novembro de 2012 durante o 18º Congresso Nacional do Partido Comunista Chinês, Xi Jinping expôs pela primeira vez a ideia do Sonho Chinês como um projeto político nacional. Em seu âmago, esse discurso propõe um caminho para o rejuvenescimento da nação chinesa, resgatando o passado, fortalecendo o presente e projetando o futuro da China como uma superpotência socialista. Ainda no 18º Congresso, Xi ressaltou as dores do passado da nação como maneira de construir um consenso em torno da necessidade de desenvolvimento nacional, em suas palavras, “o atraso nos deixou vulneráveis ao ataque, enquanto apenas o desenvolvimento nos torna fortes (...), ainda temos um longo caminho a percorrer e muito

---

<sup>19</sup>Iniciativa *Belt and Road*.

<sup>20</sup>Em um cenário de crescentes revoltas e protestos contra o governo, Xi investiu em campanhas anticorrupção e na limpeza da imagem do partido. O Sonho Chinês é utilizado, nesse sentido, como uma maneira de mostrar uma nova visão do futuro da China e desviar as atenções dos desafios imediatos (SØRENSEN, 2015).

trabalho árduo a fazer antes de podermos transformar nosso projeto em realidade.” (JINPING, 2014, p. 58, tradução nossa).

No ano seguinte, em março de 2013, o presidente aprofundou o conceito, trazendo delineações de política externa em conjunto às de política doméstica<sup>21</sup>. Nesse sentido, o Sonho Chinês passou a ser um projeto de política externa que representa a busca por paz, desenvolvimento, cooperação e benefício mútuo para todos os atores do Sistema Internacional<sup>22</sup>. Contudo, esse discurso internacional genérico encontra raízes e objetivos mais profundos. Tendo a cultura como elemento central das definições políticas que orbitam o Sonho Chinês, a visão de Xi ressalta a necessidade de fortalecer a causa socialista e promover o grande rejuvenescimento da nação chinesa. Com isso, essa política e o desenvolvimento de uma forte e coesa diplomacia cultural andam de mãos dadas na construção de noções de “China” e “mundo” que legitimem a luta do regime em vigor para transformação da China na maior potência mundial (KHALLA, 2015).

Durante a 12ª sessão de estudo em grupo do Bureau Político do 18º Comitê Central do PCC realizada em dezembro de 2013, Xi discursou acerca da necessidade de aumentar o Soft Power Cultural da China para atingir os objetivos do Sonho Chinês.

O fortalecimento do nosso *soft power* cultural é decisivo para que a China alcance os Objetivos do Dois Centenários e realize o Sonho Chinês de rejuvenescimento da nação chinesa. Devemos levar adiante a cultura socialista avançada, promover a reforma do sistema cultural, desenvolver e enriquecer a cultura socialista, inspirar toda a nação a se engajar na criação cultural, fortalecer o crescimento das empresas culturais, enriquecer a vida cultural do povo, inflamar sua inspiração, fortalecer nosso poder cultural e competitividade, e alcançar o objetivo de transformar a China em uma potência cultural socialista (JINPING, 2014, p.207, tradução nossa).

Para que o *soft power* cultural da China seja fortalecido, Xi ressalta a necessidade de disseminar os valores da China socialista moderna, bem como ressaltar as particularidades e tradições da cultura chinesa.

Os valores chineses modernos são também os do socialismo com características chinesas, representando a cultura chinesa avançada. A China desbravou um caminho socialista de sucesso com características chinesas. Os fatos comprovam que nosso caminho e sistema, teórico e social, são bem-sucedidos. Mais trabalho deve ser feito para refinar e explicar nossas ideias e estender a plataforma para publicidade no exterior, de modo a tornar nossa cultura conhecida por meio da comunicação e divulgação internacional. (...) Para fortalecer nosso *soft power* cultural, devemos mostrar o charme único da cultura chinesa. Durante seus 5.000 anos de história, a nação chinesa criou

---

<sup>21</sup> No âmbito interno, Xi ressaltou a busca por melhor educação, empregos, salários, segurança social, condições de moradia, cuidados médicos e de saúde e melhor qualidade de vida para o povo chinês (KALHA, 2015)

<sup>22</sup> “Nós, chineses, somos amantes da paz. Defenderemos o princípio da paz, desenvolvimento, cooperação e benefício mútuo, permaneceremos firmes na busca do desenvolvimento pacífico, seguiremos resolutamente uma estratégia mutuamente benéfica de abertura e continuaremos a promover a amizade e a cooperação com outros países. Cumpriremos nossas responsabilidades e obrigações internacionais e continuaremos a trabalhar com os povos de todos os outros países para promover a nobre causa da paz e do desenvolvimento da humanidade.” (JINPING, 2014, p.66, tradução nossa).

uma cultura brilhante e profunda. Devemos disseminar a cultura chinesa mais fundamental de forma popular para atrair mais pessoas para participar dela, combinando a cultura e a sociedade modernas. Devemos popularizar nosso espírito cultural em todos os países, bem como no tempo e no espaço, com valores contemporâneos e o eterno encanto da cultura chinesa. Devemos contar ao resto do mundo sobre as novas conquistas da cultura chinesa moderna, que apresentam excelente tradição e espírito moderno, tanto nacional quanto internacional (JINPING, 2014, p.208, tradução nossa)

A articulação da cultura e tradição chinesas não se restringe à disseminação doméstica, mas, principalmente à exportação de imagens e modelos chineses aos demais países como maneira de consolidar a imagem da China no Sistema Internacional.

Devemos convencer o povo com razão e moralidade, melhorar a comunicação cultural com outros países e intensificar nosso sistema de intercâmbio cultural e educacional, abrir novos caminhos e usar diversos meios, como meios de comunicação de massa, divulgação em grupo e comunicação interpessoal. (...) Para fortalecer nosso *soft power* cultural, devemos intensificar nosso direito internacional de expressão, aprimorar nossa capacidade de comunicação internacional e não poupar esforços para estabelecer um sistema de discurso internacional para contar, da maneira correta, a verdadeira história de nosso país e tornar nossas vozes ouvidas por meio da atuação plena da mídia emergente e do aprimoramento de nossa criatividade, influência e confiança do público. Devemos divulgar a história gloriosa e a excelente cultura da nação e do povo chinês. Devemos também aumentar a educação em patriotismo, coletivismo e socialismo com a ajuda de todos os meios possíveis, como ensino em sala de aula, pesquisa teórica, estudo histórico, filmes e programas de televisão e obras literárias, e ajudar nosso povo a construir e persistir em um correto conceito de história, ponto de vista nacional, perspectiva de estado e perspectiva cultural, de modo a fortalecer a vontade do povo chinês, que deveria se orgulhar de ser chinês (JINPING, 2014, p.2014, tradução nossa)

Internacionalmente, em especial no Ocidente, o Sonho Chinês foi recebido com desconfiança. Visto por muitos como perigoso para a segurança do Sistema Internacional, a máxima de Xi é interpretada como uma doutrina nacionalista com o objetivo de reconstruir o poderio, inclusive militar, da China para que ela se estabeleça mais uma vez como potência mundial após séculos de humilhação (SØRENSEN, 2015). Tais interpretações demonstram e reforçam como as delineações políticas da China são vistas como uma ameaça aos demais países, principalmente em meio a novas políticas mais assertivas tanto doméstica quanto externamente.

No que tange as relações com os Estados Unidos, o atual governo chinês defende um novo tipo de relações internacionais e um novo modelo de relacionamento entre grandes potências. O discurso adotado é de união dos objetivos centenários de ambos os países, em que a China é colocada como uma potência e não mais como um país em desenvolvimento, como nos governos anteriores. Para Xi, a cooperação entre as duas potências é indispensável para a construção de um ambiente internacional pacífico:

A China e os EUA devem trilhar um novo caminho, diferente do passado, onde grandes potências inevitavelmente demonstraram antagonismo e conflito para beneficiar os povos de ambas as nações e os povos do mundo. Isso é algo que é importante prestar atenção nas relações internacionais, porque uma boa cooperação

entre os EUA e a China é a pedra angular de um mundo estável e uma ferramenta para promover a paz mundial (Xi, 2013, tradução nossa).

Dessa forma, é nítido como os líderes chineses utilizam o discurso de cooperação e desenvolvimento pacífico do Sonho Chinês como maneira de fortalecer o *soft power*, promover uma imagem positiva da China internacionalmente e, assim, combater a duradoura ideia de ameaça chinesa dissipada no Sistema Internacional. Apesar de uma das principais finalidades do Sonho Chinês ser tornar a China um país rico e poderoso, a maneira como ele é articulado destaca que o objetivo não é constranger os demais atores internacionais para isso, mas sim atraí-los e persuadi-los a compartilhar dos interesses chineses. O foco é reestabelecer a China como uma nação de admiração e importância internacional, remontando aos tempos da dinastia Tang (618-907), quando era um centro cultural e econômico (SØRENSEN, 2015).

Em seu âmago, o Sonho Chinês é um esforço do governo para reerguer a China como uma nação respeitada e reconhecida internacionalmente através do resgate de sua cultura e tradições milenares. A paz e a harmonia, por serem valores buscados pela China historicamente - junto da justiça e busca ativa por seus interesses - são elementos centrais desse discurso. Assim, o Sonho Chinês traz uma predileção pela cooperação e paz, em conjunto com uma atuação proativa da China como potência mundial. Dessa forma, essa proatividade nas definições de eventos e regras internacionais tem a intenção de garantir seus interesses e sua posição de potência central a ser respeitada e seguida (ZHAI, 2014).

É nesse cenário que as mídias passam a ser instrumentalizadas para moldar uma imagem favorável da China no mundo. A partir das coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas, a China coopera com os Estados Unidos em busca de seus próprios interesses atuando proativamente no processo de produção dos filmes e de relacionamento com a indústria de entretenimento estadunidense e a audiência global. Ela consegue suprir e tornar real parte das promessas colocadas nos discursos do Sonho Chinês. Porém, a indagação que se mantém é se esses filmes realmente conseguem restabelecer a imagem da China ao mesmo tempo em que inserem os interesses, ideais, valores e talentos nacionais no mercado internacional. Em última instância, as coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas de fato suprem o que é objetivado no Sonho Chinês?

