

## Universo Cinematográfico da Marvel como fonte de *soft power* dos Estados Unidos da América.<sup>1</sup>

Maurício Ribeiro da Silva Neto<sup>2</sup>

**Resumo:** Dentre as grandes produções de Hollywood podemos destacar, atualmente, os filmes de heróis, em particular os da Marvel, que atingem números excepcionais de audiência e de arrecadação. Uma franquia desse porte gera alguns impactos políticos positivos para os Estados Unidos que merecem ser estudados. Este trabalho busca compreender estes impactos e como eles influenciam as relações entre os Estados. O argumento é de que o Universo Cinematográfico da Marvel atingiu um tamanho tão elevado que, mesmo sem intervenção estatal, se tornou uma fonte de poder dos EUA. Assim, é feita uma análise da relevância do cinema nas relações entre os países em conjunto com a teoria de *soft power* desenvolvida por Joseph Nye, fornecendo o embasamento necessário para compreendermos a forma de que a franquia auxilia seu país de origem. A partir disto concluímos que a Marvel é uma fonte de *soft power* para os EUA.

Palavras-chave: *Soft power*, Cinema, Herói, Marvel, Joseph Nye.

**Abstract:** Among Hollywood super productions we can emphasize the hero movies, particularly Marvel's movies, which have exceptional audience and raising numbers. A franchise this size produces positive political impacts for United States that deserve to be studied. This article seeks to comprehend these impacts and how they influence the relations between States. The argument is that Marvel Cinematic Universe has achieved a size that, even without state intervention, it has become a soft power source to USA. Given that, this article analyzes cinema's relevance in the relations between countries together with Joseph Nye's soft power theory, providing the knowledge needed for us to comprehend how the franchise helps its country. After that, we can conclude that Marvel is an American source of soft power.

**Keywords:** Soft power, Cinema, Heroes, Marvel, Joseph Nye

### 1. Introdução.

É bastante comum estudar os instrumentos utilizados pelos Estados para tentar impor suas vontades sobre os outros. Conforme ocorre o desenvolvimento da cultura, da tecnologia e da economia, os países passam a utilizar novas formas de realizar a manutenção e a ampliação de seu poder. No mundo atual, em que as mídias de comunicação permitem a transmissão instantânea de informações para praticamente

---

<sup>1</sup> Artigo científico apresentado ao Instituto de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal de Uberlândia como Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Federal de Uberlândia, sob orientação do Prof. Dr. Aureo de Toledo Gomes.

<sup>2</sup> Graduando em Relações Internacionais pela Universidade Federal de Uberlândia.

qualquer região do planeta, temos a necessidade de estudar e compreender melhor a dinâmica de poder nas suas diversas manifestações.

Os instrumentos usados pelos Estados são divididos, basicamente, entre *hard power* e *soft power*. O primeiro envolve o uso de força, militar ou econômica, para impor sua vontade sobre o outro. O segundo utiliza de meios mais discretos, que trabalham no âmbito ideológico e cultural para convencer os demais a seguirem e cumprirem a vontade do Estado que os utiliza. Estes instrumentos podem ser o turismo, a gastronomia, a diplomacia, a literatura, o cinema, entre outros (NYE, 2004).

O cinema é um dos maiores bens de consumo atualmente. Bilhões de dólares são investidos na produção dos mais variados tipos de filmes para públicos de todo o mundo. Apenas no primeiro semestre de 2018, os 10 filmes de maior sucesso de Hollywood arrecadaram mais de US\$ 8 bilhões ao redor do mundo (FORBES, 2018 C). Obviamente uma indústria de tal tamanho não passaria despercebida pelos agentes responsáveis pela construção das políticas externas dos Estados, que passam a utilizar do cinema para propagar suas ideias e valores em uma tentativa de influenciar pessoas de outras nações.

Assim, encontramos o Universo Cinematográfico da Marvel (a partir de agora, UCM), produzida nos Estados Unidos e que, conforme será abordado neste trabalho, é um dos grandes agentes exportadores de valores estadunidenses dentro do cinema atual, que encontrou na cultura pop uma nova fonte de renda. Dentre os valores que encontramos nos filmes estão a crença da supremacia militar estadunidense e a crença da existência de um herói que possui valores absolutos de liberdade e justiça.

É interessante discutir, ainda que brevemente neste momento, sobre atração e sedução, termos utilizados por Nye na obra *Soft power: The Means to Success the World Politics* (2004), visto que estes termos conseguem abordar a alteração da percepção da realidade de um indivíduo ou grupo, tornando-os mais ou menos favoráveis a uma ideia. Assim, podemos observar que quanto melhor elaborado um filme é, ou seja, com um roteiro mais desenvolvido, elenco famoso, boa propaganda, maior engajamento com o público, mais atraente o filme se torna e isto aumenta a sua capacidade de influenciar quem o assiste e, pensando no UCM, encontramos uma franquia gigantesca com alto potencial de influenciar pessoas em todo o globo.

O UCM consiste em um conjunto de filmes e séries, sendo o primeiro deles o filme *Homem de Ferro* (2008) e o mais recente o filme *Homem Formiga e a Vespa*

(2018). Ao total são 20 filmes e 11 séries contabilizando uma receita de mais de US\$ 17 bilhões, sendo considerada por muitos a maior franquia do cinema mundial (FORBES, 2018 C). A grande maioria de suas personagens são de nacionalidade estadunidense e possuem um forte nacionalismo, senso de justiça e de ação, necessidade de propagar a liberdade e outras ideologias pertencentes à cultura estadunidense. Desta forma, ao vender seus filmes em dezenas de países, ocorre uma exportação dos seus valores para as populações destes países que, mediante instrumentos inerentes ao cinema, como fotografia, figurino, palheta de cores e trilha sonora, são inconscientemente influenciados a aceitar a hegemonia estadunidense e suas ocasionais intervenções.

É possível encontrar nos filmes da franquia diversos elementos que compõem a ideologia estadunidense e que são expostos de forma explícita, como no *Homem de Ferro*, em que a trama deixa clara a necessidade dos Estados Unidos de ter uma alta produção de armamentos e envolvimento em diversos conflitos no mundo, visto que existe a crença no país de que ele possui a missão de propagar a democracia e liberdade mundo afora. A mesma temática é mostrada novamente em *Homem Formiga* (2015), que ressalta a crença de que o desenvolvimento tecnológico acompanha a superioridade militar e que os Estados Unidos têm o dever de sempre ser o primeiro em todos os aspectos, seja militar, tecnológico ou político.

Também existem elementos subjetivos que, em conjunto com a trama, enredo e caracterização das personagens permitem compreender como o UCM consegue propagar ideias a respeito da superioridade econômica e militar estadunidense, senso de impunidade de seus soldados, necessidade de impor elementos neoliberais em outros Estados e afins. Estes elementos trabalham em um nível subliminar para transmitir pensamentos para quem assiste aos filmes, criando as condições para a expansão do poder ideológico dos Estados Unidos. Quem assiste ao *Capitão América: O Primeiro Vingador* (2011) vê a importância dos EUA na derrota dos nazistas e se encanta com a personagem principal, o Capitão América, pois acompanha a dificuldade, o sofrimento e o sacrifício necessários para vencer o inimigo. O Capitão encarna ao máximo possível a noção de dever e liberdade, tendo as cores de seu uniforme refletindo a bandeira estadunidense e sua arma de escolha é um escudo, desenhado para proteger antes de atacar. São elementos que auxiliam a criar associações em quem assiste ao filme e que contribuem para alterar a percepção dos espectadores em relação aos eventos abordados (NYE, 2004).

Embora possua um vasto elenco de personagens, este trabalho analisará de forma mais detalhada os filmes do Capitão América <sup>3</sup> e do Homem de Ferro. A escolha vem do fato de eles serem os dois personagens que mais impactam a história do UCM como um todo, sendo que suas ações e decisões acabam influenciando todos os outros personagens. Além disto, são os que encarnam de forma mais sucinta e elaborada diversos dos ideais estadunidenses.

Tal análise será feita com o objetivo de entender a função do cinema nas relações entre os países e como a teoria de *soft power* desenvolvida por Nye se encaixa nesta situação para, logo em seguida, discutir a relevância do UCM e como ele impacta as relações entre os Estados. Meu argumento é de que o UCM atingiu um porte econômico e uma qualidade de produção tão elevados que, mesmo sem intervenção estatal, se tornou uma fonte de poder dos EUA. O trabalho visa responder a seguinte pergunta: O UCM pode ser considerado uma fonte de *soft power* estadunidense?

