

Universidade Federal de Uberlândia

Lucas Augusto Neto

ARMAS, BOMBAS? CINEMA!
O *SOFT POWER* DE HOLLYWOOD NA CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO
SOBRE A COREIA DO NORTE. UMA ANÁLISE DE “A ENTREVISTA” (2014).

Uberlândia, 2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Lucas Augusto Neto

ARMAS, BOMBAS? CINEMA!

**O *SOFT POWER* DE HOLLYWOOD NA CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO
SOBRE A COREIA DO NORTE. UMA ANÁLISE DE “A ENTREVISTA” (2014).**

Monografia apresentada ao Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência obrigatória para a conclusão do curso de bacharelado e licenciatura em História.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Amaral Luz

Uberlândia

2023

Agradecimentos:

Preciso começar antes de tudo agradecendo os meus pais, pelo apoio financeiro e emocional, sem eles não teria nem começado, obrigado pela oportunidade de deixarem eu seguir o meu caminho e meus sonhos.

Os mais próximos souberam o quão difícil foi esse período de graduação, das inúmeras vontades de desistir e das idas ao hospital por surtos de ansiedade. Por isso sinto uma gratidão eterna aos meus amigos, que seguraram em minha mão e não me abandonaram.

Agradeço a Débora, por estar do meu lado desde o primeiro dia, passando de uma desconhecida para a pessoa na qual confiei minha vida no momento mais delicado, sem ela não chegaria nem a metade do caminho.

Agradeço também a minha amiga Luisa, pela amizade solidificada ao longo dos anos de graduação, e das poucas que levarei para vida.

Ao meu amigo Murilo pela paciência de dividir uma casa comigo e pelos momentos de risadas e choros.

À Samantha pelos aconchegos que apenas um ombro amigo que te entenda possa proporcionar.

Ao meu grupo de amigos de Coromandel, Arthur, Cristiano, Gabriel e Thiago pelos momentos de descontração que foram reconfortantes em momentos de angústia.

À minha irmãzinha de vida, Isabela, da qual quero continuar compartilhando momentos juntos,

À Lorena da qual conheço desde o início da graduação, mas que o destino nos aproximou já ao fim desse ciclo, mas que por circunstâncias da vida se tornou umas das partes mais importantes da minha vida.

Por fim agradecer à Natalha, o anjo que apareceu no fim do meu percurso de graduação, mas mudou a minha vida. Agradeço por me ensinar tanto sobre amor e amizade, além de deixar os dias agradáveis no trabalho e na vida.

RESUMO

Soft power é um conceito desenvolvido pelo cientista político Joseph Nye, que se refere à capacidade de um país ou ator internacional de influenciar outros países por meio de meios não coercitivos ou persuasivos. Ao contrário do "*hard power*", que se baseia no uso da força militar ou econômica, o *soft power* envolve o uso de atração e persuasão para moldar as preferências e comportamentos dos outros.¹ O *soft power* se baseia em recursos como cultura, valores, ideias, diplomacia, política externa, instituições, liderança e imagem pública. Um país que possui *soft power* é capaz de exercer influência e alcançar seus objetivos por meio desses meios não coercitivos, ganhando a admiração, a confiança e a cooperação de outros atores internacionais.

Dentro dessa questão, também aprofundaremos sobre a obra *Sociedade Do Espetáculo* de Guy Debord, que foi publicada em 1967, que faz uma análise da sociedade contemporânea, especialmente no que diz respeito à cultura, comunicação e consumo.

O cinema é uma das maiores ferramentas dessa forma de poder, hoje os filmes hollywoodianos estão presentes em todos os lugares do mundo. Nesta monografia, ele será o foco principal, tendo como fonte para análise o filme *A Entrevista*, uma comédia satírica dos diretores Evan Goldberg e Seth Rogen, com roteiro dos mesmos e de Evan Goldberg. Objetiva-se compreender, sobretudo, como é realizado esse poder por meio do filme e analisar historicamente suas consequências.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca compreender, uma forma extremamente poderosa de dominação, estando presente em quase todo o mundo e utilizada principalmente pelos Estados Unidos, mas também por todos os países dominantes do globo. É a forma de espalhar as

¹ NYE, Joseph S. *Soft power*. *Foreign policy*, n. 80, p. 153-171, 1990.

ideologias do país através da televisão, marcas de roupas e fast food, livros e especificamente o que será tratado nesse trabalho, o cinema, trata-se do chamado *Soft power*.

A fonte a ser utilizada é o filme *A Entrevista* (2014) dos diretores Seth Rogen e Evan Goldberg. O filme se trata de uma comédia, com sátiras críticas sobre a visão construída do ocidente sobre a Coreia do Norte.

O filme é estrelado por James Franco, como Dave Skylark, um apresentador de um programa de televisão chamado "Skylark Tonight", e Seth Rogen, como Aaron Rapoport, o produtor do programa, que atrai audiência de pessoas de todo o mundo. A trama gira em torno da oportunidade que eles têm de entrevistar Kim Jong-un, o presidente da Coreia do Norte. Após descobrirem que Kim Jong-un é fã do programa, Dave e Aaron conseguem marcar uma entrevista com ele em Pyongyang. No entanto, antes de viajarem para a Coreia do Norte, eles são abordados por uma agente da CIA chamada Lacey (interpretada por Lizzy Caplan), que os recruta para assassinar Kim Jong-un durante a entrevista.

Sendo assim, o filme tem a proposta de ser uma sátira política de comédia e ação, retratando as tensões reais entre Estados Unidos e Coreia do Norte e seus jogos governamentais. O filme trouxe bastante controvérsia na época do lançamento,² tanto no país norte americano quanto no asiático, com tensões cibernéticas e até mesmo ameaças de roubos de dados, gerando debates sobre liberdade de expressão e até de diplomacia internacional.

A proposta é analisar, por meio de métodos propostos por Marc Ferro³ de trabalhar o cinema na historiografia e a sua importância para a história contemporânea. Indagamos como Hollywood influenciou e ainda influencia na construção do imaginário do público do cinema, sobre a Coreia do Norte. Além dos objetivos dos Estados Unidos com o chamado *Soft power*, termo do cientista político Joseph Nye⁴, de disseminação cultural para fins políticos e econômicos. "Poder é a capacidade de obter os resultados desejados e, se necessário, mudar o comportamento dos outros para obtê-los"⁵

²Gonzales Jaime. Por que a história do filme 'A Entrevista' revoltou a Coreia do Norte? – BBB News Brasil. Disponível em: [Por que a história do filme 'A Entrevista' revoltou a Coreia do Norte? - BBC News Brasil](#). Acesso em 10 ago. 2023.

³ Marc Ferro (1924-2021) foi um renomado historiador francês. Ele nasceu em 24 de dezembro de 1924, em Paris, França. Ferro é conhecido por suas contribuições significativas no campo da história social e cultural, com enfoque especial nas relações internacionais, história da Rússia e da União Soviética, história do cinema e história oral.

⁴ Joseph Samuel Nye Jr. é um cientista político norte-americano, o cofundador junto com Robert Keohane da teoria da interdependência e da interdependência complexa nas relações internacionais e da teoria do neoliberalismo, desenvolvido em 1977 no seu livro *Power and Interdependence*.

⁵ NYE Jr., J. S. O paradoxo do poder americano: porque a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: Ed. da UNESP, 2007 p.30

A guerra e o militarismo são formas de dominação extremamente eficazes, e percebemos isso ao longo da história com inúmeros casos de triunfos de líderes através da força, como Napoleão e Gengis Khan.

Por outro lado, outras formas de se exercer poder são muito utilizados pelas nações, e hoje, no mundo capitalista, no qual o dinheiro e o lucro são os mais importantes, o imenso prejuízo que a guerra acarreta, além da questão ética e de ser malvisto pelas outras nações. Então, foi aperfeiçoado um método pelo qual esses grandes países poderiam realizar essa influência cultural, imperialista, manter sua presença indiretamente ao redor do globo e ainda lucrarem milhões de dólares. Isso é o que chamamos de *soft power*.

Um fácil exemplo é a Igreja Católica, que durante muitos séculos, se destacou como uma das instituições mais eficazes do mundo. Enquanto a Inglaterra expandiu sua influência significativamente por meio de armas, dinheiro e comércio, esse poder eventualmente declinou devido às lutas pela independência. Por outro lado, Vaticano e Roma continuam exercendo influência em várias partes do mundo sem depender do uso de armas. Sua força mais eficaz reside na fé. Ao contrário das armas, a fé atrai e conquista mesmo sendo evidente que a Igreja estabeleceu alianças com os detentores do poder em diferentes momentos e lugares do mundo.

Importante começar explicando esses termos, o *hard power*, em português, poder forte ou potência coercitiva, é a utilização do poder bélico, invasão à força de outros países, que tem um efeito direto e imediato nas relações entre os envolvidos e em todos os outros que possuem relações diretas ou indiretas. Necessita de uma demanda de investimentos milionários em armas, bombas, soldados e suprimentos e não possui uma garantia certa que os objetivos serão atingidos, pois depende da defesa do inimigo e de outros fatores, como apoios externos.

Após duas guerras mundiais, e outros conflitos como a guerra no Vietnã, com suas consequências, milhões de mortos, países inteiros devastados e quebrados economicamente, a utilização do *hard power* foi colocada em xeque, até que ponto valeria a pena e ainda traria pontos positivos.

Com a derrota dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã, seus custos financeiros e de vidas os fizeram cair em uma crise econômica (grande recessão de 1973-1975) e política, principalmente no governo de Lyndon Johnson, obrigando os EUA a se aproximarem com seus inimigos, o bloco socialista, e reconhecendo por exemplo a República da Coreia Popular.

Entretanto, com a Guerra do Afeganistão e os conflitos no Oriente Médio, há um reaquecimento militar pela projeção de lucros a longo prazo, que culminou na ascensão de Ronald Reagan, nos anos 80, quando o bloco capitalista estaria em vantagem econômica em relação à URSS, muito enfraquecida com a guerra no Afeganistão. Foi exatamente nesse

período que Nye desenvolve sua tese do *soft power*, analisando mais do que apenas a realidade do momento e sim de todo um projeto norte americano (ou de todo bloco capitalista) neoliberal de dominação sobre o resto do mundo. Percebeu um método de enfretamento do bloco socialista que tirava a disputa do campo militar e o colocava na indústria cultura, campo no qual os EUA já estavam em uma ampla vantagem.