## **6. AS COPRODUÇÕES COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA CULTURAL**

Uma vez compreendido como o Sonho Chinês se desdobra na China contemporânea e quais as articulações das coproduções sino-hollywoodianas, é necessário investigar como essas produções influenciam na imagem internacional da China e interpretar se esses filmes de fato suprem os objetivos colocados no Sonho Chinês. Para isso, haverá a mobilização de estudos de casos exemplificadores a partir da análise de três produções cinematográficas que se enquadram na categorização de coproduções. Nesse momento, a pesquisa buscará interpretar se esses filmes de fato suprem os objetivos de projeção internacional, responsabilidade do discurso externo e representação chinesa adequada colocados no Sonho Chinês. Destaca-se o aspecto transversal do estudo, pautado na convergência entre o viés cultural-artístico do Sonho Chinês e o resultado produtivo e narrativo dos filmes selecionados. As obras cinematográficas estudadas são Homem de Ferro 3 (2013), A Grande Muralha (2016) e A Caminho da Lua (2020) por se enquadrarem nos pré-requisitos colocados acima e deterem diferentes níveis de receptividade, bilheteria e representação cultural chinesa. Sua análise será qualitativa, por meio de um estudo da representação da cultura, tradição e povo chinês, verificação da receptividade do público e da crítica via sites especializados (Rotten Tomatoes, IMDB, Metacritic e jornais) e com levantamento de dados relacionados à bilheteria desses filmes em sites como Mojo e The Numbers, a fim de verificar o alcance dessas coproduções no cenário internacional. Com isso, o objetivo é que a análise contemple o máximo de cenários possível e possa chegar a uma conclusão verídica e ampla.

### **5.1. Homem de Ferro 3 (2013)**

Baseado nas histórias em quadrinhos da Marvel, o filme Homem de Ferro 3 foi lançado em maio de 2013 e narra a história de Tony Stark, um bilionário CEO da indústria armamentista Stark Industries que assume o alter ego do super-herói Homem de Ferro. O enredo do filme se centra em uma série de ataques terroristas realizados pelo vilão Mandarin, entre eles o ataque ao Teatro Chinês em Los Angeles e à mansão de Tony Stark. Em paralelo, o cientista Aldrich Killian, humilhado por Stark no passado, quer o apoio da Stark Industries em um experimento biológico que aproveita o poder do cérebro para alterar o DNA e criar armas humanas. Presumido morto e com seus amigos em perigo, Tony busca desvendar o que de fato está por trás do Mandarin e como ele se conecta com os acontecimentos e rivalidades de seu passado.

Homem de Ferro 3 foi um grande sucesso de bilheteria. No ano de lançamento, se tornou o quinto filme com maior bilheteria da história, com uma receita de US\$ 1.215 bilhões, sendo mais de US\$ 121 milhões vindos da China. Atualmente ainda se mantém entre os filmes de maior bilheteria de todos os tempos, ocupando o vigésimo primeiro lugar (MOJO, 2021). O sucesso de bilheteria na China foi de suma importância para o filme, como também para todas as coproduções que se seguiram. Sendo lançado primeiramente na China, a estreia de Homem de Ferro 3 quebrou os recordes de bilheteria locais, demonstrando como o mercado chinês influencia profundamente no sucesso de um filme a nível mundial e como os produtores estadunidenses utilizaram isso a seu favor.

Nas primeiras etapas de produção, Homem de Ferro 3 era uma coprodução sino-hollywoodiana. Porém, no decorrer do tempo, o filme foi sujeito a diversas revisões e alterações pelo PCC, não recebendo aprovação final para exibição como um filme doméstico no mercado chinês. Nesse sentido, apesar de ter sido aprovado em etapas iniciais de produção, o filme deixou de ser uma coprodução e se tornou uma falsa coprodução<sup>23</sup>, visto que o governo chinês exigia mudanças de conteúdo sem dar qualquer garantia de distribuição em solo chinês como filme local. Tentando contornar a situação, os produtores optaram por lançar duas versões do filme, uma para os Estados Unidos e resto do mundo e outra para a China. Ainda assim, a versão chinesa foi tratada pelo PCC como um filme importado, estando sujeito às cotas de exibição em cinemas chineses. Dessa forma, os órgãos reguladores desprenderam tempo, esforço e acesso<sup>24</sup> à produção sem precedentes no que tange um filme que, no final das contas, foi distribuído como estrangeiro (KOKAS, 2016)

Cenas forçadas e aparições sem contexto ou justificativa na versão chinesa falharam em agradar a audiência local. Sem enriquecer o enredo do filme, cenas de Tony Stark consumindo uma bebida chinesa – *Yili* – que o ajuda a recuperar forças e um bate-papo entre médicos chineses enquanto realizam uma cirurgia no protagonista, foram recebidas amargamente (KOKAS, 2016). O jornal chinês dirigido pelo PCC, Diário do Povo, afirmou que “Homem de Ferro 3 leva o público a reclamar: não querem essa versão especial chinesa” e que “todos os problemas do filme podem ser perdoados (...) exceto as partes com Fan Bingbing e Wang Xueqi. Essa parte centrada na China é simplesmente uma propaganda terrível com muitos furos na trama.”.

---

<sup>23</sup> Tal qual descrito no tópico 3.

<sup>24</sup> O SAPPRFT teve acesso e liberdade de indicar mudanças no roteiro e set de filmagem.

Figura 1 - Cena exclusiva da versão chinesa do filme Homem de Ferro 3.



Fonte: Insider, 2013.

Diversas outras plataformas midiáticas e membros da audiência expressaram seu descontentamento com o filme modificado. No *Shuo Tian Xia*, um talk show local, foi colocado que "é uma pena. Alguns membros da audiência disseram que a adição de cenas chinesas é inútil e não acrescenta nada ao filme" e que "seria melhor se eles adicionassem mais ao filme. Uma boa maneira de atrair os chineses é apenas fazer um bom filme" (ASHCRAFT, 2013). Por outro lado, a versão original obteve uma boa recepção do público. Com notas 7,1/10 no IMDB, 62 dos críticos e 6,5 da audiência no Metacritic, 79% (*Certified Fresh*) dos críticos e 78% da audiência no Roten Tomatoes e 7,8/10 no site chinês Douban, o filme não pode ser considerado um fracasso. Ainda assim, os comentários criticam como o vilão Mandarin foi representado de forma cômica, fraca e infantil (IMDB, 2022; METACRITIC, 2022; ROTEN TOMATOES, 2022; DOUBAN, 2022).

Os antagonistas do Homem de Ferro 3 inicialmente são o Mandarin e Aldrich Killian, no entanto no decorrer do filme é revelado que o homem que diz ser o Mandarin na realidade é um ator britânico sendo usado por Killian, com o apoio do vice-presidente dos Estado Unidos, para justificar as diversas explosões que seu experimento causou e causar terror na população e governo estadunidense. Portanto, o Mandarin, que originalmente nos quadrinhos da Marvel é um senhor da guerra chinês (Figura 3), mestre em diversas artes marciais que busca dominar o mundo alegando ser descendente de Genghis Khan, é substituído por um personagem cômico (Figura 2), representado por um ator caracterizado como o típico inimigo muçulmano (MARVEL DATABASE, 2021). A mudança do enredo original do vilão chinês para uma farsa

liderada por um cientista estadunidense e o vice-presidente dos EUA, tira o povo da China como o antagonista da história e o insere – mesmo que de maneira extremamente coadjuvante – como aliados dos heróis ocidentais. A ameaça tem raízes internas à estrutura governamental americana e utiliza do disfarce do vilão muçulmano, no que Stark chama de uma “ameaça feita sob medida”. Os temas utilizados são, dessa maneira, contemporâneos e facilmente antagonizáveis: a corrupção e a Guerra ao Terror. Essas alterações não apenas refletem o momento em que o filme foi produzido, como também ressaltam a importância que o mercado chinês e sua satisfação têm para Hollywood.

Figura 2 - O personagem Mandarin representado no filme Homem de Ferro 3.



Fonte: Tecmundo, 2021.

Figura 3 - O personagem Mandarin representado no filme Shang-Chi.



Fonte: Cineclick, 2021.

Dessa forma, o Homem de Ferro 3 é um filme que não representou uma forte e incisiva atuação da diplomacia cultural chinesa. Em nenhum momento o filme estabeleceu uma propaganda política positiva e ativa, todavia, há uma crítica reativa e negativa alinhada ao projeto mais amplo do Sonho Chinês. Como exposto anteriormente, a estratégia política cultural quanto ao Sonho Chinês visa não apenas se orientar por medidas ativas, mas também por reativas, com o objetivo de bloquear propaganda contrária ao regime, sociedade e cultura chinesa. Nesse sentido, apesar de não ter conseguido articular de maneira ótima a divulgação interna e externa dos ideais chineses, Homem de Ferro 3 bloqueou quaisquer intenções de propaganda antichinesa vindas de Hollywood, inclusive revertendo o perfil do vilão Mandarin dos quadrinhos, criado em 1964, auge da Guerra Fria. Ao revelar na narrativa que o Mandarin é uma tática política interna da estrutura de poder dos Estados Unidos, fica evidente a crítica da coprodução ao modelo estatal, sociedade e democracia estadunidense. Esse é um dos grandes méritos de conteúdo do filme, talvez influenciado pela participação chinesa ou, no mínimo, aprovado pelo lado dos chineses, visto que a crítica ao regime totalitário do partido comunista é uma das principais bandeiras ocidentais.