Em termos metodológicos, o artigo fundamenta-se em uma revisão da literatura e dados primários; será usada uma análise teoricamente informada a partir das ideias de Joseph Nye a respeito da expansão do UCM ao longo dos anos. Tomaremos como referência o primeiro filme, lançado em 2008, e que foi produzido às pressas e sem nem ter o roteiro finalizado, para o último lançamento, que foi um *blockbuster* de nível mundial, movimentando um total de mais de US\$ 17 bilhões em 10 anos de existência.

O artigo será dividido em três seções principais. A primeira falará sobre o conceito de *soft power* desenvolvido por Joseph Nye e explicará como ocorre as relações de poder entre os países quando não é utilizada força coercitiva para influenciar uns aos outros. A segunda seção irá fazer a conexão entre o cinema e o *soft power*, explicando o porquê desta mídia ser importante nas relações internacionais e como ela retrata e influencia nossa história e realidade. A terceira seção analisará o impacto do UCM no mundo, mostrando sua importância ao apresentar sua capacidade financeira, o mercado mundial construído a partir dele, seu conteúdo e sua relevância na construção das relações entre os países. Por fim, as considerações finais serão apresentadas.

## 2. Soft Power.

---

<sup>3</sup> Não será analisado o filme *Capitão América: O Primeiro Vingador* (2011) por considerar que sua trama, ambientada na década de 1940, é menos relevante ao propósito do trabalho do que os demais filmes.

A definição de poder é algo que pode ser debatido, variando de acordo com a ótica de quem o busca definir. Para este trabalho será usada a definição feita por Nye, na qual poder é tido como a capacidade de influenciar o comportamento dos outros de forma a obter os resultados que você deseja. É possível coagir através de força militar ou por meios econômicos como também é possível criar uma cooperação por meio de valores, cultura e admiração dos demais países. Os atos de coerção são denominados de *hard power*, enquanto que os de cooperação são denominados de *soft power*.

Aqui abordaremos o que é o *soft power*, sua importância, como é construído e suas implicações. Ele é a forma indireta de se conseguir o que se deseja, ou seja, não utilizando ameaças econômicas ou militares. Um país pode conseguir determinado resultado desejado simplesmente porque outros países desejam segui-lo, seja por aspirarem seu nível de riqueza e prosperidade, por admirar seus valores e ideais, dentre outros.

*Soft power* trabalha com a capacidade de moldar as preferências dos outros. São utilizadas a atração e sedução para tal objetivo, pois são os instrumentos que conseguem incitar uma conexão que motiva as pessoas, ou países, a seguir o que admiram. A habilidade de estabelecer as preferências é associada a uma personalidade cativante, cultura, valores políticos e suas instituições, e políticas que possuam uma autoridade moral. Um líder que represente valores que outros queiram seguir tem um custo menor para governar. Em termos de comportamento, *soft power* é o poder de atração. Em termos de recursos, *soft power* são os ativos que geram essa atração (NYE, 2004, p. 5).

Uma forma de se diferenciar *soft power* de *hard power* é analisar a variedade de formas de se obter um resultado desejado. É possível forçar uma mudança de preferências e o que mais se quiser ao se ameaçar usar força ou sanções econômicas. É possível induzir algo através de um pagamento. É possível restringir as preferências ao criar uma agenda na qual certos desejos se tornem mais caros ao ponto de serem reavaliados como prioridades. Também é possível usar o senso de amor, atração ou dever com o relacionamento de forma a apelar para uma contribuição aos valores e propósitos compartilhados entre os envolvidos. Se alguém muda seu comportamento para aderir à preferência de outrem sem nenhuma ameaça ou troca, sendo usado apenas uma atração intangível, o *soft power* está em uso.

Na política internacional, os recursos que geram *soft power* surgem, em sua maioria, dos valores que uma organização ou país expressam em sua cultura, de suas

práticas internacionais e políticas e na forma com que se relacionam com outros (NYE, 2004, p. 7). Hubert Védrine, antigo ministro de relações exteriores francês, disse que os Estados Unidos eram poderosos pois conseguem “inspirar os sonhos e desejos dos outros, graças ao domínio das imagens globais através de filmes e da televisão e porque, pelos mesmos motivos, um grande número de estudantes de outros países vem aos Estados Unidos concluir seus estudos”<sup>4</sup> (VÉDRINE; MOISI, 2001, p.3).

Se a cultura e ideologia de um país são atrativas, os outros as seguirão mais facilmente. Se um país consegue moldar as regras internacionais de modo a serem mais consistentes com seus interesses e valores, suas ações irão parecer legítimas aos olhos da comunidade internacional. Se utilizar instituições e regras para encorajar outros países a focar ou limitar suas atividades na forma que preferir, o custo da persuasão será menor.

Cultura é o conjunto de valores e práticas que criam um significado para a sociedade, possuindo várias manifestações (NYE, 2004, p. 11). É comum se distinguir entre alta cultura, como literatura, arte, academia e filosofia, da cultura popular – cultura pop, que é voltada para o entretenimento, fácil de se entender e comum entre os jovens (THE GUARDIAN). Quando uma cultura possui valores universais, como a democracia atualmente, e suas políticas promovem valores e interesses que outros compartilham, ela aumenta as chances de obter o resultado desejado devido ao relacionamento entre atração e dever que ela cria.

Para Nye, existem várias formas de se transmitir cultura além do comércio, que é a forma predominante neste trabalho devido à natureza das produções hollywoodianas de serem exportadas mundo afora. A transmissão também ocorre através de contatos pessoais, visitas e intercâmbios. As ideias e valores que os EUA exportam às mentes das centenas de estudantes estrangeiros que estudam todo os anos nas universidades estadunidenses e depois retornam aos seus países tendem a atingir as elites com poder (NYE, 2004, p. 13).

A estreita relação entre *soft power* e cultura é o que gera sua eficácia, porém também é onde se encontram suas maiores limitações, dando abertura para críticas dos mais céticos. Alguns analistas retratam o *soft power* simplesmente como poder da cultura popular, porém, para Nye, eles cometem o erro de igualar o comportamento do *soft power* com os recursos culturais que o ajudam a criar. Por exemplo, o ditador Kim Jong-un ama

---

<sup>4</sup> Aproveito para ressaltar que todas as traduções presentes neste trabalho são de minha autoria.

pizza e vídeos estadunidenses, porém isto não afeta seus programas nucleares. A popularidade monstruosa dos jogos Pokémon não garante que o Japão vai obter os resultados políticos desejados. A efetividade deste tipo de poder depende do contexto em que ele se encontra (NYE, 2004, p. 12–15).

Na visão dos céticos, a atração e imitação são simplesmente isso, não são poder. Algumas imitações e/ou atrações não produzem poder nem resultados desejados, tal como é o caso do Japão dos anos 80, que era muito admirado por seu processo industrial inovador, mas que quando outras empresas passaram a imitar este processo causaram a redução do mercado japonês. É uma observação correta, mas que foge do ponto que exercer atração em outros frequentemente te permite obter o que deseja. Os céticos que querem definir poder apenas como deliberados atos de comando e controle estão ignorando a segunda face do poder<sup>5</sup>: a habilidade de se obter o resultado desejado sem ter que forçar as pessoas a mudar seu comportamento através de ameaças ou pagamentos (NYE, 2004, p. 15).

É preciso analisar as condições nas quais a atração causará mais resultados desejados e em quais não irá. A cultura popular é mais capaz de atrair pessoas e produzir *soft power* no sentido de obter resultados desejáveis em situações nas quais as culturas são similares do que onde não o são. Todo poder depende do contexto, de quem se relaciona com quem, mas *soft power* depende mais da existência de atores dispostos do que o *hard power*. Além disso, a atração tem um efeito mais difuso, criando uma influência geral do que produzindo uma ação específica.

Outros céticos não concordam com o uso do termo *soft power* nas políticas internacionais, pois os governos não estão no total controle da atração. A sociedade civil é uma grande produtora desse tipo de poder, como vemos em instituições como Hollywood, Harvard e até mesmo Michael Jordan, porém este fato não retira a existência do *soft power*. Em uma sociedade realmente liberal, o governo não deve interferir nem controlar a cultura. Na verdade, a própria falta de políticas de controle pode ser um atrativo quando observado por nações que possuem censura. As empresas, universidades, igrejas, fundações e outros grupos não governamentais desenvolvem seu próprio *soft power* que pode ou não reforçar as políticas externas oficiais de um país, sendo necessário

---

<sup>5</sup> Nye afirma que, ocasionalmente, a forma indireta de conseguir o que é desejado é denominada como a segunda face do poder (NYE, 2004, p. 5).

ao governo considerar estas instituições ao formular suas políticas, ainda mais considerando que fontes privadas de poder se tornam mais importantes na era da informação global.