O *Soft power* é um termo criado pelo cientista político Joseph Nye, que se refere ao poder de influência que um país pode exercer sobre outros países e atores internacionais por meio de sua cultura, valores, ideias e instituições.⁶

*Soft power não é um mero sinônimo para influência. Afinal de contas, influência também pode ser exercida através de hard power, via ameaças ou pagamentos. Soft power é mais do que simples persuasão ou habilidade de convencer pessoas através de argumentos, embora esta seja parte importante dele. É também a capacidade de atrair, e atração frequentemente conduz à aquiescência. Simplificando, em termos comportamentais soft power é poder de atração. Em termos de recursos, são considerados recursos de soft power os ativos capazes de produzir tal atração.*⁷

Outra fala de Nye que esclarece sobre o termo:

É a habilidade de conseguir o que se quer pela atração e não pela coerção ou por pagamentos. Surge da atratividade de um país por meio de sua cultura, de política e de seus ideais. Quando se consegue que os outros admirem seus ideais e queiram o que você quer, não é preciso gastar muito com políticas de incentivo e sanções para movê-los na sua direção. A sedução é sempre mais eficaz que a coerção, e muitos dos valores como democracia, direitos humanos e oportunidades individuais são profundamente sedutores.

Nye também contribuiu para o estudo da globalização e das relações internacionais contemporâneas. Ele argumenta que, com o advento da globalização, as interações políticas e econômicas entre os Estados se tornaram mais complexas e interdependentes. Nesse contexto, ele enfatiza a importância da cooperação internacional, das redes de atores não estatais e das interações transnacionais. Além disso, o autor foi um defensor do uso inteligente do poder

Formatado: Justificado

⁶ Nye, Joseph S. "Soft power." *Foreign Policy*, no. 80, 1990, pp. 153–71. *JSTOR*, <https://doi.org/10.2307/1148580>. Acesso em: 04 de maio de 2023.

⁷ NYE, Joseph S. *Soft power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004 p.6

americano no cenário internacional. Ele defendeu a ideia de que os Estados Unidos devem usar seu poder de forma estratégica, combinando tanto o *hard power* quanto o *soft power*, para alcançar seus objetivos e influenciar positivamente outros países.

Esse modelo pode ser exercido de diversas formas, como por exemplo, por meio da diplomacia cultural, do intercâmbio educacional, da cooperação internacional em áreas como ciência e tecnologia, do investimento em empresas estrangeiras, entre outras. Mais alguns exemplos desse poder brando é na ajuda humanitária. Os países que prestam esse serviço para outros países podem ganhar a admiração e respeito dos beneficiários e outros países que observam suas ações. Percebemos também no esporte, como a realização de eventos esportivos internacionais, como foi a copa do mundo de 2022 no Catar, uma oportunidade de mostrar ao mundo sua cultura e desconstruir conceitos ruins sobre a sua nação.

A tecnologia e a suas inovações são importantes meios de exercer esse poder, podendo citar diretamente os países do leste asiático, como a Coreia do Sul e o Japão, que possuem forte mercado em todo o mundo. Já pegando o gancho desses países, podemos citar a música, hoje o chamado k-pop e o j-pop são sem dúvidas febres mundiais, levando milhares de pessoas a visitarem e consumirem milhões de dólares em produtos.

Contudo, nesse trabalho, irei dar o foco em um outro instrumento fortíssimo do *soft power*, o cinema, especialmente o cinema dos Estados Unidos, o chamado Hollywoodiano, que cresceu sua influência em meados do século XX e continua extremamente importante como manutenção de poder e de movimentação de bilhões de dólares por ano para o país.

Marc Ferro argumenta que o cinema desempenha um papel significativo na construção da memória coletiva e na formação das representações históricas. Ele analisa como os filmes históricos retratam eventos passados, como eles podem ser influenciados pela ideologia e pelo contexto de produção, e como eles moldam a visão do público sobre a história.⁸ Uma das principais ideias exploradas por Ferro é que o cinema não é apenas um reflexo passivo da história, mas também um agente ativo na sua construção. Ele destaca como os cineastas selecionam, interpretam e recriam eventos históricos para criar narrativas cinematográficas que muitas vezes seguem uma lógica dramática, condensando e simplificando a complexidade da história.⁹

Ferro também examina as formas como o cinema pode influenciar a percepção do público sobre o passado, argumentando que os filmes podem ter um impacto duradouro na

⁸ FERRO, Marc. **Cinema e história**. Paz e Terra, 2010. P.23

⁹ Ibid. p.32

memória coletiva e na construção da identidade nacional. Ele discute exemplos específicos de filmes históricos e analisa como eles abordam temas como a Segunda Guerra Mundial, o colonialismo e a Revolução Russa.¹⁰ Além disso, o historiador destaca que o cinema pode ser uma fonte histórica valiosa, oferecendo uma visão visual e emocional de eventos passados. Ele enfatiza a importância de analisar filmes como documentos históricos, considerando seu contexto de produção, seu público-alvo e os objetivos artísticos e ideológicos dos cineastas.¹¹

A *entrevista* retrata de forma satírica, a visão dos Estados Unidos sobre a Coreia do Norte e é um perfeito exemplo de como o *soft power* pode influenciar a visão de uma sociedade sobre a outra. O longa brinca

Para entendermos o tamanho da influência do cinema na população de cada país, é preciso voltar historicamente e compreender como e porque tudo isso começou. Uma das perspectivas é a do historiador francês Michel de Certeau¹², em sua obra *A invenção do Cotidiano*¹³, na qual descreve como os governantes criaram opções de lazer baratas e práticas para os trabalhadores no seu período pós trabalho, visando aumentar a produção, evitar revoltas, além de incentivar o consumo e a cultura.

Em contrapartida, o ponto principal de a invenção do cotidiano, se baseia em Certeau dizendo como as pessoas lidam ativamente em relação às essas práticas cotidianas de culturas populares, religião, poder, e o consumo, que será desenrolado ao longo desse trabalho. Ele buscou compreender as formas como as pessoas comuns agem e resistem dentro das estruturas sociais e institucionais dominantes.

O cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona dia após dia, nos oprime, pois existe uma opressão no presente”. [...] “O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior”. [...] “É uma história a caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velada¹⁴

A questão final, é que o cidadão comum, resiste, se apropria e modifica de todos os seus pontos do cotidiano, seja ele o trabalho ou o lazer, comunicando e trocando experiências entre si, com o cinema não ficando de fora disso. Em contrapartida, ainda assim, fica óbvia a

Formatado: Justificado, Recuo: Primeira linha: 1,25 cm

¹⁰ Ibid. p. 13

¹¹ idem

¹² Michel de Certeau foi um teórico e historiador francês nascido em 17 de maio de 1925 e falecido em 9 de janeiro de 1986. Ele é conhecido por suas contribuições nos campos da história, sociologia, antropologia e teoria cultural.

¹³ CERTEAU, Michel de. *L'invention du quotidien*. 1994

¹⁴ CERTEAU, Michel de. *L'invention du quotidien*. 1994.P.31

influência dessa estratégia de práticas cinematográficas moldadas pelas estruturas de poder, se tornando sempre um ponto crucial pelos diretores de cinema e nesse caso específico os de Hollywood, trabalham independente do governo estadunidense, mas com objetivos interligados.

As pessoas se apropriam de coisas simples do cotidiano, misturando com o ambiente social e cultural em sua volta. Com o cinema não seria diferente, pois os diretores também se aproveitam disso no desenvolvimento de sua obra, construindo em volta da sociedade estadunidense, que é o seu alvo principal, mas podemos ver como as pessoas absorvem isso ao redor do globo.

É comum relacionarmos várias peculiaridades do cotidiano com uma lente através do cinema Hollywoodiano, como quando pensamos em baile colegial, festa de halloween, ou vemos uma casa em uma floresta e já nos relacionamos em um daqueles filmes de terror dos anos 80.

Um exemplo dessa influência é também a vontade da maioria da população de visitar a Disney, Los Angeles, Nova York, lugares que parecem ser muito mais mágicos do que realmente são. Todos esses desejos são construídos e implantados também através do cinema, e já estão tão bem desenvolvidos que é até difícil perceber quando criamos essas vontades.

Esses conceitos nos levam a Guy Debord¹⁵ e sua obra *A Sociedade do Espetáculo*¹⁶, que tem como principal tese que a nossa sociedade capitalista, se transformou em um espetáculo. Isso significa que a vida cotidiana das pessoas passou a ser dominada pela representação e pela imagem em detrimento da experiência direta. Debord argumenta que a sociedade contemporânea é caracterizada pela obsessão por imagens, pela busca do espetáculo e pela alienação das pessoas em relação ao mundo real. Uma forma de controle social e alienação criada pelo capitalismo, como manutenção das relações de poder e alienação.

Esse trabalho será dividido em dois capítulos que têm como objetivo compreender e problematizar a propaganda “ocidental”, majoritariamente a estadunidense, sobre a República Popular Democrática da Coreia ou, como é conhecida, Coreia do Norte.

As consequências dessa propaganda na manutenção do poder e no crescimento do imperialismo por formas que não a guerra, por venda de produtos e ideias, para todo o mundo,

Formatado: Justificado

Formatado: Justificado, Recuo: Primeira linha: 1,25 cm, Espaço Depois de: 0 pt, Espaçamento entre linhas: 1,5 linhas

¹⁵ Guy Debord foi um filósofo, escritor, cineasta e um dos principais teóricos da sociedade contemporânea. Ele nasceu em 1931, na França, e faleceu em 1994. Sua obra mais conhecida é "A Sociedade do Espetáculo" (1967), um livro seminal que influenciou profundamente a teoria crítica e os movimentos sociais.

¹⁶ DEBORD, Guy. A sociedade do espectáculo. 1991.

que além de gerar riquezas imensas, solidifica a influência direta e indiretamente dos Estados Unidos.

O primeiro capítulo, faremos uma exposição das consequências do cinema, das influências hollywoodianas, através do *soft power* e do fetichismo da Sociedade do Espetáculo de Guy Debord;

No segundo capítulo iremos aprofundar no filme, buscando detalhes, cenas e contextos que exemplificam a sátira buscada pelos autores, da visão da maioria do ocidente sobre a Coreia do Norte. Procuraremos entender como os autores conseguem transmitir suas ideias e seus interesses em utilizar certa fala, ambientes, cores e trilha sonora.

Analisaremos as ideias colocadas por Marc Ferro e Joseph Nye sobre a relação cinema e história, como esse dispositivo de poder invadiu todas as casas do mundo e o próprio povo participa ativamente disso, e relacionar especificamente o filme como sátira ao *soft power* hollywoodiano

Como conclusão buscar compreender analisar os efeitos e consequências dessa forma de poder, como os Estados Unidos, Europa e alguns países da Ásia dominaram, economicamente e culturalmente o mundo, além de da criação de novos tipos de conflitos e tensões desse novo formato de imperialismo.

CAPÍTULO I - A sociedade do espetáculo e o fetichismo cultural no cinema.

Sem dúvida o nosso tempo... prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser¹⁷. Essa passagem é retirada do prefácio da segunda edição de *A essência do cristianismo* de Ludwig Feuerbach e foi escolhida por Guy Debord para introduzir o livro *A sociedade do espetáculo* de 1967; é como de introduziremos esse capítulo.