Por outro lado, embora tenha sido extremamente bem-sucedido no que tange os ganhos financeiros, a mudança do status do filme para uma falsa coprodução e a receptividade negativa do público chinês junto de uma minúscula participação de talentos chineses na constituição do elenco e equipe técnica do filme, comprovam como Homem de Ferro 3 não foi um completo sucesso no que diz respeito às expectativas de política externa do Sonho Chinês. Negociações longas e desprendimento de muitos recursos para um filme que foi distribuído como importado pode não ser recebido como algo negativo pelo governo chinês – já que manteve a liberdade de realizar mudanças no filme -, mas poderia ser visto como uma frustração para produtores estrangeiros. Contudo, a grande receita arrecadada pelo filme silenciou essa possibilidade e fez com que o Homem de Ferro 3 servisse como um exemplo e incentivo a novas coproduções, ainda que tenha deixado muito nítidas as dificuldades de se negociar com o PCC e adentrar no mercado chinês.

Além disso, um dos principais pontos colocados por Xi ao descrever o Sonho Chinês é a transmissão da cultura, tradição e talentos chineses nas mídias internacionais como maneira de fortalecer a imagem da China e atingir o objetivo de estabelecê-la como uma superpotência socialista. Todavia, em Homem de Ferro 3 é possível contar nos dedos a quantidade de personagens chineses com aparição em tela e nenhum deles tem um papel maior que de figurante. A existência de uma versão chinesa reforça a dificuldade do filme em divulgar a

China ao mundo, uma vez que o real público-alvo dessas cenas deveria ser o mercado estrangeiro e não o chinês. Junto disso, o enredo não traz elementos profundos da cultura chinesa, se limitando a algumas colocações pontuais acerca de biscoitos da sorte e do Teatro Chinês e como ambos são invenções ocidentais - nada que possa conectar a audiência à tradição chinesa. Desse modo, exercer influência sobre os rumos do roteiro e produção não significou um imediato ganho de poder cultural, mas, nesse caso, resultou na garantia de que nenhuma propaganda negativa da China fosse reproduzida.

Ademais, não se pode ignorar o fato que Homem de Ferro 3 abriu o caminho para que mais coproduções sino-hollywoodianas existissem. Os lucros obtidos por Hollywood demonstraram para os produtores estrangeiros que, apesar de difícil, adentrar o mercado chinês vale a pena e é indispensável para o sucesso financeiro de um filme. A China conseguiu impedir que um personagem chinês fosse utilizado como vilão da trama e abrir caminho para que novos rostos chineses fossem colocados nos filmes da Marvel. Um grande exemplo disso é o filme Shang Xi (2021), que conta a história de um super-herói chinês, trazendo vários talentos chineses e elementos da cultura chinesa. Porém, por não ter tido participação do governo chinês na sua composição, o PCC proibiu que o filme fosse exibido na China. Contudo, ainda que filmes como Shang Xi, Doutor Estranho<sup>25</sup> e Eternos tenham trazido mais rostos chineses para as telas dos cinemas mundiais, sua representação é feita a partir de uma ótica ocidental e sem participação do governo chinês, de modo que o PCC fique coadjuvante nas ações de Hollywood para atração do público. Com isso, os blockbusters hollywoodianos têm tido mais sucesso em promover talentos e cultura aparentemente chineses, do que os próprios filmes produzidos pela China ou em conjunto com a China – ainda que a maioria desses filmes estrangeiros sejam criticados por ocidentalizarem a tradição oriental (KEUNE E FRATS, 2017).

## 5.2 A Grande Muralha (2016)

A Grande Muralha é um filme sino-hollywoodiano<sup>26</sup> de 2016 que narra a história de dois mercenários europeus – William (Matt Damon) e Tovar (Pedro Pascal) – em busca de pólvora no território da China pré-moderna. Fugindo de um exército inimigo, os mercenários se deparam com um monstro que os ataca, mas conseguem derrotá-lo. Continuando sua fuga e

---

<sup>25</sup>Embora Benedict Wong seja descendente de pais nascidos em Hong Kong, boa parte da história se passa em Katmandu, no Nepal – uma outra mudança em relação aos quadrinhos, visto que a Kamar-Taj original era no Tibet. Ademais, o filme foi bastante criticado por ocidentalizar personagens asiáticos, como a Anciã, que na realidade era um Ancião tibetano.

<sup>26</sup>A primeira grande coprodução entre Estados Unidos e China (HORWITZ; HUANG, 2016).

buscando entender do que tratava aquela criatura, William e Tovar são capturados por soldados chineses e aprisionados na Grande Muralha. Nesse momento, descobrem que o monstro que os atacou era um entre milhares de alienígenas chamados Tao Tie que chegaram na Terra em um meteorito e atacam uma vez a cada sessenta anos. Impressionado com a força e estratégia militar do exército, William se aproxima da comandante Lin Mae (Jing Tian) e passa a lutar junto dos chineses para impedir que os Tao Tie ultrapassem a Muralha e massacrem a humanidade.

Com um orçamento de US\$ 150 milhões, A Grande Muralha arrecadou um total de US\$ 334 milhões, sendo mais de US\$ 170 milhões apenas na China. Apesar de ter obtido uma receita positiva - inclusive alcançando maior bilheteria nos cinemas estadunidenses do que qualquer outro filme em língua chinesa (US\$ 45,5 milhões), com exceção de O Tigre e o Dragão - o filme não foi considerado um sucesso financeiro (MOJO, 2021). Esse foi o filme de maior orçamento gravado na China até aquele momento, sendo um dos primeiros grandes lançamentos da China Film Group e com distribuição doméstica tanto nos Estados Unidos quanto na China. Esse alto investimento das duas potências gerou expectativas elevadas quanto a seu retorno financeiro, que acabaram não sendo totalmente atendidas.

A criação do filme se iniciou como uma coprodução entre as empresas estadunidenses Legendary Pictures e Universal Pictures, o conglomerado chinês Dalian Wanda e o China Film Group, sendo revisado e aprovado para distribuição doméstica pelo SAPPRT. Contudo, no decorrer do processo de produção, a Legendary Pictures – uma das maiores investidoras do projeto - foi comprada pela Dalian Wanda (KOKAS, 2019). Assim, o investimento que inicialmente se centrava em Hollywood injetando recursos na China como maneira de usufruir de seu mercado, se inverteu de modo que as empresas chinesas se tornaram as maiores investidoras do projeto. Nesse sentido, mesmo possuindo resultados mornos, a dinâmica financeira do filme foi importante para demonstrar como os investimentos diretos chineses em Hollywood também moldam e influenciam a indústria estadunidense.

Diferente de Homem de Ferro 3, a recepção de A Grande Muralha foi muito aquém do esperado. Contudo, é necessário reforçar que filme é um blockbuster e, como qualquer outra obra cinematográfica desse modelo, não carrega o objetivo de ser criticamente aclamado, mas sim de enviar mensagens políticas objetivas e claras ao grande público a partir de efeitos especiais e elementos não textuais. Isso posto, tanto na China quanto nos Estados Unidos, as críticas se centralizaram na falta de conteúdo e profundidade dos personagens e do roteiro, que parecem ter sido deixados em segundo plano em meio a efeitos visuais e especiais muito bem recebidos e elaborados. No site de avaliações chinês Douban, o filme possui uma nota de 4,9/10,

sendo mais de 50% das 150 mil avaliações abaixo de duas estrelas. Dentre os milhares de comentários, um dos mais populares reforça que o filme “é mais como uma aberração que não conseguiu combinar chinês e ocidental. (...) O chamado modo de roteiro clássico de Hollywood é na verdade um meme podre e uma rotina. A história é chata, o ritmo não é bom, não culpem os atores, é um filme ruim.” (DOUBAN, 2021, tradução nossa). Nos sites de avaliação ocidentais a tendência foi a mesma, acumulando notas 5,9/10 no IMDB, 42 dos críticos e 5,7 da audiência no Metacritic e 35% dos críticos e 42% da audiência no Rotten Tomatoes (IMDB, 2022; METACRITIC, 2022; ROTTEN TOMATOES, 2022). Um exemplo da recepção ocidental é a crítica de Clarence Tsui do Hollywood Reporter que afirmou que Zhang e os roteiristas de Hollywood “não entregaram nada mais do que um filme de monstros estereotipado – embora transposto para uma China historicamente indefinida, onde generais vestidos como guerreiros de terracota já dominam anestésicos, viagens aéreas e inglês com sotaque americano.” (TSUI, 2016, tradução nossa).

Junto do fracasso na crítica, uma das discussões mais aquecidas acerca desse filme foi a escalação de atores não-asiáticos como protagonistas, principalmente ao considerar que, no momento histórico em que o filme ocorre, a presença de europeus na China era quase nula. Antes mesmo de ser lançado, A Grande Muralha recebeu duras críticas da comunidade asiático-americana por praticar *whitewashing*<sup>27</sup> e perpetuar a noção do “herói branco”, visto que a grande problemática da trama é resolvida quando um homem branco ocidental aparece, traz a solução e salva a todos (NGUYEN, 2017). Contudo, com o lançamento do filme essa polêmica se amenizou, uma vez que ficou evidente que o objetivo da coprodução era juntar alguns dos atores mais bem sucedidos e conhecidos de ambos os países para compor o elenco e atrair ambas as audiências. Assim, ainda que tenha sido utilizado como uma estratégia de internacionalização por ambas as partes da coprodução, a escalação de Matt Damon, Pedro Pascal e Willem Dafoe em um filme proeminentemente chinês deu força às discussões acerca do racismo intrínseco aos próprios filmes domésticos hollywoodianos e chineses, como é colocado por Kokas (2019, p.6, tradução nossa):