O poder é menos tangível e menos coercitivo entre as democracias avançadas do que era no passado. Em um mundo diversificado como o nosso, as três fontes de poder – militar, econômico e soft - continuam relevantes, porém de formas diferentes em relacionamentos diferentes. Porém, se a tendência econômica e social atual continuarem, o *soft power* se tornará cada vez mais importante, visto que a globalização da economia e da informação tem transformado e encolhido o mundo. Tanto para os governos quanto para as organizações, a habilidade de compartilhar informações e de convencer se tornaram uma importante fonte de atração e, consequentemente de poder. Os países que possuem múltiplos canais de comunicação, cuja cultura dominante e ideias são mais próximas das normas globais predominantes (liberalismo, pluralismo, democracia) e que a credibilidade é melhorada pelas suas políticas e valores domésticos e internacionais são os países que terão maior atração e poder no mundo contemporâneo.

### **3. Cinema e Relações Internacionais.**

Na sociedade contemporânea, é impossível negar que nosso conhecimento sobre o mundo é predominantemente moldado pelas poderosas representações visuais nas notícias e na televisão. Até mesmo o cinema se tornou, ou talvez sempre tenha sido, uma potente forma de comunicação política. Na década de 70, Patrick O'Meara disse que “o uso de filmes não é apenas uma desafiadora nova direção dentro da ciência política, mas também é uma de relevância e promessa vital no futuro” (O'MEARA, 1976, p. 220). Hoje, é amplamente estabelecido que “a cultura popular tem muito a oferecer ao nosso entendimento contemporâneo das Relações Internacionais” (DEBRUX, 2005, p. 553).

É amplamente aceito como conhecimento científico que a memória humana armazena informações em formas visuais e orais e que a combinação das duas capacidades cognitivas ajuda as pessoas a acessar, aprender e lembrar informações (ENGERT; SPENCER, 2009). Temos que aceitar que a sociedade contemporânea possui uma afinidade pela estimulação visual: ela adquire informações e ideias sobre o mundo de uma forma visual através da televisão e da internet e tem se socializado através de todos os tipos de canais visuais. É inevitável que as percepções e informações dos filmes possuam uma alta relevância no mundo atual.

Existem algumas formas de se abordar cinema nas Relações Internacionais (a partir de agora, RIs). Eventos parecem mais reais e relevantes em filmes pois eles conseguem mostrar eventos e assuntos de uma forma mais vívida do que no mundo impresso. Um filme pode levar a uma identificação pessoal com um ator político e ajudar a criar uma empatia, considerando o escopo de manobra que os atores envolvidos podem ter e refletindo nas escolhas e nas implicações normativas e éticas em jogo em circunstâncias complexas. A personalização, a dramatização e o tipo de confrontação visual com assuntos políticos e violentos, junto com teorias que lidam com guerra e paz, inevitavelmente criam um certo nível de emoção na audiência (ENGERT; SPENCER, 2009).

É importante considerar que os filmes não são necessariamente feitos com a finalidade de abordar os temas que se encontram na área de Relações Internacionais, ignorando boa parte do universo dessa ciência. Dentre todos os objetos de estudo do campo, como teorias, economia internacional, leis internacionais ou organizações internacionais, existe um destaque para aqueles que conseguem gerar maior envolvimento com o público, em sua maioria acabam tratando de guerras e crises violentas. Um exemplo é o filme *Avatar* (2009), filme que se consagrou como o mais lucrativo de toda história, se aproximando do número de US\$ 3 bilhões arrecadados (FORBES, 2018 B). O filme mostra um processo de colonização em um planeta fictício, algumas centenas de anos no futuro, passando por temas como exploração, neocolonialismo, romance, identificação cultural, entre outros. Porém, toda esta complexidade de temas é apresentada apenas como pretexto para o conflito armado entre os humanos e a espécie nativa do planeta, os Na'Vi, deixando em segundo plano os temas que são de grande interesse para as RIs, porém não o são para o grande público do cinema.

Outra questão a ser considerada é que os filmes são uma simplificação da história, dando uma visão por vezes distorcida das políticas internacionais, ao passo que eventos e figuras históricas são reinventadas para se encaixarem no enredo. Em suma: “todo filme é uma simplificação e condensação necessária dos eventos, não importa quão complexo o enredo seja” (BERENSON, 1996, p. 514).

Engert e Spencer (2009) criam uma classificação artificial para distinguir os filmes, separando-os de acordo com a forma com que poderiam ser usados para ensinar

Relações Internacionais<sup>6</sup>. Eles separam a classificação em quatro abordagens distintas, porém, para este trabalho, focaremos na terceira delas, que examina os filmes como narrativas culturais construídas<sup>7</sup>. Os autores dizem que os filmes eram entendidos como um simples e fácil acesso a realidade das histórias e tópicos da política mundial, porém, é possível argumentar que não existe uma observação direta da realidade, uma reflexão objetiva da história ou uma forma correta da história (ENGERT; SPENCER, 2009, p. 91). O mundo da política e da ciência política e o mundo da produção de filmes e da cultura popular não existem independentemente um do outro, nem mesmo a ficção está de fora das esferas culturais, políticas ou sociais (DEBRIX, 2005, p. 553). Um diretor sempre é influenciado por sua ideologia, nacionalidade ou sua bagagem ética e também por seu gênero, classe ou família. Portanto, o “real” apresentado no filme sempre é uma imagem do mundo dentre diversas outras imagens que se dizem representar adequadamente o mundo (ENGERT; SPENCER, 2009, p. 91).

Filmes nunca são objetivos ou culturalmente neutros, mas sim transcrições construídas da realidade, sendo sempre subjetivos. Podemos olhar para os filmes como ferramentas importantes para entender narrativas culturais particulares de eventos ou tópicos, sendo isto a constituição mútua da estética e da política internacional. Aqui a cultura popular é o produto e a causa da política internacional. Considerando o contexto histórico, a restrição orçamentária, a expectativa do público, dentre outros, temos que o filme é a representação da realidade na qual as imagens promovem significado para uma visão histórica em particular. E quanto mais sucesso o filme possuir, ou seja, quanto maior for a sua arrecadação, maior também será a probabilidade de ser uma representação da identidade dos valores de um país em particular (ENGERT; SPENCER, 2009, p. 92).

A terceira abordagem de Engert e Spencer pode ser usada para comparar narrativas culturais e mudanças ao longo do tempo. Por exemplo, podemos notar a mudança na perspectiva estadunidense no uso da tortura antes e depois do atentado do 11/09 no filme *Nova York Sitiada* (1998), que claramente condena a tortura, e na série de televisão *24 Horas* (2001 – 2010), criada após o atentado terrorista e que enfoca uma

---

<sup>6</sup> Quando me refiro ao objeto de estudo do campo das Relações Internacionais, escrevo ‘relações internacionais’ com letra minúscula.

<sup>7</sup> A primeira abordagem vê os filmes como retratos de eventos históricos. A segunda abordagem trata dos filmes que retratam assuntos específicos das relações internacionais. A quarta e última abordagem usa os filmes para explicar e criticar teorias de Relações Internacionais.

unidade de contraterrorismo nos EUA e que chegou a levantar um debate sobre o uso de tortura para prevenir ataques terroristas.

Quando um filme propaga a cultura e a história de um país, seja de forma intencional ou não, é gerado *soft power*, pois quem assiste ao filme recebe a imagem da realidade transmitida pela mídia e é suscetível a ter sua própria imagem do mundo influenciada pelo que acabou de assistir. Conforme vimos na seção anterior, este tipo de poder atua de forma discreta e indireta, buscando convencer o outro a alterar suas preferências para que a fonte do poder consiga realizar seus desejos. No mundo globalizado, a melhor forma de um país propagar seu *soft power* é utilizar os meios de comunicação em massa para apresentar ao mundo sua cultura e seus valores, tendo no cinema um gigantesco potencial de alcance de pessoas, tal como discutimos até o momento.