A sociedade do espetáculo¹⁸, é um conceito fundamental desenvolvido por Guy Debord em seu livro homônimo de 1967, no qual ele trata sobre a espetacularização da imagem. Sobre esse termo devemos nos atentar ao período histórico do qual o autor escreve, um escritor europeu em plena guerra fria, depois de passar por guerras mundiais e governos autoritários, que ficaram famosos pelo uso da extremamente eficiente da propaganda.

É fácil lembrar dos cartazes soviéticos, ou do “Tio Sam” convocando os estadunidenses para a guerra. Tudo isso é construído com propósitos específicos, que serão explicitados mais abaixo no capítulo. Esses são exemplos mais claros e diretos de que, para Guy Debord, a imagem e a sua espetacularização vão mais muito mais fundo, e para isso precisamos ir a um autor que introduziu sobre o tema e que o influenciou em sua carreira filosófica, Karl Marx.¹⁹

Em *O capital*²⁰ o sociólogo alemão descreve uma característica necessária para a manutenção do sistema em que vivemos, o capitalismo, a saber: o fetiche da mercadoria. É um termo que remonta a uma criação de uma ilusão ou distorção que ocorre dentro nas relações econômicas e sociais do capitalismo. Os objetos não são mais apenas algo físico comercializado, mas carregam carga social construída propositalmente, para que o valor do trabalho de quem produziu seja ignorado e apenas seja considerado seu valor de mercado, algo de certa forma artificial.

¹⁷ FEUERBACH, Ludwig. **The essence of Christianity**. Barnes & Noble Publishing, 2004. Prefácio.

¹⁸ DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 1991.

¹⁹ Karl Marx (1818-1883) foi um filósofo, economista, jornalista e revolucionário alemão. Ele é mais conhecido por ser o coautor do "Manifesto Comunista" (1848) e por desenvolver a teoria econômica conhecida como marxismo. A obra mais influente de Marx é *O Capital*.

²⁰ MARX, Karl. **O capital: edição condensada**. Edipro, 2019.

Marx já dizia sobre a inversões das relações sociais, em como as mercadorias passam a ser controladoras por si próprias, como se fossem independentes, e nessa parte Guy Debord se aprofunda, com o produto vendido sendo a imagem, e a sua espetacularização. É importante entender que os autores nos dizem que isso é construído propositalmente dentro do capitalismo, socialmente ao longo do tempo, de diversas formas, para deixar o produto mais atraente e criar o desejo de consumo. Para compreender a diferença entre os dois, é necessário compreender que Guy Debord escreve seu livro sociedade do espetáculo é escrito em 1967, exatamente cem anos depois de quando é iniciada a publicação de *O Capital*.

Em resumo, o conceito de fetiche da mercadoria de Marx²¹ destaca como a economia capitalista transforma não apenas as mercadorias, mas também as relações sociais e a percepção das pessoas sobre o valor, em algo distorcido e ilusório. É uma parte fundamental da crítica de Marx ao capitalismo, explorando como o sistema cria alienação e mantém a desigualdade ao ocultar as verdadeiras relações sociais subjacentes à produção e troca de mercadorias.

Guy Debord nos traz uma visão mais atualizada, com adaptação de um século de estruturação do capitalismo e como esse fetichismo foi para todos os pontos da sociedade, se tornando um espetáculo tão inserido que vemos como algo natural de nossas vidas.²²

A alienação no trabalho é sobre a perda do controle do processo de produção. A burguesia vende sua força de trabalho para os proprietários dos meios de produção e são estritamente controlados por ela. Isso leva à alienação do próprio ato de trabalhar, tornando o trabalho uma atividade alienante em vez de uma expressão criativa do indivíduo

Um dos principais objetivos desse fetichismo e espetacularização é um dos pilares essenciais do capitalismo: a alienação. Marx descreve essa característica como uma separação do indivíduo em três fases, inicialmente a separação do trabalho, do produto e por fim de si mesmo e dos outros.²³

A alienação do produto é referente ao fato do trabalho não possuir aquilo que ele produz, e sim pertencer ao patrão, e mesmo que ele em algum momento de sua vida consiga consumir aquele produto, é com o valor vendido do seu trabalho, e não do produzido. Um exemplo

²¹ JAPPE, Anselm; ROSA FILHO, Sílvio. Alienação, reificação e fetichismo da mercadoria. **Revista Limiar**, v. 1, n. 2, p. 4-29, 2014.

²² DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1991. P.24

²³ MARX, Karl. Trabalho Alienado IN Manuscritos Econômico-Filosóficos. Disponível em <https://colunastortas.com.br/o-que-e-alienacao-em-marx/#:~:text=Marx%20retrata%20a%20aliena%C3%A7%C3%A3o%201,em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20aos%20outros%20indiv%C3%ADduos>. Acesso em 07 de novembro de 2023.

simples é de um carro, no qual o trabalhador teria que produzir milhares deles para conseguir comprar apenas um. Isso cria uma separação entre o trabalhador e o seu resultado de trabalho, tornando complicado verem como seu esforço contribui para a sociedade.

Sobre a alienação da espécie, de si mesmo, Marx argumenta que por natureza os seres humanos são criaturas criativas, e que desenvolvem suas habilidades e aptidões através do trabalho. No entanto a alienação da sociedade capitalista não permite que as pessoas desenvolvam plenamente suas capacidades, o que leva a alienação de sua verdadeira natureza humana.

Por fim, a alienação dos outros indivíduos se deve ao constante incentivo à competição juntamente com a exploração, no qual muita das vezes vemos os outros como estranhos, adversários e em uma pressão para produzir e ser melhor que o outro dentro do sistema explorador.²⁴

Compreendendo como a alienação é um pilar importante para a manutenção do capitalismo, conseguimos chegar mais perto do que Guy Debord nos diz sobre a construção da espetacularização da imagem.

O Autor Nildo Viana, em seu artigo intitulado *Debord: Espetáculo, fetichismo e abstratificação*, diz sobre o que é o espetáculo nesse sentido:

O que é o espetáculo? Debord nos apresenta inúmeras características do espetáculo. Ele “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediadas por imagens”; é também uma cosmovisão; resultado e projeto do capitalismo; o “modelo atual da vida dominante na sociedade”; a “afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre desta escolha”; “a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente”; “a presença permanente dessa justificativa, como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna”; o sentido da prática total; “a principal produção da sociedade atual”; herdeiro da filosofia baseada nas categorias do ver; “sonho mau”; etc., etc.²⁵

O autor também utiliza uma citação do escritor Richard Gombim para esclarecer com mais precisão o significado do espetáculo:

A degradação e a decomposição da vida cotidiana correspondem à transformação do capitalismo moderno. Nas sociedades de produção do século XIX (cuja racionalidade era a acumulação de capital), a mercadoria tinha-se tornado um fetiche na medida em que era considerada como figurando um produto (objeto), e não uma relação social. Nas sociedades modernas, em que o consumo é a última ratio, todas as relações humanas têm sido impregnadas da racionalidade do intercâmbio mercantil. É o motivo por que o vivido se afastou ainda mais numa representação: tudo aí é representação. É a este fenômeno que os situacionistas chamam espetáculo (a concepção de Lefebvre é mais neutra: o espetáculo moderno, para ele, deve-se simplesmente à atitude contemplativa dos seus participantes). O

²⁴ Ibidem

²⁵ VIANA, Nildo Silva. *Debord: espetáculo, fetichismo e abstratificação*. 2011.

espetáculo instaurase quando a mercadoria vem ocupar totalmente a vida social. É assim que, numa economia mercantil espetacular, à produção alienada vem juntar-se o consumo alienado. O pária moderno, o proletário de Marx, não é já tanto o produtor separado do seu produto como o consumidor. O valor de troca das mercadorias acabou por dirigir o seu uso. O consumidor tornou-se consumidor de ilusões²⁶

A sociedade capitalista se torna, então, como apenas um lugar do espetáculo, do fetichismo do mundo dos objetos e mercadorias, um reino da aparência, dominando os homens a partir do momento que a economia criou seu próprio controle, sendo um reflexo fiel da produção das coisas e da objetificação infiel de quem as produziu. Debord afirma que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”²⁷

Exemplificando, há um forçado aumento no consumismo, mas de coisas que Nildo Viana chama de “pseudonecessidades através de uma “sobrevivência ampliada” para que haja essa manutenção do capitalismo e do fortalecimento das nações dominantes. Sabemos que o imperialismo se torna parte crucial do capitalismo, a luta por poder territorial e política ainda traz conflitos militares diretos como vemos em Israel e Palestina. Para Guy Debord as nações desenvolvidas, vão muito além do domínio militar e econômico:

A sociedade portadora do espetáculo não domina as regiões subdesenvolvidas apenas pela hegemonia econômica. Domina-as como sociedade do espetáculo. Nos lugares onde a base material ainda está ausente, em cada continente, a sociedade moderna já invadiu espetacularmente a superfície social. Ela define o programa de uma classe dirigente e preside sua formação. Assim como ela apresenta os pseudobens a desejar, também oferece aos revolucionários locais os falsos modelos de revolução²⁸

O cinema é um exemplo de quão enraizado e espalhado essa forma de dominação está dentro de nossa sociedade, e para Debord, e como somos seres pensantes, somos induzidos a crer que temos escolhas no que consumimos, mas a liberdade é algo limitado a opções pré-produzidas, o espetáculo já estava instaurado quando nascemos. Por isso a modernidade é por si a sociedade do espetáculo, se tornando um lugar de consumo e fetichismo,

É importante nos atentarmos para não ficarmos em uma análise simplista da sociedade do espetáculo, e reproduzirmos discursos contra os avanços tecnológicos, e a sociedade por si só,

²⁶ GOMBIN, Richard; PESCADÁ, António. **As origens do esquerdismo**. 1972.

²⁷ DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 1991.

²⁸ Idem. P.39

não é apenas sobre utilizar ou não o smartphone ou consumir o noticiário. Isso como diz o autor Inácio José, em seu texto *Guy Debord e o caráter fetichista da imagem na sociedade do espetáculo*:

*Desse modo, a crítica do espetáculo e das imagens empreendida por Debord, diluída e esvaziada de seu significado original, encontrou-se reduzida a uma denúncia ingênua de uma suposta versão moderna e ampliada da política romana do pão e circo, na qual as pessoas são mantidas anestesiadas da realidade enquanto consomem passivamente informações e entretenimento emanados das telas das televisões, do cinema, dos computadores, dos celulares. Tal ponto de vista acaba imputando unicamente às mídias e aos meios eletrônicos toda a responsabilidade pela alienação dos indivíduos na modernidade, reduzindo Debord a uma caricatura moralista de discurso antitecnológico.*²⁹

Para o autor, nossa sociedade já foi colocada ao longo de muitos anos, em uma apatia e tédio nas relações humanas, esvaziadas pelas questões econômicas, e pela forma de como o trabalho é empregado que se torna mais fácil e preferível ficar na frente de uma televisão e hoje em dia na frente dos celulares e computadores, do que construir relações sociais. Não é culpa da televisão e sim de todo o sistema implantado e construído anteriormente.