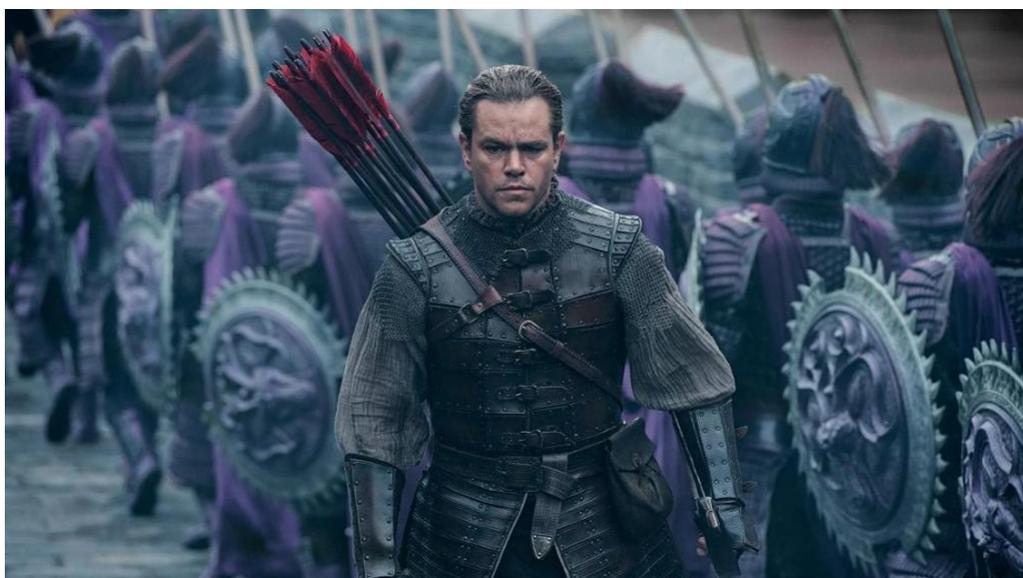
A escalação de Damon em A Grande Muralha chamou a atenção para as maneiras pelas quais relações discursivas mais próximas entre certos centros e certas margens ou periferias podem alienar outras periferias. Se Hollywood é um centro importante no sistema global de produção cinematográfica, então a China, como este artigo argumenta, está se movendo da periferia para um papel mais central. Mas se mudarmos nosso foco para o cenário do cinema chinês doméstico, a indústria cinematográfica chinesa patrocinada pelo Estado atua como o centro, e filmes, atores, público e temas

---

<sup>27</sup> *Whitewashing* diz respeito à escalação de atores brancos como personagens que não são brancos, ou ainda, como é o caso em A Grande Muralha, a preferência por atores brancos a pessoas de cor igualmente qualificadas (MERRIAM WEBSTER, 2019)

que não refletem suas prioridades são efetivamente marginalizados. Por exemplo, o colorismo, ou a preferência por pessoas de pele mais clara, é um problema persistente na China, particularmente no elenco de mídia (...) após a expansão da cota de importação de filmes da China de 20 para 34 em 2012, houve um aumento de 8% de atores de pele clara em filmes distribuídos na China e uma redução de atores de pele escura (Hermosilla, Gutierrez-Navratil e Prieto-Rodriguez 2017). A escalação de Damon e outros atores brancos proeminentes em filmes chineses demonstra o poder cultural e financeiro da China para adquirir talentos de alto nível. Mas também reforça o colorismo e, sem dúvida, contribui para a marginalização de atores com pele mais escura, muitos dos quais – não por coincidência – são minorias étnicas chinesas. Essa escolha de elenco demonstra a influência comercial percebida de atores brancos quando são aproveitados para aumentar o potencial de bilheteria e o poder cultural dos filmes chineses.

Figura 4 - Matt Damon caracterizado como William.



Fonte: Indiewire, 2017.

Com uma abordagem da cultura chinesa muito mais incisiva e clara, A Grande Muralha sem dúvidas deu um passo à frente na representação da China nas mídias globais, principalmente se comparado a Homem de Ferro 3. Além da óbvia figura da Grande Muralha - um dos maiores símbolos do país - os criadores do filme se esforçaram para construir um enredo que unisse elementos típicos de narrativas hollywoodianas e a representação cultural chinesa. Embora a ideia e o enredo principal do filme tenham sido definidos por cineastas de Hollywood, a direção de Zhang Yimou buscou inserir elementos culturais chineses que transcendessem os limites geográficos ocidentais e orientais. O gênero de fantasia histórica reflete essa tentativa de conexão entre as duas culturas, já que tanto os Estados Unidos quanto a China têm um histórico de grandes sucessos cinematográficos que envolvem monstros como um recurso narrativo, e a tradição chinesa é o principal meio de diplomacia cultural desprendido pela China. Nesse sentido, ao utilizar da imagem dos Tao Tieh, criaturas inspiradas no tradicional conto

chinês presente no texto clássico *Shan Hai Jing* e amplamente representados em esculturas e *dings* (Figuras 5 e 6), os produtores aproveitaram a familiaridade da audiência global com o gênero fantástico com monstros, unindo-a com a tradição da China que é relativamente estranha ao restante do mundo (Figura 7) (WANG, 2018).

Figura 5 - Representação dos Tao Tieh em um *Ding* pré-histórico exposto no Museu de Arte de Xangai.



Fonte: Wikipedia, 2022.

Figura 6 - Representação dos Tao Tieh no *Shan Hai Jing*.



Fonte: Belong.id, 2021.

Figura 7 - Representação dos Tao Tieh no filme A Grande Muralha.



Fonte: Wikipedia, 2022.

Ao utilizar de uma ameaça externa que une os povos ocidentais e orientais, A Grande Muralha trouxe uma narrativa em que os chineses são colocados como heróis, mas que sem o apoio dos ocidentais não obteriam sucesso. O simbolismo utilizado no filme sugere um adversário fictício e monstruoso com aspectos totalitários: os Tao Tei não têm vontade própria ou senso crítico, agem como um bloco coordenado por um líder faminto e protegido por uma força especial - monstros maiores, que sempre acompanham a rainha. Já as forças militares chinesas representam uma nação que, embora hierarquizada, oportuniza alguma participação aos soldados, lhes dá confiança e voz, tal qual o soldado raso Peng Yong é ouvido e acreditado ao defender os ocidentais. Dessa forma, o filme representa uma China respeitável e forte política e militarmente, com personagens que dedicam sua vida pelo bem do restante da humanidade. No decorrer da trama fica claro o argumento de que é necessário manter as fronteiras e o exército chinês fortes, além de trazer para as telas a admiração do estrangeiro ao poder e sabedoria do estado chinês, reforçando os benefícios dos demais povos seguirem a visão da China. Esses elementos, claramente articulados como uma propaganda, foram amenizados e entregues de maneira fluida, pois o filme, por ser um drama histórico, conseguiu atenuar as mensagens políticas por se passar em um passado remoto e, aparentemente, desprezado das relações políticas atuais (KOKAS, 2019).

No início do filme há uma distância entre os interesses e objetivos dos personagens chineses e europeus. Isso fica claro na cena em que William e Lin Mae concordam que não são

iguais ou mesmo semelhantes, mas muda quando os personagens compartilham de um momento de epifania em que entendem que são mais semelhantes do que pensavam. William era um mercenário brutalizado, individualista e ganancioso, que abandona suas convicções e se sensibiliza e compreende que a segurança global contra ameaças substantivas - e, por fim, ainda desconhecidas e exóticas - depende da China e da cooperação Ocidente-Oriente. O pleno envolvimento do personagem na luta contra os monstros e o final do filme são simbólicos nesse sentido, pois William escolhe preservar a vida de Rovar, seu amigo, a levar para o Ocidente toda a pólvora com a qual foi agraciado. Garin se torna, portanto, a conexão política dos europeus com a China. Nesse sentido, a China é representada pela comandante Lin Mae e a construção gradativa de relação com William – inicialmente de estranhamento e posteriormente de conexão e compreensão - pode ser compreendida, ainda, como a escolha de uma mulher em ser o par chinês da dupla, firmando um “casamento” entre Europa e China. Isso expõe o objetivo dos criadores do filme em unir os povos em busca do bem maior, extrapolando as barreiras cinematográficas com uma analogia às coproduções, que, mesmo em meio a diferenças culturais e políticas, uniu duas nações em prol de objetivos particulares e conjuntos de cada uma.

Isto posto, o saldo de A Grande Muralha foi misto. Apesar de não ter sido um grande blockbuster hollywoodiano em termos financeiros, foi um dos filmes chineses de maior sucesso de bilheteria com as audiências estrangeiras, em especial estadunidenses. Isso se deve, em grande parte, à escalação de atores americanos respeitados e muito conhecidos como os protagonistas dos filmes, fazendo com que a sua presença na produção já seja uma grande estratégia de marketing e atração de audiência. Juntos deles, a presença de inúmeros personagens chineses com diferentes níveis de protagonismo, a representação de elementos típicos da cultura chinesa e a utilização de diálogos em mandarim, criaram uma familiaridade para audiência da China, ao mesmo tempo em que inseriu os elementos chave do Sonho Chinês nas mídias globais. Contudo, como já exposto, mesmo com essas articulações em prol da satisfação de ambas as audiências, nenhuma delas recebeu o filme positivamente. A falta de profundidade da narrativa e dos personagens resultou na carência de identificação e empatia pelas histórias narradas. Os elementos tradicionais chineses, apesar de inúmeros, nem sempre contribuíram para a narrativa e a união de valores ocidentais e orientais foi, por vezes, recebida como forçada. Embora tenha sido interesse atingir o mercado nacional chinês, a história do filme se orienta mais para o Ocidente e o resgate de certos valores coletivos presentes em momentos de ameaça externa por um inimigo comum.

No entanto, a representação de uma China politicamente otimizada e culturalmente rica, com mensagens reforçando a união do povo chinês e grandiosidade da nação, transmite a mensagem minuciosamente moldada pelo PCC. Para Kokas (2019), A Grande Muralha exemplifica como o financiamento e o talento chinês estão ganhando visibilidade em Hollywood, mas que as representações culturais da China nos blockbusters de Hollywood estão diminuindo, uma vez que essa visibilidade atende apenas às necessidades daqueles no poder. Contudo, é exatamente essa representação de uma imagem da China favorável ao partido no poder que é buscado pelo Sonho Chinês. Ainda assim, a presença de diversos elementos chineses na narrativa<sup>28</sup> não é suficiente se o enredo do filme não traz a profundidade necessária para apreciação de tais elementos. Em linhas gerais, todavia, A Grande Muralha demonstra como as coproduções sino-hollywoodianas, ao unirem talentos e investimentos chineses nas narrativas de Hollywood, conseguem aumentar a representação da China no mundo, ainda que através de uma visão hegemônica positiva ao PCC que muitas vezes exclui perspectivas que vão de encontro aos seus interesses e narrativa (KOKAS, 2019).