A indústria cultural é um dos braços do Estado que consegue transmitir os códigos de valores que buscam convencer as demais populações sobre a sua importância como ator internacional e como líder. Em Hollywood, por exemplo, temos um universo de filmes que constantemente mencionam seu país de origem como sendo a nação dos bravos, dos guerreiros livres e protetores da democracia. Embora não seja uma verdade plena, este discurso afeta e influencia bilhões de pessoas no mundo todo, conquistando seus “corações e mentes”.

Um caso recente que podemos analisar é o do filme indiano *Dangal* (2016), que se tornou um sucesso dentro da China. O próprio presidente chinês, Xi Jinping, informou ao primeiro-ministro indiano, Narendra Modi, que assistiu ao filme e que gostou. À exceção de *Titanic* (1997), poucos filmes estrangeiros conseguiram obter sucesso na China, por isso não existia expectativa de que um filme de Bollywood seria capaz de tal ato 20 anos depois. *Dangal*, que é um drama esportivo, arrecadou mais de US\$ 185 milhões em cerca de um mês e meio de estreia na China, sendo o primeiro filme produzido fora de Hollywood a superar a marca de 1 bilhão de yuan – equivalente a US\$ 147 milhões (SOUTH CHINA MORNING POST, 2017).

O sucesso de *Dangal* foi além disso. O único filme de Hollywood que passou perto de ter tamanha popularidade e de alcançar os números do filme indiano, que foi o número 1 por 16 dias consecutivos, foi a animação *Zootopia* (2016), da Disney (FORBES, 2017). Um dos motivos para tamanho sucesso foi o fato de *Dangal* contar uma história

que comoveu os chineses ao se conectar em um nível emocional com os mesmos. Em uma sociedade que prega o respeito máximo aos pais, um filme que mostra o sacrifício paterno consegue comover a maioria das pessoas. Nas palavras de Aamir Khan, ator principal do filme: “As pessoas na China se conectaram em um nível emocional com a história, os personagens e os momentos... isso as fez perceber o que seus pais passaram. Muitos ligaram para seus pais e choraram. É uma reação muito emocional. Isto foi o que fez o filme realmente funcionar” (FORBES, 2017).

A conexão emocional das pessoas com o filme as fizeram consumir mais e mais, aumentando a arrecadação indiana na China, país que é historicamente sua rival. Uma imagem em comum sobre a relação entre pais e filhos conseguiu aumentar a penetração da cultura indiana, melhorando a imagem que os chineses possuem dos indianos e que, muito provavelmente, resultará em mais sucessos para Bollywood. Aqui temos claramente um exemplo em que houve uma construção positiva de *soft power* indiano, dentro dos parâmetros teóricos abordados por Nye e comentados neste trabalho.

#### **4. O Universo Cinematográfico da Marvel.**

Como dito anteriormente, meu argumento é o de que o UCM atua como um instrumento criador de *soft power* para os Estados Unidos. Nesta seção, vamos analisar os elementos que constituem a Marvel e analisá-los a luz da teoria de Nye e dos pensamentos de Engert e Spencer para tentar ilustrar minha tese.

A Marvel Studios, inicialmente tratada como Marvel Films, surge em 1993 e é um estúdio de cinema estadunidense que hoje faz parte do conglomerado The Walt Disney Company e tem o produtor de cinema Kevin Feige como presidente. O estúdio é dedicado à produção de filmes baseados nos personagens da Marvel Comics, criando a franquia de mídia denominada Universo Cinematográfico Marvel, na qual os filmes fazem parte de um universo compartilhado. A franquia tem se expandido de forma a incluir histórias em quadrinhos, séries de televisão e séries digitais. O universo compartilhado, de forma similar aos quadrinhos, surgiu ao cruzar elementos comuns do enredo, cenários, elenco e personagens (THE HOLLYWOOD REPORTER, 2016).

O primeiro filme lançado foi *Homem de Ferro* (2008), que foi feito às pressas, mas que obteve tamanho sucesso econômico que instigou o estúdio a produzir mais filmes do gênero de heróis. Teve início a denominada Fase Um, que lançou os filmes que seriam a base do UCM e que terminou com *Os Vingadores* (2012), sendo este o primeiro filme

a unificar os que haviam até então sido produzidos em um *crossover*<sup>8</sup>, apresentando o universo compartilhado ao público e também sendo a primeira produção da Marvel a gerar US\$ 1 bilhão em vendas de ingressos. A Fase Dois começou com *Homem de Ferro 3* (2013) e concluiu com *Homem-Formiga* (2015). Atualmente, se encontra na Fase Três, cujo primeiro filme foi *Capitão América: Guerra Civil* (2016) (FORBES, 2018 C).

A criação da Marvel Television tornou o universo da Marvel ainda maior, o expandindo primeiro para a televisão com *Agentes da SHIELD* (2013-2017) e depois para serviços de streaming com *Demolidor* (2015-2018) na Netflix. Também foram criados álbuns de trilha sonora das produções, sejam os filmes ou as séries, além de quadrinhos *tie-ins*<sup>9</sup> publicados pela Marvel Comics. Até as plataformas de jogos estão inclusas no UCM, sendo cerca de oito jogos para Playstation, Xbox, Nintendo, IOS e Android (FORBES, 2018).

O gigantesco sucesso financeiro das produções apenas comprova a capacidade da Marvel de agradar ao público. Como é dito por Nye, quanto maior a capacidade de atração e sedução, maior a capacidade de influenciar os indivíduos e, consequentemente, maior a produção de *soft power*. Todos os filmes se tornaram sucessos de audiência e mesmo os que geraram menor renda conseguiram mais que dobrar o investimento inicial (FORBES, 2018).

Tabela 1: Arrecadação individual dos filmes

| Filme                                 | Valor arrecadado – US\$ |
|---------------------------------------|-------------------------|
| Capitão América 2: O Soldado Invernal | 714,26 milhões          |
| Capitão América: Guerra Civil         | 1,153 bilhão            |
| Capitão América: O Primeiro Vingador  | 370,56 milhões          |
| Doutor Estranho                       | 677,71 milhões          |
| Guardiões da Galáxia                  | 773,32 milhões          |
| Guardiões da Galáxia Vol. 2           | 853,97 milhões          |
| Homem Aranha: De Volta ao Lar         | 880,16 milhões          |

<sup>8</sup> Dá-se o nome *crossover* ao evento fictício em que dois ou mais personagens, cenários ou acontecimentos sem qualquer relação anterior em produtos de mídia (filmes, quadrinhos, seriados, etc) passam a interagir num mesmo produto.

<sup>9</sup> *Tie-in* é uma obra de ficção ou outro produto baseado em uma propriedade de mídia, como um filme, jogo de vídeo, séries de televisão, jogo de tabuleiro, etc. É autorizada pelos donos da propriedade original e são uma forma de promoção cruzada usada para gerar uma renda adicional.

|                             |                |
|-----------------------------|----------------|
| Homem de Ferro              | 585,17 milhões |
| Homem de Ferro 2            | 623,93 milhões |
| Homem de Ferro 3            | 1,21 bilhão    |
| Homem Formiga               | 519,31 milhões |
| Homem Formiga e a Vespa     | 621,6 milhões  |
| O Incrível Hulk             | 263,42 milhões |
| Os Vingadores               | 1,51 bilhão    |
| Pantera Negra               | 1,34 bilhão    |
| Thor                        | 449,23 milhões |
| Thor: Mundo Sombrio         | 644,47 milhões |
| Thor: Ragnarock             | 853,97 milhões |
| Vingadores: Era de Ultron   | 1,4 bilhão     |
| Vingadores: Guerra Infinita | 2,046 bilhões  |

Fonte: Forbes, 2018 B.

O UMC é capaz de movimentar milhões, até mesmo bilhões, a cada produção. A capacidade de atingir esses números resulta da grande competência dos profissionais envolvidos. Cada cena é cuidadosamente planejada para atingir ao máximo o público, utilizando de recursos como referências a outras produções, lutas altamente coreografadas e técnicas específicas de iluminação. O resultado é capaz de prender a atenção dos espectadores, que acabam por absorver as mensagens explícitas e implícitas existentes, pois são seduzidos pelas cenas que assistem.