Como disse o filósofo Anselm Jappe: “Em suma, não foi a invenção do tubo de raios catódicos que criou a sociedade do espetáculo, mas foi a sociedade do espetáculo que permitiu a fluência de invenções técnicas que reafirmassem seu domínio sobre os seres humanos”³⁰.

Se o que Debord nos diz não é apenas o poder de influência das mídias, o que seria esse termo “imagem” abordado na obra *A sociedade do espetáculo*? Para responder essa questão, o autor Inácio José nos diz que é preciso primeiramente destacar que a teoria do espetáculo de Guy Debord foi desenvolvida como um diagnóstico crítico das sociedades modernas do século XX, percebendo nelas a existência de um processo de submissão crescente da vida humana vida social e psíquica, ou seja, a vida cotidiana em geral à lógica do mercado.

A noção de “espetáculo”, escolhida por Debord como ponto principal de sua obra, diz respeito exatamente ao estágio do desenvolvimento civilizatório no qual a economia mercantil passou a determinar e a moldar todos os aspectos da vida das pessoas, tanto objetivos quanto subjetivos, as colocando em um estado de passividade e permissividade diante do sistema

²⁹ DA COSTA, Inácio José de Araújo. *Guy Debord e o caráter fetichista da imagem na sociedade do espetáculo*. **Pilares da Filosofia: estudos acerca da ética, política, linguagem, conhecimento e ensino de filosofia**/Francisca Galiléia P. da Silva, p. 160

³⁰ JAPPE, Anselm. *Guy Debord: New Afterword by the Author*. Univ of California Press, 1999. P.265

econômico que dirige suas existências. Nessa fase da espetacularização da economia e da sociedade, destacam-se: a incessante renovação tecnológica, voltada para a aceleração e para a abundância da produtividade, a utilização das mais modernas técnicas de condicionamento de mentalidades baseadas na aplicação onipresente da propaganda política e da publicidade comercial, o estabelecimento e normalização do consumo exagerado, seja de mercadorias, de bens, ou informações, como parâmetro para mensurar a qualidade de vida dos indivíduos.

Para Debord, as pessoas começaram a perder a noção da realidade, a consciência do real e do irreal, o que foi construído e o que é natural, o espetáculo é algo cativante, seja lindo ou algo que incomode, atrai o público pela visualidade, mas, porém, é algo negativo, com enfraquecimento da filosofia e do pensamento crítico, se tornando prioridade as aparências, o que o autor chama a mudança do “ser para o “ter”:

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda a realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter. A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, do qual o “ter” efetivo deve extrair o seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo, toda a realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela. Só lhe é permitido aparecer naquilo que ela não é.³¹

Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como um sentido privilegiado da pessoa humana – o que em outras épocas fora o tato; o sentido mais abstrato, e mais sujeito à mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual³²

Com esse crescente fortalecimento da necessidade exacerbada do consumo, as aparências se tornaram prioridade para o convívio social. O que as pessoas veem superficialmente se torna mais importante de quem realmente são.

³¹ DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1991. P18

³² ibidem

Podemos sair um pouco do indivíduo e pensar isso em um âmbito de nação, em como um país além de preocupar com sua própria influência e aparência para com os outros, gastando bilhões de dólares.

Debord coloca a ideia de que o espetáculo atrai o público pelo visual, por ser extremamente atraente. Por outro lado, deixa claro de que é algo “negativo”, que tem vinculações com a fraqueza do projeto filosófico ocidental:

*O espetáculo é herdeiro de toda a fraqueza do projeto filosófico ocidental, que foi um modo de compreender a atividade dominado pelas categorias do ver; da mesma forma, ele se baseia na incessante exibição da racionalidade técnica específica que decorreu desse pensamento. Ele não realiza a filosofia, filosofiza a realidade. A vida concreta de todos se degradou em um universo especulativo.*³³

Segundo Nildo Viana, Debord sustenta que a tese central aponta para o reconhecimento preciso da disseminação generalizada do fetiche da mercadoria, que se estende ao fetiche da arte, como no nosso exemplo, do cinema. No entanto, a consciência fetichista retrata a realidade de maneira objetificada. Essa representação, como mencionada por Debord, é uma representação objetificada. A saturação de imagens exerce um controle predominante na sociedade capitalista. O ponto de preocupação não é a ideia em si, mas sim como ela é apresentada e o que permanece oculto. Uma das características distintivas do fetichismo é o seu papel em encobrir o processo subjacente de como o fenômeno é construído (sua historicidade) e suas conexões dentro do contexto geral (a totalidade). Esse ocultamento é evidente na obra de Debord, pois ele enfatiza o surgimento e a supremacia da sociedade espetacular, com sua imensa acumulação de espetáculos, mas não explora a gênese ou o processo de constituição desse fenômeno.

O cerne de sua teoria reside na ideia de que a alienação vai além de ser apenas uma descrição das emoções ou de um aspecto psicológico individual. Ela é o resultado da maneira como a sociedade capitalista está estruturada, assumindo novas formas e conteúdo à medida que a vida humana se torna mais separada e reificada por meio de um processo dialético. Como uma expressão moderna da luta de classes, o espetáculo representa uma forma de controle exercido pela classe burguesa sobre o proletariado, e sua lógica e história afetam todos os membros da sociedade.

³³ Ibidem p.19

Todas essas informações sobre a sociedade do espetáculo podem ser relacionadas à teoria da indústria cultural dos filósofos Adorno³⁴ e Horkheimer³⁵, que apresenta características essenciais para a compreensão desse fenômeno, como uma ferramenta dentro da Sociedade do Espetáculo. A padronização na indústria cultural se manifesta na produção de obras que seguem fórmulas e formatos previsíveis, visando o sucesso comercial, muitas vezes resultando na ausência de originalidade e criatividade em muitos produtos culturais.

A comercialização é outra característica central, pois o objetivo primordial da indústria cultural é o lucro, levando à exploração comercial da cultura, onde a arte e a criatividade podem ser subjugadas em prol do retorno financeiro. O consumo passivo é incentivado pela indústria cultural, à medida que muitas vezes promove um tipo de consumo cultural acrítico, no qual as pessoas consomem produtos culturais sem questionar as mensagens ou valores transmitidos.

A homogeneização cultural ocorre devido à busca por um público amplo, o que pode resultar na padronização da cultura, marginalizando ou eliminando as diferenças culturais e vozes marginais em prol de uma cultura globalizada. Além disso, a manipulação ideológica é uma crítica frequente à indústria cultural, à medida que é vista como uma ferramenta de promoção de valores e ideologias convenientes para os interesses comerciais e políticos dominantes.

A reflexão sobre o impacto desses fenômenos nos campos da educação e da comunicação remete ao texto clássico de Adorno e Horkheimer sobre a indústria cultural, no qual eles destacam como a civilização contemporânea confere uma sensação de uniformidade a tudo, e os produtos culturais industrializados buscam criar a ilusão de que o mundo lá fora é uma extensão direta do que foi visto no cinema.

Ambos abordam a passividade do público, seja através do consumo de produtos culturais na indústria cultural ou da absorção passiva de imagens na Sociedade do Espetáculo. Enfatizam a influência dos meios de comunicação de massa na formação da cultura e da consciência coletiva. Os indivíduos se tornam ativos no sentido de ampliar essa dominação de poder as outras pessoas. De forma inconsciente, a alienação se espalha de forma orgânica. Surge a necessidade de exercer uma verdade sobre a do outro, relatividade da percepção da realidade, mediada nas condições materiais do mundo em que nos cerca.

A indústria cultural é frequentemente associada à ideia de homogeneização cultural, onde a diversidade e a individualidade são suprimidas em favor de produtos culturais que atendam a

³⁴ ADORNO, Theodor W.; DE ALMEIDA, Jorge Miranda. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

³⁵ HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas.

um público amplo e que sejam comercialmente viáveis. Isso pode levar à produção em massa de obras que são previsíveis, superficiais e que reforçam valores e ideologias dominantes.

Alguns dos principais pontos que podem ser relacionados a indústria cultural e a ilusão da liberdade por Guy Debord e a única forma de escapar dessas condições criadas pelos próprios homens é:

Emancipar-se das bases materiais da verdade invertida, eis no que consiste a autoemancipação da nossa época. A «missão histórica de instaurar a verdade no mundo», nem o indivíduo isolado, nem a multidão atomizada, submetida às manipulações, a pode realizar, mas a classe que é capaz de ser a dissolução de todas as classes, ao reduzir todo o poder à forma desalienante da democracia realizada, o Conselho, é a instância onde a teoria prática se controla a si própria e vê sua ação. É lá, somente, onde os indivíduos estão «diretamente ligados à história universal»; é lá, somente, onde o diálogo se estabelece para fazer vencer as suas próprias condições.³⁶

Em resumo, a Indústria Cultural e a Sociedade do Espetáculo compartilham a preocupação com o papel dos meios de comunicação, a comercialização da cultura e a passividade do público na era moderna, embora enfatizem aspectos ligeiramente diferentes desses fenômenos. Ambos os conceitos têm desempenhado um papel significativo na análise crítica da cultura contemporânea. A globalização com a comercialização da cultura leva à alienação e à perda de autenticidade nas experiências humanas.

Debord diz que existe uma clara confusão entre a realidade e ficção, argumentando que o espetáculo cria uma falsa realidade na qual as pessoas estão constantemente consumindo imagens e representações, em vez de viverem experiências autênticas. Nesse contexto, o fetichismo pode ser entendido como a tendência das pessoas a atribuírem um valor excessivo às mercadorias e às imagens que são promovidas pelo espetáculo, em detrimento de suas necessidades reais e de sua consciência crítica.

De acordo com Debord, as imagens na sociedade do espetáculo não são simplesmente representações da realidade, mas tornam-se a própria realidade. Ele argumenta que as pessoas passam a experimentar o mundo principalmente através das imagens e que isso as leva a uma alienação cada vez maior do mundo real e de suas próprias vidas autênticas. Nesse contexto, a imagem se torna uma forma de controle social, manipulando as percepções das pessoas e mantendo-as passivas e conformes.

³⁶ DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1991 p.220

Podemos citar vários exemplos dessa deturpação da realidade, extremamente intensificada com a ascensão da internet. Um deles recentemente foi sobre crimes virtuais, no qual meninos aliciavam pessoas por um aplicativo de conversas, a se machucarem, torturarem animais, além de violências sexuais, tudo isso enquanto era transmitido por vídeo³⁷, para os violentadores assistirem.

Essa suposta camada de proteção que a distância física entre os envolvidos, com uma vivência dessa nova geração majoritariamente online, fortalece o que Debord no diz com a ilusão do que é real ou não, essas relações sociais baseada em imagens em uma sociedade extremamente enfraquecida e desesperada por estímulos visuais.