### 5.3 A Caminho da Lua (2020)

A Caminho da Lua é uma animação sino-estadunidense lançada em 2020 como uma coprodução da empresa chinesa Pearl Studio<sup>29</sup> em conjunto com a Netflix Animation e a Sony Pictures Imageworks. Sendo a primeira animação musical da Netflix, A Caminho da Lua narra a história de Fei Fei, uma menina de 12 anos que vive em uma vila chinesa<sup>30</sup> e é fascinada pela lenda da Deusa da Lua, Chang'e, após sua mãe contar para ela no início do filme. Na lenda, a deusa Chang'e consome o elixir da imortalidade de Houyi, e, homem por quem está apaixonada, e flutua para a lua deixando-o sozinho na Terra. Fei Fei interpreta o conto como um símbolo de amor eterno e valoriza essa história como lembrança de sua mãe, principalmente após sua morte. Anos depois da morte de sua mãe, Fei Fei, apaixonada por ciência e marcada pelo luto, descobre que seu pai está noivo e usa seu conhecimento científico para construir um foguete e voar até a lua a fim de provar que Chang'e e o amor eterno são reais. Assim, pousa no lado oculto da lua em uma cidade fictícia chamada Lunaria. Em Lunaria, Fei Fei encontra Chang'e e descobre que a verdade por trás da história da deusa é a necessidade de seguir em frente, não

---

<sup>28</sup> Alguns exemplos são a Grande Muralha, os Tao Tieh, tambores de guerra, flechas e besta, a Ópera de Shaanxi, a Lanterna Kongming, a pólvora, o palácio do Imperador, além de músicas, artes marciais e o idioma chinês (WANG, 2018).

<sup>29</sup> Estúdio de animação que trabalhou anteriormente com a DreamWorks Animation em Kung Fu Panda 3 e Abominável (SHEN, 2020)

<sup>30</sup> Inspirada na cidade de Wuzhen, na província de Zhejiang.

importa o quão difícil seja. No decorrer do filme, o enredo é narrado principalmente com o uso de músicas, que, assim como o restante do filme, adquirem variadas formas e estilos. As canções são um importante elemento da narrativa e representam a tentativa de unir a modernidade com a tradição chinesa (GUO, 2020; GROGAN, 2020).

A Caminho da Lua se iniciou como um projeto primordialmente da empresa chinesa *Pearl Studio*<sup>31</sup>, como uma maneira de suprir o objetivo de levar histórias chinesas à audiência global. A estratégia do estúdio foi recontar a história de Chang'e como maneira de introduzir a cultura chinesa aos telespectadores estrangeiros e manter uma noção de familiaridade dos telespectadores locais. Para o produtor Peilin Chou, a lenda de Chang'e, já conhecida pelo povo chinês, foi “interpretada de uma maneira respeitosa nos termos de autenticidade, mas também bastante revigorada e moderna” e que “a história original foca em como Chang'e chega à lua com sua Lebre Jade. Mas muito pouco é dito a respeito do que acontece depois que ela chega lá. Essa é a área que nós tomamos mais liberdade, onde nos divertimos mais” (EAGAN, 2020, tradução nossa).

Nesse sentido, a lenda de Chang'e assume duplo significado na narrativa do filme, sendo o elemento central de todo o enredo. Por um lado, tem-se o resgate da tradicional história da deusa da lua Chang'e, cuja beleza é celebrada em esculturas, poemas e romances chineses (Figura 8). Na lenda original, Chang'e busca refúgio na lua após seu consorte, Hou Yi, descobrir que ela havia roubado a poção de imortalidade dada a ele pelos deuses. Hou Yi seguiu em perseguição à Chang'e, mas é impedido pela Lebre, que o impede de adentrar na Lua até que ele promettesse a reconciliação com sua esposa. Na China, a lenda é celebrada até hoje e a memória de Chang'e é comemorada todos os anos no Festival do Meio Outono (*Zhongqiu Jie*), que ocorre na época de lua cheia e tem como tradição o consumo de “bolos da lua”. No filme, a história da deusa e o Festival do Meio Outono não sofreu alterações ao compará-los com a tradição. Porém, ao chegar em Lunaria, Fei Fei encontra uma Chang'e diferente da narrada na lenda. Após milhares de anos presa na Lua, a Deusa adquiriu uma representação mais moderna (Figura 9), sendo uma espécie de “diva pop”, imagem que se consolida com seus números musicais. Contudo, no decorrer do filme, quando sua história é recontada por meio de

---

<sup>31</sup> A Caminho da Lua foi o primeiro filme da Pearl Studio a ser produzido sem a parceria da DreamWorks. A Pearl Studios se iniciou em 2012 como uma joint venture entre investidores chineses e a DreamWorks, sendo conhecida nomeada Oriental DreamWorks. Em 2018, o estúdio foi comprado pela empresa CMC Capital Partners da China (SHEN, 2020).

flashbacks, a Deusa também é representada da maneira tradicional junto de seu marido (Figura 10) (BRITANNICA, s/d).

Figura 8 - Pintura “A Deusa da Lua Chang’e”, de 1500 e escultura de Chang’e em terra-cota.



Fonte: Wikipedia, s/d e Britannica, s/d.

Figura 9 - Chang’e em sua versão modernizada no filme A Caminho da Lua.



Fonte: Netflix, 2020

Figura 10 - Reconto da lenda de Chang'e e Hou Yi no filme A Caminho da Lua.



Fonte: Netflix, 2020.

Além da representação de Chang'e como deusa da lua, a personagem também faz referência ao programa de exploração da Lua iniciado pela China em 2007 com o objetivo de dar cabo à exploração de terras lunares. Conhecido como Programa Chang'e, esse foi o primeiro projeto da China a colocar uma nave fora da órbita da Terra, dividindo-se em oito fases, até o momento. Em 2020, ano de lançamento de A Caminho da Lua, o Chang'e 5 foi lançado à lua, pousando em seu lado oculto. Isto posto, a essência da narrativa do filme se concentra na imagem e ideia de Chang'e, de modo que sua representação é explorada sob diferentes perspectivas, unindo o tradicional ao moderno (GROUGAN, 2020; DOOLING, s/d). Essa união entre elementos históricos da cultura chinesa e as inovações tecnológicas investidas pela China nas últimas décadas se aproxima da perspectiva conceitual do Sonho Chinês, uma vez que busca combinar tais aspectos para atrair olhares positivos à cultura e desenvolvimento chineses. Não apenas isso, como o filme também supre os principais pontos chave da política estabelecida pelo Sonho Chinês ao colocar nos holofotes histórias essencialmente chinesas, a partir de vozes, talentos e tradições chinesas.

Apesar do filme ter ganhado atenção nos Estados Unidos devido ao elenco e equipe de produção já amplamente conhecidos, na China isso não aconteceu. Dirigido por Glen Keane, animador responsável por algumas das mais famosas e prestigiadas animações da Disney - como A Bela e a Fera e Aladdin -, o filme conta com um elenco totalmente asiático, com grandes

nomes como John Cho, Sandra Oh, Ken Jeong e Phillipa Soo, mas nenhum desses atores é particularmente conhecido na China (SHEN, 2020). Ainda assim, o filme obteve uma recepção favorável em ambos os países. Nos sites de avaliação americanos, *A Caminho da Lua* conseguiu avaliações positivas da crítica, com 89% de aprovação dos críticos e 69% do público no Rotten Tomatoes, 6,3/10 no IMDB e nota 60 dos críticos e 6,7 do público no Metacritic (ROTTEN TOMATOES, 2022; IMDB, 2022; METACRITIC, 2022). Sua aclamação não foi apenas nos sites de avaliação, como também se tornou a primeira coprodução sino-hollywoodiana a concorrer ao Oscar. Apesar de não ter saído como ganhador na categoria “Melhor Animação”, o seu reconhecimento na maior premiação de Hollywood explicitou sua importância para ambos os lados da produção. Na China, recebeu a avaliação 6/10 no Douban e 8,3/10 no Maoyan, com críticas mornas voltadas à utilização da fórmula genérica de narrativa utilizada nas animações da Disney (DOUBAN, 2022; MAOYAN, 2022).

Ainda assim, o filme foi muito aclamado em ambos os hemisférios pelo seu impecável design de produção e pelo cuidado em representar detalhada e autenticamente os elementos culturais chineses. Um exemplo disso é a utilização da cidade aquática chinesa *Nanxun* como inspiração para os cenários do filme, algo que agradou os telespectadores locais. “É divertido ver *Nanxun* e uma família chinesa sob a perspectiva de estrangeiros (...) bolos da lua, caranguejos-peludos, ... muito realista.”, afirmou uma pessoa no Douban, dando ao filme três estrelas de cinco. Outro telespectador chinês elogiou o cuidado e tempo despendido na caracterização da China em *A Caminho da Lua*, principalmente ao ser comparando com *Abominável* (2018), outra animação coproduzida pelo mesmo estúdio chinês. “Comparado com o filme anterior [do estúdio], ele retrata com mais precisão os detalhes da vida do povo chinês (...) como os membros da família estão sentados ao comer juntos, os pratos do meio do outono e a textura da comida, a dança de quadrilha na beira da calçada, a música ambiente e assim por diante, você pode perceber que [a produção] gastou tempo e energia.” (WEIBO apud SHEN, 2020). A respeito da mesclagem dos elementos chineses e ocidentais, o filme também conseguiu agradar a audiência, em especial a chinesa, como fica nítido no comentário postado por um telespectador no site Douban afirmando que “A Terra [em *A Caminho da Lua*] é usada para mostrar a cultura chinesa, e a Lua é usada para misturar com características ocidentais. É uma escolha apropriada para combinar o ocidental e o chinês” (DOUBAN apud SHEN, 2020).