Como resultado da qualidade dos filmes ocorre a exportação dos valores e crenças estadunidenses até mesmo para países que, normalmente, os repudiam. É o caso da China, que sozinha foi grande responsável pelo sucesso financeiro dos filmes do UCM fora dos EUA. O país forneceu cerca de 25% da arrecadação de filmes como Vingadores: Era de Ultron e Vingadores: Guerra Infinita, Doutor Estranho, Capitão América 2 e Guerra Civil. Outros filmes como Thor: Ragnarock e Guardiões da Galáxia 1 e 2 conseguiram cerca de 20-22% de seu lucro em território chinês, ao passo que Pantera Negra conseguiu 16%. O filme Homem Formiga e a Vespa, último lançamento da franquia, surpreendeu a todos ao obter 30% de toda sua arrecadação na China. É um fato ainda mais surpreendente ao observar que o filme possui uma heroína e uma vilã como principais, uma representatividade que faz questionar quais tipos de produções conseguem agradar uma cultura tão tradicional e conservadora (FORBES, 2018).

O conteúdo dos filmes é construído de forma a sensibilizar quem os assiste a respeito do drama sofrido pelos personagens. Todos possuem elementos que os conectam às pessoas, em particular os mais populares. Por exemplo, o Homem de Ferro sofre de estresse pós-traumático que o leva a tomar uma série de ações que impactam todo o universo compartilhado. O Homem Aranha precisa dividir sua vida de heroísmo com a dificuldade de pagar as contas com um salário de um emprego ruim. O Demolidor é cego, tendo certas dificuldades por causa de sua deficiência física. Além disto, existem os elementos oriundos da sociedade estadunidense que são presentes nos filmes, como a exaltação da liberdade, da justiça e da democracia que, em conjunto com a simpatia pelos personagens, ampliam a aceitação dos filmes mundo afora.

O primeiro de todos os filmes, *Homem de Ferro* (2008), possui elementos que ressaltam a superioridade militar e econômica estadunidense em relação ao resto do mundo. Vamos à sinopse oficial (ADOROCINEMA, 2008):

Tony Stark é um industrial bilionário e inventor brilhante que realiza testes bélicos no exterior, mas é sequestrado por terroristas que o forçam a construir uma arma devastadora. Em vez disso, ele constrói uma armadura blindada e enfrenta seus sequestradores. Ao voltar para os EUA, Stark aprimora a armadura e a utiliza para combater o crime.

O filme começa no Afeganistão, onde Tony Stark está demonstrando o funcionamento de um novo tipo de míssil capaz de grande destruição. O país é devastado pela guerra e temos um empresário estadunidense alimentando a situação para ampliar os ganhos de sua empresa. Após isto, ele é sequestrado e forçado a produzir réplicas deste míssil, porém ele constrói uma armadura e consegue escapar. Nestes primeiros minutos de filme, podemos entender que o personagem possui capacidade econômica e militar bem superior aos demais, além de ser provido de conhecimento inigualável. Devido a essas capacidades de Stark, ele consegue subjugar os demais e escapar. É possível interpretar o filme, deste momento adiante, a partir da ideia do excepcionalismo americano, crença comum no país de que eles possuem uma origem e atributos diferentes dos demais países e, por isso, possuem uma missão de transformar o mundo através da luta constante pela liberdade e pelos direitos igualitários, sendo esta crença existente em praticamente todos os heróis da Marvel (MAGNOTA, 2013).

Ao retornar aos EUA, Stark constrói uma versão aprimorada da sua armadura e anuncia que sua empresa não produzirá mais armas, mas que investirá em tecnologias de energia limpa. Ao finalizar a armadura, Stark viaja novamente ao Afeganistão para

combater a mesma instituição terrorista que o havia sequestrado, denominada Dez Anéis, e a derrota. Pouco depois, descobre que esse grupo havia sido contratado por um associado da empresa que pretendia substituí-lo como chefe das Indústrias Stark. Ao final do filme, é apresentada a organização antiterrorista SHIELD, que tenta auxiliar Tony e o aconselha a esconder sua identidade, mas Tony revela ao público sua identidade como Homem de Ferro.

Figura 1 – Tony Stark vestindo a armadura para o confronto.



Fonte: Homem de Ferro (2008)

A introdução da SHIELD é o elemento que permitiu, alguns anos depois, o *crossover* com os outros filmes da Fase Um, pois é a instituição que cria os Vingadores, um grupo de heróis selecionados para combater ameaças extraordinárias, e que ganha um filme solo em 2012.

O filme é um excelente exemplo de equilíbrio entre história de origem e ação, comédia e drama e construção de personagem. Quando chega no momento da grande luta final, comum em filmes do gênero, o espectador já está hipnotizado pelo brilho da armadura dourada e vermelha e pelo charme do personagem central. Isto diz muito sobre a capacidade hollywoodiana de prender seu público e de cativá-lo, criando uma conexão entre a obra e quem a assiste (PLANO CRÍTICO, 2018). Assim, elementos subjetivos que existem, como o excepcionalismo americano, são repassados em nível mundial de uma forma sutil e elegante, influenciando em um nível subconsciente a acreditar na

suposta incomparável superioridade dos EUA e em sua função de levar a liberdade a todos.

Tony Stark, ao se encontrar sob o controle de inimigos, em um lugar desconhecido e com poucos amigos, consegue, através do próprio esforço, superar todos os obstáculos e se sobrepôr à situação, sendo o vitorioso ao final. Este é o retrato de como os estadunidenses entendem sua própria história, sendo que o país nasceu a partir de uma revolução e que, devido a fatores excepcionais intrínsecos à sua sociedade conseguem evitar a corrupção que arruinou outras nações. Este excepcionalismo foi um argumento bastante usado na Guerra Fria e que perdura até hoje no consenso mundial (BBC, 2013).

Assim, temos que este filme evoca, de forma cativante e elegante, esta ideologia de superioridade estadunidense que foi construída ao longo das décadas e que perdura até hoje. Em termos de *soft power*, encontramos aqui um dos melhores exemplos dos anos 2000 de como um *blockbuster* consegue ser altamente eficaz na propagação de crenças, eficácia representada pelo sucesso mundial de bilheteria. É vendido um filme cujo personagem central representa, e se gaba por isso, o auge da inteligência e do poder financeiro, usufruindo do melhor que o *American way of life*<sup>10</sup> pode oferecer e fazendo com que milhões de pessoas desejem viver da mesma forma que Stark (HISTORIA LIVRE).

No filme *Homem de Ferro 2* (2010), temos uma continuação direta do primeiro filme e o terceiro do UCM. Eis a sinopse (ADOROCINEMA, 2010):

Em um mundo ciente da existência do Homem de Ferro, o inventor bilionário Tony Stark sofre pressão de todos os lados para compartilhar sua tecnologia com as forças armadas. Ele resiste para divulgar os segredos de sua inigualável armadura, com medo de que estas informações caiam nas mãos erradas. Com a bela Pepper Potts e o amigo "Rhodey" Rhodes ao seu lado, Tony precisa forjar novas alianças e confrontar um inimigo poderoso.

Na Rússia, a mídia cobre a divulgação de Tony Stark sobre sua identidade de Homem de Ferro. Ivan Vanko, cujo pai Anton Vanko acabou de morrer, vê isso e começa a construir um Reator Arc em miniatura semelhante ao de Stark. Após se revelar, Stark

---

<sup>10</sup> Em tradução livre: 'estilo de vida americano'. Simboliza a crença de que as pessoas alcançam a felicidade através do consumo de bens industrializados.

se tornou uma superestrela e usa seu traje de Homem de Ferro para fins pacíficos, resistindo à pressão do governo para entregar sua tecnologia.

O núcleo de paládio no reator arc, que mantém Stark vivo, e os poderes da armadura o envenenam lentamente e ele não consegue encontrar um substituto. Stark compete no Grande Prêmio Histórico de Mônaco, onde ele é atacado no meio da corrida por Vanko, que o ataca com chicotes eletrificados. Stark veste sua armadura Mark V e derrota Vanko, mas o traje fica gravemente danificado. Vanko explica que sua intenção era provar ao mundo que o Homem de Ferro não é invencível. Impressionado com a performance de Vanko, o rival de Stark, Justin Hammer, finge a morte de Vanko enquanto o faz sair da prisão e lhe pede para construir uma linha de trajes blindados. Durante o que ele acredita ser a sua última festa de aniversário, Stark fica bêbado enquanto usa o traje Mark IV. Aborrecido, o tenente-coronel da Força Aérea dos EUA, James Rhodes, veste o protótipo Mark II de Stark e tenta impedi-lo. A luta termina em um impasse, então Rhodes confisca a Mark II para a Força Aérea dos EUA.