Outros exemplos é como o mercado está se adaptando para um desejo de consumo cada vez mais específico e em detrimento das relações sociais reais. O mercado da pornografia lucra bilhões de dólares por ano³⁸ e estudos são realizados sobre esse novo vício. Além de criar estereótipos sobre o sexo e corpos humanos, aumenta significativamente o isolamento social³⁹, já que supre de outra forma os desejos.

O fenômeno Hikikomori, que surgiu no Japão nos anos 1990, é uma condição psicossocial na qual uma pessoa opta por se isolar da sociedade por um período de seis meses ou mais. É algo crescente no mundo principalmente entre os jovens, mas que se espalha por todas as idades.⁴⁰ A questão cultural do Japão é parte desse fenômeno, mas o contexto da globalização, intensidade do trabalho, exigências acadêmicas, e a competição criada nesses ambientes, são pontos fundamentais ao crescimento dos Hikikomori⁴¹

Seguir dentro do sistema, privado da indiretamente da liberdade, e sofrendo psicologicamente com as pressões sociais, ou se isolar em seu quarto são sintomas de uma sociedade construída para o individualismo, para justamente limitar o ser humano de suas relações sociais e o prender ao espetáculo. Debord argumenta que as imagens também são usadas para criar uma falsa sensação de felicidade e satisfação, levando as pessoas a buscarem a gratificação instantânea e o consumismo desenfreado. Ele critica essa cultura do espetáculo como uma forma de alienação que impede as pessoas de alcançarem uma compreensão

³⁷ [PF apreende adolescente acusado de cometer crimes pelo Discord – Sociedade – CartaCapital](#)

³⁸ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/dec/30/internet-porn-says-more-about-ourselves-than-technology>

³⁹ MACIEL, Nádía Dominique de Sousa. Consumo excessivo de pornografia e suas possíveis consequências na vida do usuário. 2023.

⁴⁰ KATO, T. A. et al. (2012). Does the 'hikikomori' syndrome of social withdrawal exist outside Japan? A preliminary international investigation. *Soc. Psychiatry Psychiatr.*

⁴¹ SUWA, M.; SUZUKI, K. Psychopathological features of "primary social withdrawal". *Seishin Shinkeigaku Zasshi*. v. 104, p.1228–1241, 2002. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12649893>. Acesso em: 26 ago.2019

verdadeira de si mesmas e do mundo ao seu redor: “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma enorme acumulação de espetáculos. Tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação”.⁴²

Podemos pensar nosso universo como uma concha de retalhos, vários pedacinhos que imaginamos serem independentes costurados um no outro, onde estamos inseridos e vamos desenvolvendo opiniões sobre os diversos assuntos, sem perceber que todos refletem uma mesma base fundamental relacionada, caímos no problema está em fechar dentro de uma dessas representações da realidade (imagem) e passar a acreditar que é apenas essa realidade, uma certa naturalização do social.

A "naturalização do social" refere-se ao processo pelo qual certos fenômenos ou características da sociedade são percebidos como inerentemente naturais, inevitáveis ou imutáveis, quando, na realidade, são produtos da cultura, da história e das interações humanas. Esse conceito está intimamente ligado à ideia de que muitas das estruturas e normas sociais que damos como certas são, na verdade, construções sociais moldadas por valores, crenças e práticas culturais.

Esse termo é evidente em diversos cenários. Um exemplo disso ocorre quando as estruturas hierárquicas de gênero, raça e classe social são erroneamente consideradas como sendo inatas ou biologicamente predestinadas, quando, na realidade, são o resultado de influências culturais e históricas que se estendem por séculos. Esse equívoco pode contribuir para a persistência de desigualdades e injustiças, pois as pessoas tendem a resistir a mudanças sociais quando acreditam que as estruturas existentes são "naturais" e, portanto, imutáveis.

O fetiche implica sempre em uma naturalização do social, no sentido de que, passa a achar que a necessidade daquele produto ou serviço, é básica do ser humano, é necessária para uma vivência em sociedade, ou para se sentir mais incluído em algum grupo social. Há uma ilusão, que Debord diz ser real, ou seja, socialmente espontânea: os homens a criam, mas não percebem.

Em resumo, a análise de Guy Debord sobre a imagem na sociedade moderna gira em torno da ideia de que elas desempenham um papel central na criação de uma realidade ilusória, que aliena as pessoas do mundo real e as mantém presas em um ciclo de consumo e entretenimento vazio. Sua crítica à sociedade do espetáculo continua a ser influente e relevante para a compreensão das dinâmicas culturais contemporâneas.

⁴² DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1991 p.13

Como definição no dicionário de Oxford⁴³, sociedade é um agrupamento de seres que convivem em estado gregário e em colaboração mútua. Logo podemos interpretar que essa cooperação que constrói onde vivemos e interferimos socialmente, o todo se torna um espelho do individual e vice-versa. A questão é até vai essas escolhas pessoais influenciar, para formação e manutenção da sociedade, e o quanto somos influenciados por outras nações, pelas grandes corporações, multinacionais a escolher consumir até de certa forma inconscientemente o que é propagado.

A relação entre o conceito de *soft power* e a "sociedade do espetáculo" pode ser compreendida sob a perspectiva da influência e do domínio cultural, principalmente no contexto da política internacional e da comunicação global. O *soft power* é um conceito cunhado pelo cientista político Joseph Nye e como veremos mais no próximo capítulo, é a capacidade de um país influenciar indiretamente outros países por meio da atração e persuasão, em vez do uso da força ou da coerção. Esse mecanismo se baseia na cultura, na diplomacia, na educação, na diplomacia pública e em outros meios não militares de influência.⁴⁴

Na era da "sociedade do espetáculo", o *soft power* pode ser uma ferramenta eficaz para influenciar e persuadir outras nações e culturas. Isso ocorre por meio da exportação de cultura, como cinema, música, literatura e estilo de vida, que são elementos-chave da "sociedade do espetáculo". Países que possuem uma forte indústria cultural e são capazes de projetar uma imagem atraente e influente através da mídia e da cultura popular podem exercer "*soft power*" de forma eficaz, como a *Onda Hallyu*⁴⁵ na coreia do sul, que está levando a cultura *pop* do país em forma de música, shows de TV, e produtos para todo o mundo. A influência cultural em uma sociedade do espetáculo é particularmente significativa, já que as narrativas e imagens apresentadas na mídia têm um impacto profundo na forma como as pessoas percebem outras culturas e nações.

Em resumo, a relação entre o *soft power* e a "sociedade do espetáculo" destaca como a cultura e a influência cultural desempenham um papel essencial na política internacional e na comunicação global, especialmente em uma era em que as imagens e os espetáculos desempenham um papel central na formação da opinião pública e na construção de identidades culturais.

⁴³ Disponível em: [Oxford Languages and Google - Portuguese | Oxford Languages \(oup.com\)](#)
Acesso: 01/11/2023

⁴⁴ MARTINELLI, Caio Barbosa. O jogo tridimensional: o *hard power*, o *soft power* e a interdependência complexa, segundo Joseph Nye. **Conjuntura Global**, v. 5, n. 1, 2016.

⁴⁵ LEE, Sangjoon; NORNES, Abé Markus (Ed.). **Hallyu 2.0: The Korean Wave in the age of social media**. University of Michigan Press, 2015.

Um exemplo de como a espetacularização da imagem está tão enraizada na sociedade é dado pelo filósofo Michel Foucault em sua obra *História da sexualidade e dinâmicas do poder*⁴⁶, na qual examina como a sociedade constrói e controla a sexualidade. Ele argumenta que o poder não está apenas centralizado no Estado ou em instituições específicas, mas permeia todas as relações sociais, incluindo as sexuais. Foucault destaca como as normas sociais e as práticas de controle exercem poder sobre as identidades sexuais e como a sexualidade é historicamente construída.

Embora o termo "fetichismo" não esteja diretamente associado a Foucault da mesma forma que Marx e Debord, é outra forma de entendermos como são fortes essas relações de poder, em como a sociedade constrói e controla a sexualidade de uma forma irreal.

Podemos fazer uma conexão entre as ideias de Foucault e de Debord sobre a maneira como as sociedades regulam e moldam as práticas sexuais. O fetichismo sexual, em termos gerais, refere-se à excitação ou ao desejo sexual que se concentra em objetos, partes do corpo ou situações não convencionais. Esses objetos ou elementos são considerados fetiches e podem ser tanto materiais (como roupas de látex) quanto conceituais (como certos comportamentos).

Foucault argumentaria que as normas sociais e as convenções culturais também desempenham um papel na construção do fetichismo sexual. Ele investigaria como as sociedades estabelecem o que é considerado "normal" em termos de práticas sexuais e como as margens desse conceito de normalidade podem ser exploradas e fetichizadas por indivíduos como uma forma de resistência ou subversão.

O cinema como diz Marc Ferro⁴⁷, é uma forte ferramenta ideológica, de mentalidade e de transformações sociais. Citamos exemplos de como é um método do *soft power*, mas que também pode ser usado para escancarar realidades e protestar contra esse tipo de poder.

O filme de 2014, *Fragile* do cineasta e ator japonês Shingo Ota, retrata um bairro de Osaka no Japão, chamado de Kamagasaki, onde é conhecido por ser uma das regiões mais pobres do país, com inúmeros homens em situação de rua, uso exagerado de drogas e álcool e problemas com a polícia. O governo faz um trabalho de invisibilidade do local e das pessoas, abafando as notícias e o retirando de mapas, para além dos japoneses, os estrangeiros que constroem seus desejos e fantasias sobre o Japão não tomem conhecimento do bairro e sua realidade.

⁴⁶ FOUCAULT, Michael. *História da sexualidade I*. 2012

⁴⁷ FERRO, Marc. **Cinema e história**. Paz e terra, 2010.

A polêmica se instaura quando o governo de Osaka que apoia financeiramente com base em seus incentivos à cultura a produção do filme, pede para que sejam realizados cortes em cenas consideradas por eles sensíveis, o que foi negado por Shingo Ota, com justificativas de censura e que perderia o sentido e o objetivo da obra, pois retiraria a realidade vivida pelos moradores do bairro. Em conclusão, o filme foi impedido de participar do festival de filmes de Osaka.⁴⁸

Podemos concluir que os textos de Guy Debord acerca da sociedade do espetáculo podem ser interpretados como uma crítica ao culto das mercadorias e à alienação que ele argumenta serem aspectos fundamentais da sociedade atual. Ele defende que a sociedade do espetáculo distancia as pessoas de suas identidades genuínas e de suas relações sociais autênticas, substituindo-as por uma cultura de consumo que se baseia na idealização exagerada de mercadorias e imagens.