A autenticidade na representação chinesa foi fruto de um esforço coletivo de toda a produção do filme, que encarou o retrato das emoções e trejeitos dos personagens tão fundamentais para a verossimilhança do filme com o povo chinês quanto a reprodução da

cultura tradicional da China. Junto do elenco totalmente asiático, os produtores buscaram fundamentar a representação da China realizando viagens ao país. O produtor Peilin Chou reforçou, em uma entrevista para a NBC News, que o filme conta com um cuidado aos detalhes não apenas nos elementos narrativos mais explícitos, como a lenda da deusa da lua, como também nos componentes mais sutis. Os gestos e movimentos dos personagens, o tipo de relação familiar, as relações afetivas e a maneira de expressar os sentimentos foram reproduzidos pensando especificamente na identificação com o povo chinês (CATEGORIA NERD, 2020).

Assim como *Homem de Ferro 3*, *A Caminho da Lua* contou com uma versão chinesa para atender às expectativas dos produtores e dos telespectadores. Contudo, diferente do filme da Marvel, as mudanças foram moderadas e se concentraram na tradução da dublagem em mandarim. Segundo o diretor Glen Keane “99,999% [do filme] é exatamente igual [à versão original]. Tiveram alguns detalhes aqui e ali que nós ajustamos para a versão chinesa. Mas visualmente elas são iguais.” (EAGAN, 2020, tradução nossa). Desde o início da produção um roteirista chinês foi contratado como diretor-consultor, reescrevendo todo o roteiro para garantir que os personagens, diálogos e expressões fossem verossímeis e não apenas uma tradução direta do inglês. Hank Abbott, diretor associado, justificou as mudanças nos diálogos da versão chinesa devido à importância de representar corretamente as emoções de personagens chineses em sua língua original: “em inglês nós poderíamos ter um pouco mais de nuances sobre alguns pontos, mas quando testamos em mandarim descobrimos que precisaríamos de ser um pouco mais explícitos.” (EAGAN, 2020, tradução nossa).

Ainda que tenha recebido críticas e notas favoráveis e que todo o esforço em manter uma autenticidade com a cultura e povo chinês tenha sido aclamado, *A Caminho da Lua* não obteve grandes números de bilheteria. O filme foi lançado diretamente na Netflix, porém a plataforma de streaming é proibida na China. Com isso, especificamente no país asiático, o filme foi exibido nos cinemas. Em um cenário mundial pandêmico, o lançamento de *A Caminho da Lua* nos cinemas chineses não obteve grandes números de bilheteria, apesar da maioria dos cinemas da China já estarem reabertos na época. No total, a receita obtida pelo filme na China foi de US\$ 860.000,00, sendo US\$ 530.000,00 apenas no final de semana de estreia. Tendo em vista que o seu orçamento também foi de US\$ 860.000,00, ao analisar sua performance apenas em território chinês, o filme não foi um sucesso de bilheteria (SHEN, 2020; RUBY, 2022). Contudo, nos demais países, em que o filme foi lançado na Netflix, a animação alcançou o Top 2 semanal de filmes mais assistidos da plataforma, sendo o filme original Netflix com mais

streamings em sua semana de estreia (GROGAN, 2020). Na China não foi diferente e apenas 7 dias depois de sua estreia - levando em conta a baixa bilheteria geral dos cinemas durante a pandemia – A Caminho da Lua foi lançado nas maiores plataformas de streaming chinesas, Tencent Video e iQiyi. Tendo em vista que obter sucesso dentro e fora e da China, simultaneamente, é muito difícil para a maioria dos filmes, A Caminho da Lua chegou mais perto que a maioria, conseguindo agradar as audiências estrangeiras e chinesas apesar de não ser um grande sucesso de bilheteria (SHEN, 2020).

Mesmo que o filme tenha recebido críticas quanto a sua fórmula clichê amplamente utilizada em outras animações da Disney, são esses elementos que garantem a identificação global com os personagens e enredos narrados no filme. Ao contar a história de uma protagonista heroica e seu ajudante engraçado, que juntos se aventuram e recebem lições valiosas sobre a vida, enquanto cantam músicas sobre sua jornada até finalmente viverem felizes para sempre, o elemento chinês da narrativa, apesar de essencial e central para a história, é digerido com maior familiaridade e facilidade pelos telespectadores que até então desconheciam essa cultura. Essa fórmula foi utilizada racionalmente e propositalmente pela produção como uma maneira de, mais uma vez, unir o *storytelling* ocidental com um enredo completamente orbitado na cultura chinesa e fazer com que a audiência de ambos os lados compre a ideia vendida pelo filme. Contudo, apenas seguir essa fórmula pré-estabelecida não seria o suficiente para garantir o sucesso do filme – diversas animações seguiram esse modelo e mesmo assim fracassaram em agradar as audiências. A produção do filme despendeu um nítido esforço em inserir profissionais chineses para compor a narrativa, ao mesmo tempo em que manteve elementos indispensáveis para que a audiência ocidental também se identificasse com a história. O sucesso se deu, em grande parte, devido à criação de um roteiro baseado no conto crível de uma tradicional lenda chinesa, com mensagens universais de luto, amor, determinação, aprendizagem, superação e o poder dos sonhos, junto de um minucioso cuidado ao reproduzir histórias, cenários, figurinos, trejeitos e sentimentos genuinamente chineses.

Nesse sentido, A Caminho da Lua conseguiu atingir o objetivo de unir elementos da cultura e tradição chinesa com aspectos ocidentais, de modo a agradar ambas as audiências e conseguir transmitir histórias, personagens, sentimentos e a própria cultura chinesa aos telespectadores globais. Ao realizar isso, o filme pode ser visto como um grande sucesso do Sonho Chinês e um enorme avanço em relação aos seus predecessores. A presença de um elenco e membros da equipe e criação chineses, junto com diretores e produtores estadunidenses fez com que a união entre China e Hollywood nas coproduções deixasse de ser apenas

primordialmente financeira, e por vezes pouco natural nos aspectos de enredo, para constituir uma verdadeira harmonia entre ambos os pontos de vistas. A sede em adentrar no mercado chinês, junto com a necessidade da China de exportar suas histórias e criar percepções estrangeiras favoráveis por meio de sua cultura tradicional, foram os motores desse processo que levou ao sucesso da obra. Com isso, a parcela chinesa da produção proporcionou credibilidade ao filme, enquanto a parcela hollywoodiana não apenas garantiu a excelência técnica e o *know-how*, como também se esforçou para, junto da equipe chinesa, alcançar verossimilhança com o dia a dia e histórias chinesas ao mesmo tempo em que manteve elementos globalmente relacionáveis.

A figura de Chang'e assume, dessa forma, a personificação de toda a cultura tradicional chinesa, com suas diversas interpretações, ensinamentos e fascínios para com o público local e internacional, o que é de imensurável importância para a articulação do Sonho Chinês em sua essência. A duplicidade de sentido adquirido à Chang'e - por um lado a lenda tradicional da Deusa da Lua e por outro um dos mais proeminentes programas espaciais da China - é um reflexo das mobilizações de política externa desprendidos pela China contemporânea. Ao unir a tradição cultural com a busca por um constante e crescente desenvolvimento tecnológico, a política externa da China e, nesse sentido, o Sonho Chinês está presente tanto nos elementos de produção e criação do filme, quanto no seu sentido conceitual e discursivo em si, traçando-se um paralelo direto e nítido entre a duplicidade de Chang'e na narrativa e a articulação ambígua do Sonho Chinês ao unir cultura com desenvolvimento, pioneirismo e inovação. Sabendo que o elemento primordial dessa política é reerguer a China como uma nação respeitada e reconhecida internacionalmente através do resgate de sua cultura e tradições milenares, trazendo protagonistas, heróis e narrativas verdadeiramente chinesas às telas internacionais de modo a favorecer sua imagem internacional, A Caminho da Lua foi um grande sucesso.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo compreender os desdobramentos do fenômeno cinematográfico originário da necessidade das duas maiores potências mundiais cooperarem entre si pelos seus interesses individuais, criando uma dinâmica única e de imensa importância para seu relacionamento no Sistema Internacional. De um lado, os Estados Unidos buscam adentrar no mercado cinematográfico chinês para alcançar maiores números de bilheteria, obter um maior retorno financeiro e emplacarem filmes de real sucesso global. De outro lado, a China, representada pelo Partido Comunista Chinês, desenvolve desde 2012 uma política voltada ao rejuvenescimento da nação como uma grande potência socialista, tanto no âmbito doméstico, quando no internacional. Para isso, objetiva transmitir histórias e vozes chinesas aos telespectadores mundiais, de modo a criar uma imagem favorável no exterior, seja de maneira ativa – inserindo percepções positivas da China nos demais países -, ou passiva – impedindo que imagens negativas da China sejam reproduzidas nos enredos globais.

Assim, no decorrer desta pesquisa buscou-se entender o papel desempenhado pelas coproduções cinematográficas sino-hollywoodianas na diplomacia cultural da China sob a perspectiva do Sonho Chinês. Inicialmente o estudo se pautou na exposição das visões teóricas acerca da diplomacia cultural e *soft power* culturais chineses, chegando à conclusão de que o projeto de expansão cinematográfica e cultural da China não é uma expressão de poder hegemônico, mas sim um movimento de abertura e exportação cultural que se aproxima muito mais de uma diplomacia cultural do que do clássico *soft power*. Entende-se que o objetivo primordial e imediato da China com a articulação cultural não é moldar as preferências do Outro em prol das suas, mas sim gerenciar uma imagem positiva, reduzir as desconfianças estrangeiras e conquistar uma maior projeção e influência internacional. Para compreender como essa diplomacia cultural chinesa voltada para o cinema é historicamente submetida à censura, foi feito um breve resgate histórico que demonstrou que o PCC, utilizando de diferentes níveis de censura, licenciamentos e cotas moldou, e ainda molda, o cinema e o mercado chinês de acordo com suas necessidades.