Nick Fury, diretor da S.H.I.E.L.D., aborda Stark, explicando que o pai de Vanko inventou conjuntamente o Reator Arc com Stark, mas quando Anton tentou vendê-lo com proveito, Stark o levou a ser deportado. Fury dá a Stark algum material antigo de seu pai; uma mensagem escondida no diorama da Stark Expo 1974 prova ser um diagrama da estrutura de um novo elemento. Stark sintetiza isso e quando descobre que Vanko ainda está vivo, ele coloca o novo elemento em seu reator arc e termina sua dependência de paládio.

Na Stark Expo, Hammer revela os drones blindados de Vanko, liderados por Rhodes em uma versão fortemente armada da armadura Mark II. Stark chega na armadura Mark VI para advertir Rhodes, mas Vanko controla remotamente os drones e a armadura de Rhodes e ataca o Homem de Ferro. Hammer é preso enquanto Romanoff e o guarda-costas de Stark, Happy Hogan, vão atrás de Vanko na empresa de Hammer. Vanko escapa, mas Romanoff retorna o controle da armadura Mark II para Rhodes. Stark e Rhodes juntos derrotam Vanko e seus drones. Vanko aparentemente cometeu suicídio, explodindo seu traje.

O segundo filme do Homem de Ferro debate os impactos diretos da existência de um herói que, além de intervir diretamente nas relações entre os Estados, utiliza de aparatos tecnológicos para atuar e também mostra os primeiros impactos psicológicos em

Stark, fato que é de extrema importância para compreender sua atuação nos filmes seguintes. Em certo momento do filme, Stark é convocado para depor perante a Justiça, que argumenta em prol da utilização da arma Homem de Ferro pelo exército dos EUA. Eles solicitam que Tony entregue a armadura ao governo pois um civil não poderia utilizar tal armamento. Tony argumenta que a armadura não passa de uma prótese para seu corpo e ainda sugere que caso fosse convidado, se tornaria o Ministro da Defesa, pois conseguiu privatizar a paz mundial. Embora possua um tom cômico, esta cena retrata diversas questões políticas pertinentes até os dias de hoje. Vários debates podem ser levantados aqui, como por exemplo qual o limite da produção de tecnologia bélica das empresas e, dada a premissa de propriedade privada, como os governos devem lidar com isso.

Na mesma cena são apresentadas imagens de tentativas falhas da Coreia do Norte e outros países de produzir uma armadura similar à de Stark. Ao final do filme, temos que o inimigo russo, também altamente inteligente e capaz, é derrotado pelo trabalho em conjunto de Stark e Rhodes, representante do exército dos EUA. Tal como em *Homem de Ferro*, temos a representação da superioridade tecnológica estadunidense frente aos demais países que, nas palavras de Stark, estão de cinco a dez anos atrás dos Estados Unidos.

Figura 2 – Tony Stark se encontra com Nick Fury para conversar sobre Vanko.



Fonte: Homem de Ferro 2 (2010)

Partindo para o filme *Homem de Ferro 3* (2013), encontramos um enredo diferente e com personagens mais construídos. Eis a sinopse (ADOROCINEMA, 2013): “Depois de um inimigo reduzir o mundo de Tony Stark a destroços, o Homem de Ferro precisa aprender a confiar em seus instintos para proteger aqueles que ama, especialmente sua namorada, e lutar contra seu maior medo: o fracasso. ”

O último filme solo do Homem de Ferro acontece após os eventos de *Os Vingadores*, em que Stark enfrentou desde alienígenas até deuses, passando por uma situação que nunca imaginou e o deixando com estresse pós-traumático. O medo de não conseguir proteger as pessoas, junto com este transtorno, o torna obcecado em construir novos modelos de armaduras, com o objetivo de se prevenir contra qualquer tipo de situação e inimigos.

No réveillon de 1999, Tony Stark conhece a bióloga Maya Hansen e o cientista Aldrich Killian em um congresso científico em Berna, Suíça. Ignorando os pedidos de Killian para financiar sua empresa, Stark passa a noite com Hansen, criadora do Extremis, um método que poderá ser crucial na recuperação de aleijados.

Doze anos depois, o terrorista Mandarin ordena atentados do seu grupo Dez Anéis mundo afora e Stark está traumatizado pela batalha de Nova Iorque, não conseguindo dormir e assustando Pepper Potts, sua namorada, que se mudou para a mansão dele em Malibu. Stark declara guerra ao Mandarin em rede nacional. Ao mesmo tempo em que Hansen visita a mansão de Stark para tentar alertá-lo de perigos, os Dez Anéis atacam a mansão, com Stark sendo dado como morto - mas ele na verdade conseguiu fugir em uma armadura nova do Homem de Ferro.

Após a armadura se desligar por falta de energia, Stark entra em uma casa e conhece o jovem Harley, que o ajuda a descobrir que as detonações foram causadas por soldados infectados pelo Extremis, que ao rejeitarem as mutações acabam ficando instáveis e explodindo. Stark vai para Miami e lá descobre que o suposto Mandarin é apenas Trevor Slattery, um ator contratado por Killian para se passar por terrorista. Killian revela que capturou Potts, e a está infectando com o Extremis para convencer Stark a colaborar. Revoltada com o comportamento do chefe, Hansen se revolta, levando Killian a matá-la. Stark o segue até um petroleiro abandonado, onde resgata Potts e mata seu inimigo. Em seguida, Stark destrói todas as armaduras do Homem de Ferro para dedicar mais tempo a Potts.

O filme aborda o terrorismo de uma forma mais cômica, chegando ao ponto de decepcionar os fãs com *o plot twist* totalmente inesperado. Porém, é bem interessante a forma como é mostrada as relações entre empresas e o governo, mostrando o poder estatal submisso aos interesses privados. Até mesmo a organização terrorista se mostrou uma criação do empresário Killian como forma de manipular o governo e a mídia. O filme também apresenta a forma como determinadas corporações estariam destruindo o *American way of life*, que do ponto de vista político é a representação da democracia estadunidense, fundada no livre mercado e na competição (HISTORIA LIVRE). As grandes empresas, quando interferem no governo, forçando os políticos a agirem de acordo com os interesses privados, estão agindo contra o livre mercado. Killian, caso tivesse obtido sucesso, teria o controle direto do próprio presidente dos Estados Unidos.

O próximo filme com o conteúdo a ser analisado é o *Capitão América 2: O Soldado Invernal* (2014). Eis a sinopse oficial:

Após os eventos catastróficos em Nova York em *Os Vingadores*, Steve Rogers, também conhecido como Capitão América, segue tentando se ajustar ao mundo moderno. Porém, quando um colega da agência S.H.I.E.L.D. é atacado, Steve se vê preso em uma rede de intrigas que ameaça colocar o mundo em risco. Em parceria com a Viúva Negra e Falcão, seu novo aliado, o Capitão América, tem que enfrentar um misterioso e inesperado inimigo, o Soldado Invernal.

Steve Rogers, o Capitão América, é um personagem criado para representar os ideais estadunidenses, sendo considerado na história como a “sentinela da justiça”, sempre colocando os ideais de justiça e liberdade acima de tudo e agindo para os preservar. O próprio uniforme dele representa a bandeira estadunidense e sua arma, um escudo, simboliza o dever de proteger os desamparados. Sua crença inabalável nestes ideais o torna um ídolo até mesmo para outros personagens dentro do UCM, sempre o colocando na posição de líder e como a personificação do que o heroísmo deve ser.

Este filme é interessante por possuir um tom político distinto dos demais até então. Os seus antecessores possuíam a função de apresentar os personagens e determinadas histórias ao público e, enquanto faziam isto, transmitiam os valores e ideias estadunidenses, o que conseguia ampliar o *soft power* dos EUA ao redor do globo. Um destes, *Os Vingadores* (2012), conseguiu superar a marca de arrecadar US\$ 1 bilhão, mostrando o tamanho que a franquia estava alcançando (FORBES, 2018). Porém, o

segundo filme do Capitão América debate questões como espionagem, segurança nacional e liberdade, debatendo os limites destas enquanto ocorre toda a ação natural ao gênero do filme.