Esse conceito se refere a uma abordagem crítica da cultura e da sociedade moderna, que argumenta que a cultura de massa, como filmes, música, televisão, literatura e entretenimento em geral, é produzida e disseminada de maneira industrializada, visando principalmente ao lucro e à padronização, em vez de à expressão artística ou à reflexão crítica, ou seja, um consumo em detrimento do conhecimento.

Como diz a professora Roseli Zen Cerny:

Se fazemos parte do espetáculo sem nos dar conta, se o espetáculo é nossa realidade, não só porque tudo o que conhecemos da realidade é sua representação pelos meios de comunicação, mas porque as relações sociais estão impregnadas da lógica do espetáculo, então estamos presos à falsa consciência alienada produzida pelas mídias para nos adaptar às necessidades do sistema. Presos como num sonho do qual devemos acordar. E ajudar nossos jovens a tomarem consciência dessa realidade produzida, a retomarem as rédeas das próprias vidas, a fazerem uma leitura crítica das mensagens midiáticas e a dominarem as tecnologias ao invés de serem dominados por elas.⁴⁹

⁴⁸ [Japan's biggest slum not on maps or in film fest \(yahoo.com\)](http://www.yahoo.com)

⁴⁹ CERNY, Roseli Zen. **Formação na sociedade do espetáculo**. Edições Loyola, 2002.

CAPÍTULO II – *O soft power* e suas relações com Hollywood

*O poder suave é mais persuasão ou capacidade de mover as pessoas pela argumentação, embora ambos sejam parte importante dele. É também a capacidade atrair, e atração muitas vezes leva a consentimento, concordância e submissão. De maneira simples, em termos comportamentais, o poder suave é o poder de atração*⁵⁰

2.1 – Compreendendo o poder mais eficiente do século XXI

Essa fala de Nye, demonstra como o *soft power* funciona de maneira a entrar no subconsciente humano, de conquistar e de ser uma influência que aceitamos e convivemos no dia a dia. Falando mais sobre essa forma de poder, o autor Frantjesco Ballerini nos fala diversos pontos importantes no livro *Poder Suave (soft power)*, e segundo ele, de sua arma mais forte, o cinema:

*Estamos falando, portanto, do poder suave (em inglês, soft power). Ele sempre existiu, talvez antes até dos filósofos gregos. Mas foi quando o mundo se dividiu em dois poderes duros – o capitalista e o comunista, durante a Guerra Fria – o que o poder de persuasão se tornou mais evidente. Afinal, nem todo o poderio bélico da União Soviética evitou que ela se esfacelasse de dentro para fora. E Não foi a força militar dos Estados Unidos, que garantiu, sozinha, a vitória do seu sistema. Outro poder, muito mais eficiente – pois sedutor -, fez o modo de vida americano se infiltrar por entre as fronteiras comunistas, acelerando a implosão soviética. Esse poder se chama Hollywood.*⁵¹

⁵⁰ BALLERINI, Frantjesco. **Poder Suave (soft power)**. Summus Editorial, 2017, p.18; Apud NYE, Joseph; POWER, Soft. **The means to success in world politics**. New York: Public Affairs, 2004.

⁵¹ Ibidem, p.14.

Para o autor, não existe maneira mais eficiente de exercer poder na população, que dentro de seu lazer, momento em que estão cansados do trabalho e querendo fugir de seus problemas pessoais e entrar em realidades paralelas, em mundos que gostariam de viver, ou também para glorificar sua situação atual, em relação à qual pela visão passada pelas telonas, outras pessoas podem estar ainda piores.

Como diz Ballerini, por ser produzido em sua maioria fora do âmbito estatal, o *soft power* não é de controle do estado, pois perde uma de suas principais características: ter seu discurso realizado por pessoas de fora da política, o que causa muita eficiência na suavidade de ser transmitido principalmente internacionalmente, mas não quer dizer que sejam totalmente independentes e que nunca dialoguem, pelo contrário. contrário.⁵²

O exemplo que o autor traz é bem esclarecedor sobre isso: o Oscar de 2013 foi entregue das mãos de Michelle Obama, primeira-dama dos Estados Unidos na época, no qual o vencedor foi *Argo* (2012), dirigido por Ben Affleck. Trata-se de um filme sobre resgate de seis diplomatas americanos no Irã, em 1979, período de uma grande crise diplomática entre os dois países, que estava novamente tensa naquela época da premiação. O filme foi bastante criticado pelas distorções de fatos: pois colocava os americanos como vítimas e, depois, como heróis em território inimigo.

*Depois dessa noite, se alguém tinha dúvidas de que Hollywood e Washington andaram quase sempre de mãos dadas, tais dúvidas foram dirimidas. Não que o poder político controle o poder suave ou vice-versa, mas em muitos momentos da história dos Estados Unidos ambos tiveram interesses em comum e souberam se ajudar.*⁵³

Por mais que existam relações estreitas, entre governo americano e Hollywood, e se dão as mãos quando necessário, o cinema ainda é uma arma controlada pelos seus diretores e estúdios, por isso o *soft power* é mais difícil de se manejar, e que também vai depender de como o espectador recebe as produções.

Outro ponto, é em como o *hard power* se torna em algumas vezes um empecilho a essa forma de dominação, pois pode abalar a visão exterior de nação mais desejada e conhecida do mundo Estados Unidos, como em 2003 por causa da declaração de guerra ao Iraque, não é interessante para a criação de um imaginário de um país perfeito, enquanto se está em guerra, assassinando milhares de pessoas. Sendo assim extremamente difícil o *hard power* e o *soft power* trabalharem em conjunto.

⁵² Ibidem. 22.

⁵³ Ibidem, p.44.

O conselho dado por Nicolau Maquiavel aos príncipes italianos quatro séculos atrás - ser mais temido que amado – tornou-se ineficaz. Hoje, em política, é importante ser temido e amado. Mas para uma nação, é muito mais eficiente ser apenas amada. Ou por acaso alguém morre de amor pelos Estados Unidos pelo fato de sozinhos, serem capazes de aniquilar a vida na Terra com seu arsenal nuclear? ⁵⁴

Com o tempo e a percepção que o *hard power* estava perdendo sua eficácia, para os desejos de dominação dos norte-americanos, a visão de quão longe poderia ir essa nova forma de poder foi se expandindo, mesmo que as outras nações tenham consciência dos objetivos dos Estados Unidos, pois também exercem essa forma de poder.

Joseph Nye em entrevista a Ballerini afirma que:

O poder suave de um país reside principalmente em sua cultura (alta cultura ou cultura popular), em seus valores e políticas, e afirma que, mesmo quando a economia da china ultrapassar a dos Estados Unidos, o país não vai superar os Estados Unidos no poderio militar e no poder suave.

Joseph Nye nos atenta sobre visões de como os cidadãos absorvem essas características, criticando intelectuais que consideram a cultura popular apenas como um anestésico, um momento de lazer sem intenções políticas. Para ele, é uma generalização perigosa, já que imagens sobre individualismo e consumo, que acarretam fortes efeitos políticos, a linha entre entretenimento e informação está mais tênue do que nunca, e está ficando cada vez mais turva com a mídia de massa mundial. ⁵⁵

Com o consumo do cinema, e de outras mídias hollywoodianas, as argumentações e demonstrações retratadas nas obras, a romantização através de todas as características que as compõem, como trilha sonora, fotografia e roteiro, em relações a diversos temas, como uma nação ou ideologia política, ela se torna verdadeira, ao longo do tempo, para os espectadores sobressaindo as suas próprias realidades, e é aí que percebemos o potencial dessa arma extremamente poderosa.

Os gigantes estúdios de Hollywood sabem disso mais que ninguém, e exercem seu poder de forma planejada, para criar hábitos de consumo, reforçar estereótipos. P.31, como transformar latino-americanos em baderneiros, reforçar o preconceito e a relação entre islâmicos e terroristas, ou como veremos a frente, colocar coreanos como fanáticos por conflitos e guerras.

⁵⁴ Ibidem, p.17-18

⁵⁵ NYE, Joseph. *Soft power* and higher education. In: **Forum for the future of higher education (Archives)**. 2005. p.12,13

O cinema traz consigo ferramentas que atuam lado a lado com o *soft power* e alguns deles são: A construção de uma identidade e memória coletiva ao retratar eventos históricos, aumentando o nacionalismo, como os inúmeros filmes que mostram soldados americanos lutando e saindo vitoriosos contra diversos inimigos em guerras. Esses filmes influenciam a forma como as gerações posteriores percebem esses eventos, o que contribui para a construção de uma identidade nacional mais forte, se tornando um dos principais instrumentos de dominação.

Para Marc Ferro, o cinema é um testemunho singular de seu tempo e, assim como Nye, ressalta ser uma produção que não possui controle direto do Estado ou de outras instâncias. Nem mesmo durante governos totalitários, com a censura, não foi possível segurá-lo. Para ele, o filme possui elementos que viabilizam uma nova forma de análise da sociedade, pela visão do diretor, e do que ele deseja transmitir, iludindo ou revelando um ponto de vista não convencional, que tem sua influência cada vez mais tratada de forma importante. As imagens, a trilha sonora, os efeitos especiais, a atuação, o figurino e muitos outros elementos, todos foram construídos para enviar mensagens ao consumidor, mesmo que não diretamente: o subconsciente absorve tais informações, enquanto esse poder adapta-se às novas formas de consumo e se fortalece cada vez mais.

Sobre como o Cinema escapa das mãos do poder do Estado, apoiamo-nos em Ballerini, conforme o qual:

[segundo] Ben Stein, no livro Her only sin (1986), “as pessoas aqui da Casa Branca acham que têm poder. Estão enganadas. As pessoas que fazem esses [filmes] é quem tem poder ... Elas podem entrar na sua cabeça. Podem assumir o controle de tudo que você vê e faz, mudar seu jeito de sentir, tudo que acontece com você, e poder é isso”. E, como comentou David Putnam presidente da Coca-Cola, então dona do estúdio: “Os filmes são poderosos. Bons ou ruins, eles mexem com sua cabeça. Aproximam-se de você furtivamente no escuro do cinema para informar ou confirmar condutas sociais.”⁵⁶

Ballerini também nos diz que por mais que o cinema tenha como seu foco aparente o entretenimento, foram raros países que receberam tranquilamente esse *soft power* dos Estados Unidos. Mesmo os seus aliados mais comuns, como a Europa Ocidental, sentiram a necessidade de estabelecer políticas de restrição à importação de filmes de Hollywood assim

⁵⁶ BALLERINI, Frantiesco. **Poder Suave (soft power)**. Summus Editorial, 2017, p.18; Apud NYE, Joseph; POWER, Soft. **The means to success in world politics**. New York: Public Affairs, 2004 p.44

que perceberam que os Norte Americanos tinham outras intenções além do lucro imediato. Em reação, os estúdios pediram ajuda ao governo a fim de abrir as fronteiras do mundo, novamente a necessidade de trabalharem em conjunto, com a justificativa de que o cinema norte americano é o meio mais valioso de divulgar a imagem dos Estados Unidos.