Nesse cenário, com esse trabalho foi possível chegar à conclusão de que as coproduções sino-hollywoodianas compõem uma prática completamente única e primordial tanto na esfera midiática, quanto na política. Isso porque essas produções ao mesmo tempo em que inserem narrativas chinesas na mídia estrangeira, contribuem para o desenvolvimento das capacidades técnicas dos estúdios da China, com o intercâmbio de *expertises* e profissionais. Com isso, esses filmes passam a ser instrumentalizados com o objetivo de reproduzir uma imagem favorável

da China no mundo. A partir das coproduções, a China coopera com os Estados Unidos em busca de seus próprios interesses atuando proativamente no processo de produção dos filmes e de relacionamento com a indústria de entretenimento estadunidense e a audiência global. Os financiamentos, produções e distribuições dessas Indústrias Culturais já se sobrepuseram profundamente, moldando o futuro e influenciando na presente maneira de produzir filmes comerciais lucrativos em todo o mundo.

A pergunta de pesquisa colocada neste trabalho, por sua vez, visou compreender se essas coproduções sino-hollywoodianas, já entendidas e esmiuçadas, conseguem restabelecer a imagem da China ao mesmo tempo em que inserem os interesses, ideais, valores e talentos nacionais no mercado internacional. A fim de chegar a essa resposta, foi realizado um levantamento dos discursos proferidos por Xi Jinping de modo a explicitar as definições e objetivos do seu projeto de política externa, conhecido como o Sonho Chinês. Essa análise resultou na conclusão de que os objetivos do Sonho Chinês são muito amplos e diversos, mas, através dos discursos do líder, ficam esclarecidos e detalhados em cada área. No cinema, Jinping reforçou necessidade de fortalecer a diplomacia cultural e intensificar a capacidade de comunicação internacional para contar, da maneira favorável, a verdadeira história China e tornar as vozes chinesas ouvidas por meio da atuação da mídia emergente e do aprimoramento da criatividade, influência e confiança do público.

As coproduções sino-hollywoodianas vêm, gradualmente, conseguindo expandir a capacidade de produção de filmes chineses e enredos com maior representatividade de talentos, histórias e cultura chinesa na mídia popular global. Há um impulso para que essa colaboração continue se fortalecendo, visto que Hollywood busca adentrar incisivamente no mercado cinematográfico chinês, que desde 2020 é o maior do mundo, e que a China almeja maior influência e representação cultural internacional. Apesar de haver uma inconsistência na eficácia e receptividade das coproduções realizadas pela China e Hollywood, os filmes conseguem dar o pontapé inicial para a internacionalização da cultura chinesa, atingindo o objetivo de maior representatividade e projeção internacional traçado pelo Sonho Chinês. Gradualmente as produções conjuntas conseguiram evoluir e prol desse objetivo.

Analisando inicialmente Homem de Ferro 3, concluiu-se que a contribuição chinesa conseguiu resultados favoráveis ao inserir uma narrativa em que o vilão originalmente chinês é substituído por uma farsa idealizada pelo governo americano. Nesse sentido, o filme articulou uma diplomacia cultural e um Sonho Chinês em seu âmbito mais passivo, em que a coprodução serviu como ferramenta de prevenção da reprodução de imagens vilanescas e perversas da

China em enredos estrangeiros. Com A Grande Muralha a contribuição da coprodução para a política do Sonho Chinês deu mais um passo à frente. O enredo não apenas tirou o chinês do papel do vilão, como também o colocou como herói, mentor e salvador de toda a humanidade ao lado de seus parceiros ocidentais, compondo uma nítida metáfora para a cooperação sino-hollywoodiana. Não apenas isso, como o filme pautou o seu roteiro na cultura chinesa, de modo a dar os primeiros passos para uma atuação ativa do Sonho Chinês, visto que inseriu elementos tradicionais da China nas telas da audiência global. Esse movimento só se realizou, contudo, com A Caminho da Lua, em que a concretude do Sonho Chinês atingiu seu pico, até o momento. A animação atuou ativa e passivamente, garantindo a autenticidade cultural necessária para uma boa recepção chinesa e a representação universal para a boa recepção nos demais países. Para isso, investiu em talentos e vozes (literalmente) chinesas, com um roteiro minuciosamente articulado em prol do enaltecimento da cultura e tradição da China ao mesmo tempo em que reforçou o desenvolvimento do país e retratou os personagens com sentimentos, dores e ensinamentos relacionáveis a nível global. Nesse sentido, transmitiu talentos e vozes locais ao contar uma história verdadeira e genuinamente chinesa de modo favorável e respeitoso ao país, conseguindo agradar os telespectadores da China e aproximar os telespectadores estrangeiros da cultura e tradição chinesas.

Dessa forma, os avanços em prol da satisfação do Sonho Chinês são nítidos. No decorrer dos anos as produções foram adquirindo cada vez mais elementos chineses, tanto em sua composição de pessoal quando nos roteiros e enredos. O esforço despendido por ambas as partes da colaboração cinematográfica é nítido e justificado pelos ganhos de cada um desses atores nessa dinâmica. Apesar de existir uma clara evolução no âmbito de satisfação dos objetivos traçados no Sonho Chinês, a inconsistência das recepções e bilheterias das coproduções mostra que a China ainda tem um longo caminho até se tornar de fato uma grande indústria cultural com forte influência internacional. Contudo, todo o conteúdo analisado no presente trabalho garante que as coproduções sino-hollywoodianas, sem dúvidas, desempenham o papel central nesse desafio.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALJAZEERA. **Monster Hunter: China pulls movie from cinemas after race row.** 2020. Disponível em: <https://www.aljazeera.com/news/2020/12/8/monster-hunter-movie-pulled-in-china-after-race-row>. Acesso em: 21 jan.2022.
- ARSENAULT, Amelia H.; CASTELLS, Manuel. **The structure and dynamics of global multi-media business networks.** International Journal of Communication, v. 2, p. 43, 2008.
- ASHCRAFT, Brian. **Why Many in China Hate Iron Man 3's Chinese Version.** 2013. Disponível em: <https://kotaku.com/why-many-in-china-hate-iron-man-3s-chinese-version-486840429>. Acesso em: 10 mai. 2022.
- BECARD, Danielly Silva Ramos; MENECHELLI FILHO, Paulo. **Chinese Cultural Diplomacy: instruments in China's strategy for international insertion in the 21st Century.** Revista Brasileira de Política Internacional, v. 62, n. 1, 2019.
- BELL, David; OAKLEY, Kate. **Cultural policy.** Routledge, 2014.
- BERRY, Chris et al. **China on screen: Cinema and nation.** Columbia University Press, 2006.
- BORJA, Janira. **Premissas para o estudo da cultura nas Relações Internacionais.** V Congresso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires. 2010.
- BRESLIN, Shaun. **A hard-bitten pursuit of soft power.** Bridging the trust divide: cultural diplomacy and fostering understanding between China and the West, 2012.
- CARR, Edward Hallett. **Vinte anos de crise: 1919-1939.** ED. Universidade de Brasília, 1981.
- CHEN, Xihe. **The major developments and their ideological implications of Chinese film and film education since the cultural revolution.** The Ohio State University, 1994.
- CINECLICK. **Como vilão de 'Homem de Ferro' virou estrela em 'Shang-Chi'.** 2021. Disponível em: <https://cineclick.uol.com.br/noticias/mandarim-esta-de-volta-em-shang-chi-entenda>. Acesso em: 12 fev. 2022.
- CULL, Nicholas J. Public diplomacy: **Taxonomies and histories.** The annals of the American academy of political and social science, v. 616, n. 1, p. 31-54, 2008.
- CUMMING, Milton. **Cultural diplomacy and the United States government: a survey.** Washington, D.C.: Center for Arts and Culture, 2003.
- CURADO, Luiza Helena Arêdes. **CINEMA, MÍDIA E SOFT POWER: o 17º Congresso Nacional do Partido Comunista Chinês (2007) enquanto marco do papel do cinema na projeção global da política externa.** 2021.
- DEADLINE. **China Film Industry To Be Regulated By Communist Party Propaganda Department.** 2018. Disponível em: <https://deadline.com/2018/03/china-film-industry-regulation-communist-party-propaganda-department-1202350328/>. Acesso em: 15 fev. 2022
- DISSANAYAKE, Wimal (Ed.). **Cinema and cultural identity: reflections on films from Japan, India, and China.** Lenham, MD and London: University Press of America, 1988.

DOOLING, Dave. **Chang'e**. 2022. Disponível em: <https://www.britannica.com/technology/Change-Chinese-lunar-probes>. Acesso em: 12 fev. 2022.

DOUBAN. **影讯&购票**. 2022. Disponível em: <https://movie.douban.com>. Acesso em: 12 fev. 2022.

DW. **28 de dezembro de 1895**. 2018. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/1895-primeira-sess%C3%A3o-p%C3%ABblica-de-cinema/a-3762572>

EAGAN, Daniel. **Over the Moon: Netflix animated feature brings traditional Chinese story to audiences both at home and abroad**. 2020. Disponível em: [https://www.scmp.com/lifestyle/entertainment/article/3106859/over-moon-netflix-animated-feature-brings-traditional?module=perpetual\\_scroll\\_0&pgtype=article&campaign=3106859](https://www.scmp.com/lifestyle/entertainment/article/3106859/over-moon-netflix-animated-feature-brings-traditional?module=perpetual_scroll_0&pgtype=article&campaign=3106859). Acesso em: 25 jun. 2022.

GRIMM, Jessica. The import of Hollywood films in China: Censorship and quotas. **Syracuse J. Int'l L. & Com.**, v. 43, p. 155, 2015.