Se a Los Angeles de Homem de Ferro e a Nova Iorque de Os Vingadores eram apenas os locais onde ocorriam a trama, a Washington de Capitão América é um elemento fundamental para endossar o debate. Os cenários e as paisagens históricas são constantes e reforçam o caráter político da produção. Rogers, já no começo do filme, critica o alto investimento em segurança e a forma como isto desrespeita a privacidade dos cidadãos. Argumenta que sempre defendeu a liberdade, que vem sendo ignorada por aqueles que controlam a inteligência nacional. No mundo real, em que existem WikiLeaks e afins, o tema se apresenta como extremamente pertinente (ADOROCINEMA, 2014).

Embora possa soar que levar um debate deste nível aos cinemas de todo o mundo seria um tiro no pé em termos de *soft power*, temos que, à medida que a trama se desenvolve, o resultado obtido é o oposto. O principal *plot twist* é descobrir que a SHIELD, instituição responsável pela segurança estadunidense, estava sob controle de uma outra instituição, a Hidra, que tem suas origens na Alemanha nazista da Segunda Guerra Mundial. Esta instituição envia o Soldado Invernal, amigo de infância de Steve que sofreu lavagem cerebral pelos nazistas, contra o Capitão América, sendo este um dos pilares da trama. Assim, temos que a corrupção que perverteu e comprometeu a inteligência estadunidense tem suas origens no exterior, sendo uma tática de seus inimigos para destruir o país. Porém, o Capitão América, a personificação dos ideais de liberdade e justiça que constituem os Estados Unidos, sempre se manteve firme e forte e consegue descobrir e combater a corrupção inimiga a tempo. A mensagem implícita é de que a crença que constitui o país é justa e sempre vai prevalecer. Os mais de US\$ 700 milhões (FORBES, 2018 B) arrecadados pela produção mostram o quão eficaz essa mensagem foi espalhada mundo afora.

Figura 3 – À esquerda temos o Soldado Invernal, ao centro o Capitão América e à direita a Viúva Negra.



Fonte: Capitão América 2: O Soldado Invernal (2014)

O décimo terceiro filme do UCM é o *Capitão América: Guerra Civil* (2016). Este também possui um tom mais político, podendo inclusive ser considerado o mais maduro dos filmes. Eis a sinopse:

“O ataque de Ultron faz com que os políticos decidam controlar os Vingadores, já que seus atos afetam toda a humanidade. Tal decisão coloca o Capitão América em rota de colisão com o Homem de Ferro.”

A esta altura o universo compartilhado já está mais que consolidado, ao passo de que os eventos de um filme influenciam diretamente as outras produções. O ataque citado na sinopse ocorre em *Vingadores: Era de Ultron* (2015), em que Tony Stark constrói um sistema de inteligência artificial para cuidar da paz mundial, resultado de seu trauma psicológico adquirido nos eventos de outros filmes, porém esta inteligência se rebela, assume a identidade de Ultron e decide extinguir a raça humana. No conflito, para derrotar Ultron, vários civis inocentes acabam perdendo suas vidas. Em *Guerra Civil*, a ONU resolve criar uma regulamentação para controlar as ações dos Vingadores de modo a evitar futuros estragos envolvendo este tipo de conflito em larga escala após os eventos

envolvendo Ultron e isso cria um outro conflito no início deste filme, o que coloca os dois principais líderes da equipe, Stark e Capitão América, em um conflito de interesses, pois o primeiro concorda com a regulamentação enquanto o segundo não. Steve acredita que o anonimato é uma das condições que os permitem realizar um bom trabalho e Stark acredita que os heróis devem colaborar com o Estado.

A legislação que controla os heróis é a parte inicial da trama, sendo deixada em um segundo plano após algumas revelações que colocam os dois personagens centrais em um conflito pessoal. O Soldado Invernal, na década de 90, ainda sob controle soviético, foi o responsável pela morte dos pais de Tony. A luta que se iniciou por questões políticas se torna uma luta pessoal íntima, cativando ainda mais os espectadores. Ao final do filme temos a equipe dos Vingadores dividida em dois, uma agindo nos conformes do acordo criado pela ONU e outra agindo na surdina, de forma considerada ilegal. A equipe que segue a lei é a de Tony, enquanto a que se mantém clandestina é a de Steve.

O conteúdo ideológico do filme se movimenta no fato de que nenhum dos dois está errado, eles apenas possuem motivações e crenças diferentes, o que os leva a agir de formas distintas. A novidade para o gênero de filmes de herói é a quebra do maniqueísmo usual, apresentando o universo com relações políticas mais complexas, assim como ocorre no mundo real. Nas relações entre os países, existem apenas seus interesses e a forma que agem para realiza-los. O grande marketing do filme era questionar aos seus espectadores de qual lado estavam, ou seja, com qual das duas crenças o indivíduo mais se identificava. Em termos de geração de *soft power* para os EUA, qualquer um dos lados escolhidos pelo público é capaz de gerar simpatia pela política externa estadunidense, pois qualquer uma das duas crenças pode ser utilizada pra justificar ações como intervenções, quebra de acordos e criação de parcerias por exemplo. Porém, ressalto que o lado do Capitão está em maior sincronia com a cultura militar do país.

Tony Stark, o Homem de Ferro, é claramente movido pelas tragédias que aconteceram até então, tendo seu sobrenome sempre associado a mortes e destruição. Ele crê que, ao regulamentar os Vingadores, ele irá ajudar a impedir mais tragédias. É possível até dizer que ele o faz apenas para compartilhar democraticamente sua culpa com os outros membros da equipe (PLANOCRITICO, 2016). Ao deixar que a ONU coordene as ações da equipe, as decisões serão tomadas de forma democrática e com embasamento governamental. A ação do Homem de Ferro faz com que seus fãs entendam a importância de se crer na eficácia governamental em tomar as melhores decisões para proteger as

pessoas, a crer que as ações tomadas individualmente e fora da esfera de poder pública geram efeitos colaterais indesejados.

Já para Steve Rogers, seu senso de justiça e de liberdade deve prevalecer mesmo perante uma ordem da ONU. A necessidade de agir frente ao mal e de combater as injustiças devem ser mais rápidas do que esperar o governo se posicionar sobre a situação. Ele vai contra a regulamentação por acreditar que ela irá impedir a ação dos Vingadores e os tornar apenas uma peça no jogo de poder internacional. Aqui temos mais uma vez a representação de que as crenças democráticas devem prevalecer em qualquer circunstância e de que o Capitão América é o indivíduo ideal para fazê-lo.

Também entra em questão a ideologia da impunidade inquestionável, pois o Capitão, como um soldado da liberdade, não deve ser julgado pelos seus erros, pois foram feitos em prol de promover a justiça. Esse senso de impunidade atribuído aos soldados estadunidenses é bastante retratado em Hollywood, possuindo incontáveis filmes como exemplos, de forma que já é senso comum acreditar na capacidade militar estadunidense de defender a democracia e, por isso, a necessidade de não se submeter a regulamentações. Em termos de *soft power*, o ganho fica ao apresentar o tema ao público de uma forma mais complexa do que normalmente o é feito, mas de forma a desenvolver a percepção de que alguém que luta pela justiça e igualdade deve estar sob os limites judiciais.

Figura 4 – Capitão América contra Homem de Ferro



Fonte: Capitão América: Guerra Civil (2016)

## 5. Considerações finais.

Entender uma série de filmes como algo capaz de gerar impacto político pode ser pouco usual para a maioria das pessoas. Porém, como vimos, não existe produção cultural que não seja influenciada pela sociedade e que não a influencie de volta. Os filmes, por se apresentarem de forma visual, ganham cada vez mais destaque no mundo globalizado. Este trabalho foi conduzido com a premissa de que os *blockbusters* hollywoodianos, atualmente encarnados no Universo Cinematográfico da Marvel, geram ganhos para os Estados Unidos que ultrapassam o valor financeiro dos bilhões arrecadados, atingindo a capacidade de influenciar opiniões ao redor do mundo. Joseph Nye Jr., ao falar sobre *soft power*, deu os instrumentos para percebermos como essa influência é real e pode acontecer.

Os personagens, o enredo, a trama e até a paleta de cores foram escolhidos com o intuito de transmitir determinada mensagem, variando de acordo com o filme abordado. Mas, em suma, todos foram produzidos e dirigidos por estadunidenses que, por terem uma visão de mundo construída pela sociedade em que vivem, acabam criando obras que transmitem essa mesma visão para todos que as assistem, resultando em uma propagação desta forma de pensamento. No caso do UCM, temos filmes que foram produzidos a partir de milhões de dólares e que se tornaram sucesso em todo o mundo, redesenhando aspectos culturais contemporâneos e se tornando parte do que é entendido como cultura por jovens de inúmeros países.