Uma outra forma de entendermos a força do *soft power* e do cinema como forma de aplicação podemos ver em Michel de Certeau, e sua obra *A invenção do Cotidiano*⁵⁷, na qual, resumidamente, ele aborda a vida cotidiana como um espaço de resistência e prática criativa. Nela, as pessoas desenvolvem estratégias para negociar e se apropriar do ambiente em que vivem. Certeau argumenta que o cotidiano não é apenas uma série de práticas repetitivas, mas um campo onde as pessoas exercem agência, inventando modos de viver que podem ser distintos das estruturas sociais e culturais dominantes.

Em relação ao cinema, podemos endossar essa teoria no sentido de que os espectadores, ao consumirem o filme, interpretam-no, adaptam-no à sua realidade do cotidiano, são influenciados pelos diretores, mas também subvertem algumas intenções, principalmente naqueles aspectos em que existem maiores diferenças culturais. Um estadunidense poderá ter uma visão diferente de um brasileiro ou de um coreano em face de uma produção que fale sobre seu país, por exemplo.

Certeau oferece uma perspectiva valiosa sobre como as pessoas comuns exercem agência e criatividade em meio às estruturas sociais dominantes, seja ela o Estado ou essas grandes corporações de Hollywood. Por isso, o *soft power* é poderoso, mas ao mesmo tempo indeterminado e perceber a extensão efetiva de seus efeitos em dada realidade é algo que demanda muita análise de campo e observações de variáveis bastante complexas.

2.2 A entrevista

O filme escolhido para análise mais detida neste trabalho foi *A Entrevista* (2014)⁵⁸, dos diretores Seth Rogen e Evan Goldberg, e estrelados por James Franco, como Dave Skylark, apresentador de um programa de televisão chamado "Skylark Tonight", e Seth Rogen, como Aaron Rapoport, o produtor do programa. A escolha se justifica pelo fato do filme de tratar o *soft power* de forma satírica. No caso, aborda a relação entre os Estados Unidos e a Coreia do Norte, países com ideologias políticas e econômicas rivais, e de como foi construído o

⁵⁷ CERTEAU, Michel de. *L'invention du quotidien*. 1994.

⁵⁸ ROGEN, Seth (Dir.); GOLDBERG, Evan (Dir.). *A Entrevista*. Produção: Columbia Pictures, LStar Capital, Point Grey Pictures, 2014. (1h 52min). Streaming.

imaginário de cada uma de suas populações, uma sobre a outra, focalizando, principalmente, a norte americana. O modo satírico de abordagem permite escancarar, por um lado, o absurdo dos estereótipos criados midiaticamente nas relações de *soft power*, por outro, a seu potencial eficácia.

Outro motivo importante, foi a sua recepção, suscitando grandes polêmicas antes mesmo de seu lançamento, devido ao seu tema e às tensões entre os dois países. A recepção foi tão conflitiva a ponto de motivar ataques anônimos de hackers à Sony⁵⁹, produtora responsável pelo filme. Isso demonstra o quanto as mensagens políticas do filme – que de inocentes ou neutras nada têm – suscitaram reações de grupos ideológicos e políticos interessados na disputa em torno deste imaginário.

A obra tem como tema uma tentativa fictícia de assassinato do líder supremo⁶⁰ norte-coreano Kim Jong-un. A história acompanha dois apresentadores de um programa de TV, interpretados por Seth Rogen e James Franco, que conseguem uma entrevista exclusiva com Kim Jong-un na Coreia do Norte. No entanto, eles seriam, conforme avança a trama, recrutados pela CIA para assassinar o líder norte-coreano durante a entrevista.

Somente por isso, o filme já foi capaz de causar certos alvoroços na mídia, tanto na estadunidense, quanto na internacional. Os produtores aproveitaram essas notícias para promoverem o filme e começaram a divulgar a obra como sendo “o filme mais polêmico do ano”, o que se tornou uma ótima campanha de marketing. Contudo, ela aumentou ainda mais a tensão entre os grupos ideológicos relacionados aos regimes políticos dos dois países, a ponto de ter sua data de lançamento adiada por ameaças de ataques às salas de cinemas.

Embora o filme seja uma comédia fictícia, ele desempenhou um papel peculiar na discussão sobre a influência cultural e midiática de uma nação sobre outra, destacando como obras culturais, tais como filmes de entretenimento, podem influenciar a opinião pública e moldar as percepções internacionais, mesmo que de maneira supostamente “não séria”.

Entrando em uma análise mais detalhada da obra, os diretores se aproveitam no que o autor Edward Said chama de Orientalismo, em sua obra de mesmo nome, na qual demonstra como o

⁵⁹ G1. Hackers da Sony ameaçam cinemas que exibirem filme 'A Entrevista'. G1 Globo, 18 dez. 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/12/hackers-da-sony-ameacam-cinemas-que-exibirem-filme-entrevista.html#:~:text=Vazado%20em%20ataque%2C%20filme%20brinca,para%20matar%20Kim%20Jong%20DUn.&text=O%20grupo%20que%20alega%20ser,l%C3%ADder%20da%20Coreia%20do%20Norte>. Acesso em: 25 nov. 2023.

⁶⁰ Kim Jong Un é o presidente da comissão de assuntos estatais (Comandante-Chefe militar) e o chefe das forças armadas no país, o maior cargo militar, por ser da família que lidera o país desde sua formação, conseguiu uma influência maior que qualquer outra pessoa no país.

Oriente foi historicamente representado e construído pelo Ocidente, especificamente pelos acadêmicos, escritores, artistas e instituições europeias. A comicidade do filme se aproveita dos estereótipos tradicionalmente construídos sobre os asiáticos de maneira geral para desnudar o absurdo de certas compreensões de senso comum sobre os norte-coreanos nos Estados Unidos e em sua indústria cultural.

A construção de imagem que o “ocidente” fez em relação ao “oriente” ao longo de vários séculos, com seus estereótipos, homogeneizações, inferiorizações e, enfim, como forma de dominação simbólica, deu-se também pela literatura e pela própria Antropologia. O Orientalismo é como uma lente criada pelas ideologias imperialistas da Europa e oferecida à população como uma forma de divisão das sociedades. Como afirma Ettore Schimid Batalha, “O Oriente, no orientalismo, nada mais é que parte integrante da cultura material europeia e de sua civilização”⁶¹

Dentro desse termo temos o tecno-orientalismo⁶², característica da história contemporânea, pois engloba o que temos sobre orientalismo com o impacto da tecnologia e da cultura digital na representação do Oriente, onde o filme faz uso dentro e fora das telas, como as campanhas de marketing e dos ataques de hackers, para impulsionar o interesse pelo consumo, pois utiliza do estereótipo de conhecimento de tecnologia dos coreanos o que acarreta ainda mais mídia para o filme.

Juntamente com as análises de cinema e história de Marc Ferro⁶³, conseguimos perceber o orientalismo em Hollywood, de diversas formas, que vão muito além de apenas um roteiro cheio de estereótipos e de uma identidade ocidental superior. Outros exemplos são: a fotografia, as formas de posicionamento de câmera, os filtros, como podemos reparar no filtro amarelo, muitas vezes utilizado para retratar a América Latina, a trilha sonora, e a construção dos personagens etc.

Na primeira cena do filme, é mostrada um programa televisivo dos Estados Unidos que transmite um festival norte coreano, onde uma criança norte-coreana, em um festival em seu país, canta uma música de exaltação de seu líder, Kim Jong Un e proferindo palavras de ódio ao país americano, seguido logo após por um lançamento de um míssil balístico que poderia atingir os Estados Unidos.

⁶¹ BATALHA, Ettore Schimid. O Orientalismo, ou a afirmação do Discurso Hegemônico do Ocidente: Orientalism, or the affirmation of the Western Hegemonic Discourse. **Argumentos-Revista do Departamento de Ciências Sociais da Unimontes**, v. 14, n. 2, p. 180, 2017.

⁶² MORLEY, David; ROBINS, Kevin. Techno-orientalism: foreigners, phobias, and futures. **New Formations**, v. 16, n. 4, p. 155, 1992.

⁶³ FERRO, Marc. **Cinema e história**. Paz e terra, 2010.

Com um claro propósito de causar terror na população, até mesmo chamando Kim Jong Un de Hitler moderno, mostrando o propósito do filme de passar essa sensação de absurdo e irrealidade, mas que conseguimos perceber semelhanças com o imaginário construído em anos de *soft power* americano.

Alguns outros pontos analisados durante o filme exemplificam os termos utilizados nesse trabalho: Kim Jong-Un é retratado como fã do programa do protagonista Dave Skylark e consumidor assíduo da mídia estadunidense, como da cantora Katy Perry e de bebidas do país, o que é a razão pela qual se tornaria possível, na trama do filme, realizar a entrevista na Coreia do Norte. Este artifício cria uma inverossimilhança cômica, que, por um lado ironiza o suposto antiamericanismo extremado do líder norte-coreano e, por outro, infantiliza-o como um sujeito pueril atraído por ícones do consumo e da superficialidade da cultura de massas para jovens nos Estados Unidos.

Esteretótipos para o norte-coreano são construídos em relação à linguagem, como o sotaque característico ao falar inglês. Também se expressam na caracterização do figurino, envolvendo o hábito de andarem sempre armados, fardados e com outras características associativas ao militarismo. Mostram-se até mesmo o meio de transporte como o da ministra de relações exteriores, que usa um helicóptero de guerra cotidianamente. Eles se expressam ainda em um comportamento sempre violento e sério, reforçado no exagero cômico.

Durante a reunião com a CIA, a agência de inteligência central americana, na qual se propõe, na trama do filme, o assassinato de Kim Jong Um, fala-se também de forma exagerada do poderio bélico da Coreia do Norte, da forma como o seu presidente enxerga a realidade e de como ele estaria disposto a deixar toda sua população morrer em prol da vitória contra os Estados Unidos.

Quando os personagens chegam a Pyongyang, capital da Coreia do Norte, são recebidos por uma festa de recepção composta por crianças dançando em roupas tradicionais, além de vários fotógrafos. São apresentados como aqueles que iriam apresentar a verdade do país ao mundo. Dave Skylark agradece os coreanos e termina sua fala com *konichiwa* – palavra do idioma japonês para se desejar boa tarde – um modo satirizado do filme exemplificar a mentalidade orientalista, que geralmente retrata o leste asiático como algo homogêneo e uniforme.

Durante uma conversa, ainda no carro em direção aos aposentos, existe um diálogo entre Dave Skylark e a primeira-ministra Sook, quando ele a pergunta sobre diversas afirmações que teria ouvido pela mídia americana, como a população morrer de fome. A personagem rebate as afirmações mostrando o povo feliz, fazendo compras em mercados fartos e uma criança com

doce os acenando, o que convence totalmente Dave e, parcialmente, o seu colega, Aaron Rapaport.