GROGAN, Bryan. **Chinese Co-Production “Over the Moon” Becomes Netflix’s Most-Streamed Release**. 2020. Disponível em: <https://radiichina.com/over-the-moon-netflix/>. Acesso em: 25 jun. 2022.

GUO, Demi Y. **How Netflix made ‘Over the Moon’ culturally authentic**. 2020. Disponível em: <https://www.goldthread2.com/culture/how-netflix-made-over-moon-culturally-authentic/article/3106679>. Acesso em: 25 jun. 2022.

HO, Chun-Yu; RYSMAN, Marc; WANG, Yanfei. **Demand for performance goods: Import quotas in the chinese movie market**. **Unpublished manuscript, Boston University**, 2020.

HORWITZ, Josh; HUANG, Echo. **“Messy, mindless, illogical”: Chinese moviegoers review Matt Damon’s film “Great Wall”**. 2016. Disponível em: <https://qz.com/866485/matt-damons-the-great-wall-is-a-hit-at-the-chinese-box-office-but-critics-hate-it/>. Acesso em: 12 fev. 2022.

HU, Jubin. **Projecting a nation: Chinese national cinema before 1949**. Hong Kong University Press, 2003.

IMDB. **Avaliações**. 2022. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt1300854/>. Acesso em: 20 jun. 2022.

INDIEWIRE. **‘The Great Wall’ Review: It’s Not Hollywood Whitewashing, It’s Just an Awful Movie**. 2017. Disponível em: <https://www.indiewire.com/2017/02/the-great-wall-review-matt-damon-whitewashing-zhang-yimou-1201783848/>. Acesso em: 12 fev. 2022.

INSIDER. **The Biggest Differences In China's Version Of 'Iron Man 3'**. 2013. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/chinas-version-of-iron-man-3-2013-5>. Acesso em: 12 fev. 2022.

JOHNSON, Chalmers. **Blowback**. *The Nation*, v. 273, n. 11, p. 13-15, 2001.

JOHNSON, Matthew D. et al. **China's iGeneration: Cinema and moving image culture for the twenty-first century**. Bloomsbury Academic, 2014.

JUNIOR, Edson José Neves; ZANELLA, Cristine Koehler. **O cinema e a extensão em relações internacionais: métodos, trajetórias e resultados.** Revista da Extensão, n. 13, p. 30-37, 2016.

KEUNE, Oliver.; FRANTS, Valeriya. **Cinema as an Element of a State's Soft Power System.** 2017.

KOKAS, Aynne. **Hollywood made in China.** Univ of California Press, 2017.

LARSON, Douglas F. **China's Emerging Soft/Sharp Power Strategy In Hollywood.** 2019. Tese de Doutorado. Monterey, CA; Naval Postgraduate School.

LIANG, Tracy. **History of China Import Film Quota and Revenue-Sharing Remittance.** 2017. Disponível em: <https://www.ghjadvisors.com/blog/history-of-china-import-film-quota-and-revenue-sharing-remittance>. Acesso em: 10 mai. 2022.

MAOYAN. **Films.** Disponível em: <https://www.maoyan.com/films/1217400>. Acesso em: 28 mai. 2022.

MENECELLI FILHO, Paulo Roberto Tadeu. **Diplomacia cultural chinesa: instrumentos da estratégia de inserção internacional da China no século XXI.** 2018.

MERRIAM WEBSTER. **A New Meaning of 'Whitewashing.'** 2019. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/whitewashing-words-were-watching>. Acesso em: 25 jun. 2022.

METACRITIC. **Metascore.** 2022. Disponível em: <https://www.metacritic.com/movie/iron-man-3>. Acesso em: 20 jun. 2022.

MOTION PICTURE ASSOCIATION. **China-international film co-production handbook.** 2014.

MORGENTHAU, Hans J. (2003). **A política entre as nações: a luta pelo poder e pela paz. Prefácio Ronaldo M. Sardenberg.** Tradução Oswaldo Biato. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado; Brasília: Ed. da UnB: IPRI. (Clássicos IPRI, 8). Publicado em [<http://www.funag.gov.br/biblioteca/dmdocuments/0179.pdf>].

NATIONAL BUREAU OF STATISTICS OF CHINA. **Statistical Database.** 2021. Disponível em: <http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/AnnualData/>. Acesso em: 27 nov. 2021

NGUYEN, Sophia. **This 'great Wall' Is An International Collaboration.** 2017. Disponível em: <https://psmag.com/news/this-great-wall-is-an-international-collaboration>. Acesso em: 25 jun. 2022.

NILSSON, Pierre. **Chinese Government's Role in Commercialisation of the Film Industry.** 2015.

NYE, Joseph S. **Public diplomacy and soft power.** The annals of the American academy of political and social science, v. 616, n. 1, p. 94-109, 2008.

NYE, Joseph S. China and soft power. **South African Journal of International Affairs**, v. 19, n. 2, p. 151-155, 2012.

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

PALIT, Parama Sinha. **China's cultural diplomacy: historical origin, modern methods and strategic outcomes.** China Currents, v. 12, n. 2, 2013.

PEN. **Made in Hollywood, Censored by Beijing.** 2021. Disponível em: <https://pen.org/report/made-in-hollywood-censored-by-beijing/>. Acesso em: 28 jun. 2022.

PENG, Weiyong. **Sino-US film coproduction: A global media primer.** Global Media and China, v. 1, n. 4, p. 295-311, 2016.

PENG, Weiyong. **China, film coproduction and soft power competition.** 2015. Tese de Doutorado. Queensland University of Technology.

PRACTICAL LAW. **National Radio and Television Administration (NRTA) (国家广播电视总局).** 2021. Disponível em: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-015-1516?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-015-1516?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true). Acesso em: 19 nov. 2021.

REIS, Danilo. **Revisitando o paradigma realista: o papel da dimensão cultural em Edward Carr, Hans Morgenthau e Raymond Aron.** Revista de Estudos Internacionais, v. 4, n. 1, p. 118-128, 2014.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira.** Fundação Alexandre de Gusmão, Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais, 2011.

ROTTEN TOMATOES. **Tomatometer.** 2022. Disponível em: <https://www.rottentomatoes.com>. Acesso em: 20 jun. 2022.

RUI, Zhang. **China has made 1,127 film co-productions since 1979.** China.org.cn, 2020. Disponível em: [http://www.china.org.cn/arts/2020-08/29/content\\_76649376.htm](http://www.china.org.cn/arts/2020-08/29/content_76649376.htm).

SHEN, Xinmei. **Netflix's Over the Moon praised in China but bigger box-office bomb than Disney's Mulan.** 2020. Disponível em: <https://www.scmp.com/abacus/culture/article/3109589/netflixs-over-moon-praised-china-bigger-box-office-bomb-disneys>. Acesso em: 17 jun. 2022.

SØRENSEN, Camilla TN. **The Significance of Xi Jinping's " Chinese Dream" for Chinese Foreign Policy: From " Tao Guang Yang Hui" to " Fen Fa You Wei".** Journal of China and International Relations, v. 3, n. 1, 2015.

SU, Wendy. **New strategies of China's film industry as soft power.** Global Media and Communication, v. 6, n. 3, p. 317-322, 2010.

SU, Wendy. **To Be or Not To Be? - China's Cultural Policy and Counterhegemony Strategy Toward Global Hollywood from 1994 to 2000.** Journal of International and Intercultural Communication, v. 3, n. 1, p. 38-58, 2010.

TSUI, Clarence. **'The Great Wall' ('Chang Cheng'): Film Review.** 2016. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-reviews/great-wall-review-956341/>. Acesso em: 26 fev. 2022

VOCI, Paola; LUO, Hui. **Screening China's soft power: Screen cultures and discourses of power 1.** In: Screening China's Soft Power. Routledge, 2017. p. 1-18.

WANG, Yiwen. **An analysis of the cultural elements and international reach of The Great Wall.** *International Communication of Chinese Culture*, 5(4), 309–312, 2018.

WENDT, Alexander. **Social theory of international politics.** Cambridge University Press, 1999.

Xi Jinping. 2013. **Zhongguo meng yu meiguo meng shi xiangtong de** (The China Dream and the American Dream are Interlinked), [中国梦与美国梦是相同的]. Fenghuang Weishi (Phoenix TV). June 8

XIAO, Yun. **Confucius institutes in the US:** platform of promoting China's soft power. *Global Chinese*, v. 3, n. 1, p. 25-48, 2017.

XIE, Echo. **Xi Jinping puts culture, heritage at heart of his Chinese dream.** *South China Morning Post*. 2020. Disponível em: <https://www.scmp.com/news/china/politics/article/3105545/xi-jinping-puts-cultureheritage-heart-his-chinese-dream>. Acesso em 14 mai. 2021

YANG, Yanling. **Film policy, the Chinese government and soft power.** *New Cinemas: Journal of Contemporary Film*, v. 14, n. 1, p. 71-91, 2016.

YAU SHUK-TING, Kinnia (Ed.). **East Asian Cinema and Cultural Heritage:** From China, Hong Kong, Taiwan to Japan and South Korea. Springer, 2011.

YU, Hongmei. **From Kundun to Mulan:** A Political Economic Case Study of Disney and China. *ASIANetwork Exchange: A Journal for Asian Studies in the Liberal Arts*, v. 22, n. 1, 2015.

Zhai, Kun. 2014. **“The Xi Jinping Doctrine of Chinese Diplomacy”.** *China & US Focus*. March 25. Available at <http://www.chinausfocus.com/political-social-development/the-xijinping-doctrine-of-chinese-diplomacy/> [Accessed on April 28, 2015]

ZHANG, Guozuo. **Research outline for China's cultural soft power.** Singapura: Springer, 2017.

ZHAO, Yuezhi. **Communication in China: Political economy, power, and conflict.** Rowman & Littlefield Publishers, 2008.

ZULIAN, Andréia. **Cultura Nas Relações Internacionais Sob o Prisma do Construtivismo.** Universidade Federal de Santa Maria, 2004.