É praticamente impossível encontrar uma pessoa que nunca tenha assistido a um filme ou série do UCM, ainda mais no mundo contemporâneo em que a transmissão de mídias ocorre em tempo real. Uma década atrás estreava *Homem de Ferro*, primeiro filme da franquia e que trouxe de volta para o grande público a imagem do herói, redesenhada pelas crenças e valores estadunidenses. Como Nye disse, a sociedade civil é capaz de gerar poder para seu país e, ao contribuir para uma nova versão do mito do herói, Hollywood deu sua parcela de contribuição, criando assim uma série de produtos que meses antes de seu lançamento já geram expectativas mundo afora.

Os temas dos filmes englobam desde relacionamentos familiares, de amizade, até tramas políticas internacionais complexas. Outro ponto forte é a representatividade das personagens, que é extensa ao ponto de abordar a maioria dos grupos sociais, o que inclui

negros<sup>11</sup>, mulheres<sup>12</sup> e deficientes<sup>13</sup>. A grande capacidade de fazer a pessoa se encontrar em um filme que trata sobre heroísmo é o que faz o Universo Cinematográfico da Marvel ser o que é, e também é o que o faz ser um dos mais requintados geradores de *soft power* dos Estados Unidos atualmente.

## 6. Referências.

24 Horas. [s.i.]: Fox, 2001 - 2010. P&B.

ADOROCINEMA. **Capitão América 2 – O Soldado Invernal**. 2014. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-193113/criticas-adorocinema/>>. Acesso em: 20 out. 2018

ADOROCINEMA. **Homem de Ferro 2**. 2010. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-139589/>>. Acesso em: 20 out. 2018

ADOROCINEMA. **Homem de Ferro**. 2008. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-53751/>>. Acesso em: 20 out. 2018

BBC NEWS. **The unlikely story behind the phrase 'American exceptionalism'**. 2013. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/magazine-24086785>>. Acesso em: 20 out. 2018

BERENSON, Edward. The Use and Abuse of History. *American Quarterly*, Los Angeles, v. 48, n. 3, p.507-515, set. 1996.

CAPITÃO América 2: O Soldado Invernal. Direção de Anthony e Joe Russo. Produção de Kevin Feige. [s.i.]: Marvel Studios, 2014. (136 min.), P&B.

CAPITÃO América: Guerra Civil. Direção de Anthony e Joe Russo. Produção de Kevin Feige. [s.i.]: Marvel Studios, 2016. (147 min.), P&B.

DANGAL. Direção de Nitesh Tiwari. [s.i.]: Walt Disney Studios Motion Pictures, 2016. (161 min.), P&B.

---

<sup>11</sup> Faço referência ao filme *Pantera Negra*, de 2018, que foi o primeiro filme a mostrar um herói príncipe negro.

<sup>12</sup> Faço referência ao filme *Capitã Marvel*, que será lançado em 2019, mas já gera discussões sobre a representatividade feminina. Ela será a personagem com maior poder dentro do UCM.

<sup>13</sup> Faço referência a série *Demolidor*, que lançou sua terceira temporada na Netflix em 2018.

DEBRIX, François. Kill Bill, Volume I and Volume II. Millennium: Journal Of International Studies. Miami. 1 fev. 2006. P. 553-557

ENGERT, Stefan; SPENCER, Alexander. International Relations at the Movies: Teaching and Learning about International Politics through Film. **Perspectives**, Detroit, v. 17, n. 1, p.83-104, 2009

FORBES. **‘Ant-Man And The Wasp’ Was Marvel’s Biggest Non-‘Avengers’ Hit Ever In China.** 2018 A. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2018/10/16/ant-man-and-the-wasp-is-marvels-biggest-non-avengers-superhero-movie-ever-in-china/#57128e603f98>>. Acesso em: 20 out. 2018

FORBES. **Box Office: The Marvel Cinematic Universe Is A Brand, Not A Franchise.** 2018 B. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2018/08/14/box-office-marvel-cinematic-universe-brand-franchise-avengers-infinity-war-black-panther-blumhouse-ant-man-thor/#777c71055abd>>. Acesso em: 20 out. 2018

FORBES. **Five Years Ago, 'Avatar' Grossed \$2.7 Billion But Left No Pop Culture Footprint.** 2014. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2014/12/18/avatar-became-the-highest-grossing-film-of-all-time-while-leaving-no-pop-culture-footprint/#5a94b6c66159>>. Acesso em: 20 out. 2018

FORBES. **No Hollywood Film Has Topped 'Dangal' In China Since May Except 'Transformers 5'.** 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/robcairn/2017/10/14/no-hollywood-film-has-topped-dangal-in-china-since-may-but-transformers-5/#530cbf63198b>>. Acesso em: 20 out. 2018

FORBES. **Why You Should Believe The Stakes In Marvel’s Infinity War.** 2018 C. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/anharkarim/2018/07/08/why-you-should-believe-the-stakes-in-marvels-infinity-war/#1cccc40d256ee>>. Acesso em: 20 out. 2018

HISTORIA LIVRE. **O Entre Guerras: O American Way of Life e a Crise de 1929.** Disponível em: <<http://www.historialivre.com/contemporanea/entreguerras.htm>>. Acesso em: 20 out. 2018

HOMEM de Ferro 2. Direção de Jon Favreau. Produção de Kevin Feige. [s.i.]: Marvel Studios, 2010. (125 min.), P&B.

HOMEM de Ferro 3. Direção de Shane Black. [s.i.]: Marvel Studios, 2013. (131 min.), P&B.

HOMEM de Ferro. Direção de Jon Favreau. [s.i.]: Marvel Studios, 2008. (126 min.), P&B

HOMEM-FORMIGA. Direção de Peyton Reed. Produção de Kevin Feige. [s.i.]: Marvel Studios, 2015. (117 min.), P&B.

INFOMONEY. **A cultura e o audiovisual na era da interdependência econômica internacional**. 2016. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/na-real/noticia/5357698/cultura-audiovisual-era-interdependencia-economica-internacional>>. Acesso em: 29 out. 2018.

MAGNOTTA, Fernanda Petená. **Porque as ideias importam: A crença no excepcionalismo americano como guia de formulação das “Grandes Estratégias” dos Estados Unidos no alvorecer da superpotência**. 2013. 116 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Relações Internacionais, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São Paulo, 2013

NOVA York Sitiada. Direção de Edward Zwick. Nova York: 20th Century Fox, 1998. (116 min.), P&B.

NYE JR., Joseph. **Soft power: The Means to Success the World Politics**. New York: Public Affairs, 2004. 206 p.

O'MEARA, Patrick. The Use of Full-Length Commercial Films in Political Science Undergraduate Education. *Teaching Political Science*. Bloomington. Out. 2014. p. 215-221

OS VINGADORES. Direção de Joss Whedon. Produção de Kevin Feige. [s.i.]: Marvel Studios, 2012. (144 min.), P&B.

PLANO CRÍTICO. **Crítica Homem de Ferro**. 2018. Disponível em: <<http://www.planocritico.com/critica-homem-de-ferro/>>. Acesso em: 15 out. 2018

SOUTH CHINA MORNING POST. **Bollywood offers China lesson on soft power**. 2017. Disponível em: <<https://www.scmp.com/news/china/diplomacy->

defence/article/2100682/bollywood-offers-china-lessons-soft-power>. Acesso em: 05 out. 2018.

THE GUARDIAN. **High Culture versus pop culture: which is best for engaging students?** Disponível em: <<https://www.theguardian.com/teacher-network/teacher-blog/2013/feb/20/pop-culture-teaching-learning-engaging-students>>. Acesso em: 20 out. 2018

THE HOLLYWOOD REPORTER. **Marvel Studios' Origin Secrets Revealed by Mysterious Founder: History Was "Rewritten"**. 2016. Disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/features/marvel-studios-origin-secrets-revealed-889795>>. Acesso em: 20 out. 2018

TITANIC. Direção de James Cameron. Produção de James Cameron. [s.i.]: Paramount Pictures, 1997. (195 min.), P&B.

VÉDRINE, Hubert; MOISI, Dominique. **France in an Age of Globalizations**. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2001. 160 p.

VINGADORES: Era de Ultron. Direção de Kevin Feige. [s.i.]: Marvel Studios, 2015. (143 min.), P&B.

ZOOTOPIA. [s.i.]: Walt Disney Studios Motion Pictures, 2016. (108 min.), P&B.