Sobre a devoção praticamente divina de seu povo com seu presidente, é interessante reparar que em todas as casas, todas muito simples por sinal, além dos edifícios do governo, possuem fotos de Kim Il-sung, Kim Jong-Il, os antecessores de Kim Jong Un, que por sua vez esbanja carros de luxo, internacionais para Dave, além de comidas caras e diversas opções de lazer.

Sobre a questão do trabalho, o filme retrata com frequência o trabalho infantil, desde a chegada deles no país, quanto em outras apresentações artísticas apenas para um grupo seleto de convidados, além de diálogos que colocam o presidente coreano como alguém que gosta de ver as crianças trabalhando.

Posteriormente ao longo da trama, o desenvolvimento do personagem Kim Jong Un faz com que o espectador crie um leve apego emocional, quando ele começa a se abrir para Dave, com a justificativa, de que teve que seguir os passos de seus antecessores, que é um homem que possui sentimentos, e que os Estados Unidos todo esse tempo mentiu e criou uma falsa imagem dele. Porém logo após tudo isso é quebrado intencionalmente, em um surto de raiva de Kim, que se revolta e ameaça começar uma guerra, demonstrando o como uma pessoa perigosa e de pavio curto.

No clímax do filme, o momento que leva seu título, a entrevista é combinada com a ministra de comunicação, que se torna aliada dos americanos, fazer perguntas que revelam a “verdade” sobre a Coreia do Norte, que possui 200 mil campos de concentração, 16 milhões de pessoas com fome, 800 mil dólares gastos com armamento além de terem recebido 200 milhões de dólares em alimentos, alimentos recebidos pela ONU.

Durante a entrevista, Dave Skylark consegue derrubar a “máscara” de Kim, e conseguindo provar que ele é manipulador e mentiroso, tanto para toda a população norte coreana e estadunidense, que estão assistindo pela televisão se revelando sendo o ditador que os Estados Unidos sempre disseram, mesmo Kim tentando argumentar sobre as sanções e crueldades americanas, os cidadãos zombam de seus argumentos, fiéis, agora mais que nunca ao discurso Estadunidense.

O filme se encerra com Dave e os americanos saindo como herói, como nos padrões dos filmes de Hollywood, colocando um fim ao mandato de Kim Jong Um, que também é assassinado pelos protagonistas.

Em uma das cenas finais, temos outro exemplo de um padrão de filme hollywoodiano com o herói americano (Dave Skylark) saindo como vitorioso, aguardando o resgate, com uma paisagem romantizada, durante o pôr do sol, com diálogos ainda estereotipados contra a “nação

vilã’ e glorificando os Estados Unidos, com trilha sonora que remete a cenas de heroísmo e emoção.

Por fim a democracia é restaurada no país asiático, com a antiga primeira-ministra Park Sook Yin, sendo eleita presidenta, e seu povo feliz, com esperança de uma prosperidade que há muito tempo não se via no país, que agora possui diversas influências culturais do país americano, que pode ser reparado nas roupas, corte de cabelos e maquiagem.

Podemos ver claramente que o filme é uma sátira, com informações totalmente exageradas e irreais, como citado anteriormente. Porém os diretores brincam exatamente com a influência do *soft power* americano, e como seus cidadãos enxergam o país asiático.

Isso porque notícias igualmente no mínimo polemicas como as do filme, já foram divulgadas por grandes mídias. Alguns exemplos são de que os homens universitários eram obrigados a ter o corte de cabelo de Kim Jong Un⁶⁴ ou de que a Coreia do Norte tinha encontrado Unicórnios no país⁶⁵ ou que o presidente mandou executar seu tio, sendo comido vivo por 120 cachorros. Todas posteriormente desmentidas.

Em um país em que uma grande quantidade de pessoas acredita que existe chips nas vacinas contra a Covid-19⁶⁶, essas notícias têm um efeito extremamente negativo na construção do imaginário da população em relação à Coreia do Norte, principalmente vindo da maior potência de *soft power* do mundo, aliado de um de seus maiores parceiros, a Coreia do Sul.

Por fim a crítica em geral ao filme foi mista. Retirando algumas negativas sobre a forma como o humor foi utilizado, muitos viram com bons olhos a abordagem satírica. É interessante para refletir, um filme feito em Hollywood brinca com a sua maior arma, o *soft power*, para os próprios espectadores verem Utilizar do título de “filme mais polêmico do ano” para vender, que no fim se tornando mais lembrado com o que aconteceu fora das telas, do que a sua trama em si.

Conclusão.

O *soft power* no cinema é uma ferramenta poderosa para países moldarem suas imagens, valores e influências no cenário global, permitindo que suas produções cinematográficas

⁶⁴ BBC, 2014. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/blogs-news-from-elsewhere-26747649> Acesso em: 11/11/2023. Coreia do Norte: Estudantes obrigados a cortar o cabelo de Kim Jong Un

⁶⁵The Guardian, 2013, Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2012/nov/30/unicorn-lair-discovered-north-korea>

Unicorn lair ‘discovered’ in North Korea

⁶⁶ BBC, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52951764>. Acesso em: 11/11/2023.

Jane Wakefield. Coronavírus: Como Bill Gates virou alvo de teorias da conspiração sobre a pandemia.

transcendam fronteiras e influenciem a percepção e opiniões ao redor do mundo, e no capitalismo, vender sua cultura, o que significa bilhões de dólares ao longo dos anos.

Os filmes podem ser uma representação importante da identidade nacional de um país. Eles podem retratar símbolos, ideologias, e principalmente narrativas históricas que contribuem a definir como uma nação é vista internacionalmente.

Por outro lado, como vimos, por ser um poder de difícil controle, e estar aberto a interpretações é perigoso quando visto principalmente por sociedades com culturas sociais diferentes, como diz Frantinesco Ballerini:

Nye advertiu, no entanto, que os resultados obtidos pelo soft power nem sempre são previsíveis nem mesmo desejáveis. Assim como milhões de católicos do mundo seguem os ensinamentos do papa sobre pena de morte, contracepção e aborto - não por meio da imposição, mas da legitimidade das palavras, temos exemplos do Estado Islâmico e legiões de fanáticos religiosos, não é cooptada necessariamente por dinheiro, mas pela sedução de suas palavras e de seus objetivos. E a melhor forma de combater tal sedução certamente não é o Hard Power, que, ao contrário poderá alimentar ainda mais a sede de vingança do lado oposto. ⁶⁷

Uma nação, por mais que possua suas homogeneidades, quando tratada em relação ao indivíduo, possui diferenças de compreensão de sua realidade o que acarreta diferentes reações, por isso no capitalismo o *soft power* está estritamente ligado com a Sociedade do Espetáculo de Guy Debord, a alienação, no qual as relações sociais são mediadas por imagens, e representações.

Entendemos que o cinema é uma das mais poderosas formas de produção de imagens e narrativas, mas que não se refere somente ao filme, mas de toda a estrutura social, onde as pessoas já possuem influências prévias manipuladas por imagens, enquanto o Hollywood é um dos mais fortes sistemas para reforçar essas ideias.

Para subverter a isso, Marc Ferro⁶⁸ nos dá dicas de como subverter essa lógica do espetáculo, além de usá-lo como uma ferramenta importante para compreensão histórica. Analisar as obras de forma crítica, com a consciência das intenções do(s) diretor(es) e do contexto histórico e político vivido por eles. Assim, como o cinema é a arma mais forte do *soft power*, e uma expressão poderosa da sociedade do espetáculo, também pode ser uma ferramenta para questioná-los e desafiá-los, dependendo apenas de quem os consome.

⁶⁷ BALLERINI, Frantinesco. **Poder Suave (soft power)**. Summus Editorial, 2017 p.17-18

⁶⁸ FERRO, Marc. **Cinema e história**. Paz e terra, 2010.

Referências bibliográficas:

ADORNO, Theodor W.; DE ALMEIDA, Jorge Miranda. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002

BALLERINI, Frantiesco. Poder Suave (*soft power*). Summus Editorial, 2017, p.18; apud

BATALHA, Ettore Schimid. O Orientalismo, ou a afirmação do Discurso Hegemônico do Ocidente: Orientalism, or the affirmation of the Western Hegemonic Discourse. Argumentos-Revista do Departamento de Ciências Sociais da Unimontes, v. 14, n. 2

CERNY, Roseli Zen. Formação na sociedade do espetáculo. Edicoes Loyola, 2002

CERTEAU, Michel de. L'invention du quotidien. 1994

DA COSTA, Inácio José de Araújo. Guy Debord e o caráter fetichista da imagem na sociedade do espetáculo. Pilares da Filosofia: estudos acerca da ética, política, linguagem, conhecimento e ensino de filosofia/Francisca Galiléia P. da Silva

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1991.

FERRO, Marc. Cinema e história. Paz e terra, 2010.

FEUERBACH, Ludwig. The essence of Christianity. Barnes & Noble Publishing, 2004

FOUCAULT, Michael. História da sexualidade I. 2012

GOMBIN, Richard; PESCADADA, António. As origens do esquerdismo. 1972

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas

JAPPE, Anselm. Guy Debord: New Afterword by the Author. Univ of California Press, 1999. P.265

- JAPPE, Anselm; ROSA FILHO, Sílvio. Alienação, reificação e fetichismo da mercadoria. *Revista Limiar*, v. 1, n. 2, p. 4-29, 2014
- KATO, T. A. et al. (2012). Does the ‘hikikomori’ syndrome of social withdrawal exist outside Japan? A preliminary international investigation. *Soc. Psychiatry Psychiatr*
- LEE, Sangjoon; NORNES, Abé Markus (Ed.). *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the age of social media*. University of Michigan Press, 2015
- MACIEL, Nádia Dominique de Sousa. *Consumo excessivo de pornografia e suas possíveis consequências na vida do usuário*. 2023
- MARTINELLI, Caio Barbosa. O jogo tridimensional: o hard power, o *soft power* e a interdependência complexa, segundo Joseph Nye. *Conjuntura Global*, v. 5, n. 1, 2016
- MARX, Karl. *O capital: edição condensada*. Edipro, 2019
- MARX, Karl. *Trabalho Alienado IN Manuscritos Econômico-Filosóficos*
- MORLEY, David; ROBINS, Kevin. *Techno-orientalism: foreigners, phobias, and futures*. *New Formations*, v. 16, n. 4,
- NYE Jr., J. S. O paradoxo do poder americano: porque a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: Ed. UNESP, 200? P.30
- Nye, Joseph S. “*Soft power*.” *Foreign Policy*, no. 80, 1990, pp. 153–71. JSTOR
- NYE, Joseph. *Soft power* and higher education. In: *Forum for the future of higher education (Archives)*. 2005
- VIANA, Nildo Silva. *Debord: espetáculo, fetichismo e abstratificação*. 2011