

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

EDSON NADAL ROSSETTO

**ESTEREÓTIPOS DA CULTURA BRASILEIRA REPRESENTADOS PELOS JOGOS
ELETRÔNICOS E FILMES NORTE-AMERICANOS**

**CAXIAS DO SUL
2021**

EDSON NADAL ROSSETTO

**ESTEREÓTIPOS DA CULTURA BRASILEIRA REPRESENTADOS PELOS JOGOS
ELETRÔNICOS E FILMES NORTE-AMERICANOS**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado ao curso de Comércio Internacional da Universidade de Caxias do Sul, como requisito final para a obtenção do grau de Bacharel em Comércio Internacional.

Orientador Prof. Dr. Fábio Verruck

**CAXIAS DO SUL
2021**

AGRADECIMENTOS

Meus pais, Severino Rossetto e Maria Dominga Nadal, me entregaram a força e vigor necessários para a finalização desta pesquisa e superação de obstáculos durante a minha jornada acadêmica. Portanto, agradeço-os: devo a conclusão deste trabalho a vocês.

Agradeço também as demais pessoas, que de uma forma ou outra, contribuíram para a ideal realização do projeto, especialmente meu orientador, Prof. Dr. Fábio Verruck, que desde o início do processo de pesquisa mostrou-se aberto a todas as ideias, sempre com entusiasmo e paciência frente minhas dúvidas. Seu apoio e acompanhamento contínuo foram fundamentais.

Por tudo, agradeço a Deus.

RESUMO

A indústria cultural norte-americana, através de seus diversos segmentos, possui relevante poder econômico e alcance em escala global. Desta maneira, os produtos decorrentes desta indústria podem influenciar a visão de mundo de cidadãos em diferentes países. A presente pesquisa pretende entender de que maneira este poderoso setor estadunidense representa o Brasil e a cultura nacional brasileira por meio de seus filmes e jogos eletrônicos. Para isso, em um estudo qualitativo e exploratório, foram selecionadas obras sugeridas por usuários de redes sociais através de um formulário eletrônico. Assim, de posse do material, foi possível analisar cinco produções, dentre elas três filmes e dois jogos eletrônicos. A partir daí, foram identificadas categorias de representação do Brasil e transcritos os conteúdos das categorizações com base em cada obra. Comparou-se as informações obtidas, gerando uma discussão apoiada pela literatura disponível. Verificou-se que os estereótipos brasileiros são representados em forma de repetidas reproduções da cidade do Rio de Janeiro, favelas e exposições de pobreza, criminalidade e corrupção. Observou-se também constância de associações do país com futebol e samba, e a exteriorização de belezas naturais e pontos turísticos cariocas tradicionais. Evidenciou-se, então, que a representação de aspectos negativos do país sobressai-se aos positivos, o que pode causar danos à visão geral da cultura brasileira.

Palavras-chave: Brasil. Identidade Nacional. Indústria cultural norte-americana. Estereótipos.

ABSTRACT

The north-american culture industry, through its many segments, has relevant economic power and global reach. Thus, products arised from this industry can influence the world view of citizens from different countries. The present research aims to understand how this powerful United States sector represents Brazil and the brazilian national culture through its movies and video-games. In order to achieve this objective, in an exploratory and qualitative approach, it was selected productions suggested by social networks users through an electronic form. With the suggestions in hand, it was possible to analyze five productions, amongst three movies and two video-games. Then, categories of Brazil's representation were identified and its contents transcribed based on each production. It was compared the acquired data, generating a discussion supported by the available literature. The results pointed out that the brazilian stereotypes are represented in form of repetitive reproductions of the city of Rio de Janeiro, slums and exposure of poverty, criminality and corruption. It was also verified frequent associations of the country with soccer and samba, and the exteriorization of natural beauties and traditional Rio's touristic spots. It was verified that the representation of negative aspects of the country stands out from the positive ones, delivering a possible damage on the general image of the brazilian culture.

Key Words: Brazil. National Identity. North American culture industry. Stereotypes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sugestões de obras recebidas através do formulário	27
Figura 2 - Cena exibindo um canal de esgoto na favela	32
Figura 3 - Vista aérea das belezas do Rio de Janeiro	32
Figura 4 - Representação de alguns moradores da favela carioca	33
Figura 5 - Vista aérea do Rio de Janeiro retratada no filme Rio	36
Figura 6 - Favela carioca do filme Rio	36
Figura 7 - Algumas das aves brasileiras representadas na obra	37
Figura 8 - Vista aérea da Favela da Rocinha	39
Figura 9 - Interior de uma moradia na favela	39
Figura 10 - Adolescentes praticando o futebol na favela	41
Figura 11 - Cristo Redentor e Corcovado	42
Figura 12 - Interior de uma moradia na favela	43
Figura 13 - Visão interna de outra moradia da favela	43
Figura 14 - Panorama do Pão de Açúcar	44
Figura 15 - Estádio do time de futebol fictício “Galatians”	46
Figura 16 - Max Payne na cobertura de um luxuoso prédio	47
Figura 17 - Protagonista em situação de perigo na favela	48

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Obras analisadas na pesquisa	28
Quadro 2 - Categorizações	29
Quadro 3 - Elementos culturais associados ao país	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	11
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 Objetivo geral	12
1.2.2 Objetivos específicos	12
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 CULTURA: CONCEITO E DEFINIÇÃO.....	14
2.1.1 Comunicação intercultural	16
2.2 ESTEREÓTIPOS CULTURAIS	18
2.3 IDENTIDADE E CULTURA NACIONAL	20
2.3.1 Características da Identidade Nacional Brasileira	21
2.4 INDÚSTRIA CULTURAL	24
2.4.1 Indústria Cultural Norte-Americana	25
3 MÉTODO	27
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	31
4.1 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA – FILME “VELOZES E FURIOSOS 5: OPERAÇÃO RIO”	31
4.1.1 Contexto da inserção do Brasil na obra	31
4.1.2 Ambientação	32
4.1.3 Sociedade	33
4.1.4 Elementos culturais associados ao Brasil	34
4.2 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA – FILME “RIO”	34
4.2.1 Contexto da inserção do Brasil na obra	35

4.2.2 Ambientação	35
4.2.3 Sociedade	36
4.2.4 Elementos culturais associados ao Brasil	38
4.3 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA – FILME “O INCRÍVEL HULK”	38
4.3.1 Contexto da inserção do Brasil na obra	38
4.3.2 Ambientação	39
4.3.3 Sociedade	40
4.3.4 Elementos culturais associados ao Brasil	40
4.4 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA- JOGO ELETRÔNICO <i>CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 2</i>	41
4.4.1 Contexto da inserção do Brasil na obra	41
4.4.2 Ambientação	42
4.4.3 Sociedade	43
4.4.4 Elementos culturais associados ao Brasil	44
4.5 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA- JOGO ELETRÔNICO <i>MAX PAYNE 3</i>	45
4.5.1 Contexto da inserção do Brasil na obra	45
4.5.2 Ambientação	45
4.5.3 Sociedade	46
4.5.4 Elementos Culturais Associados ao Brasil	49
5 DISCUSSÃO DOS REULTADOS	50
5.1 O ALCANCE GLOBAL DA INDÚSTRIA CULTURAL NORTE-AMERICANA	50
5.2 GÊNERO DAS OBRAS E OS CONTEXTOS DE INSERÇÃO DO BRASIL.....	50
5.3 AMBIENTAÇÃO E SOCIEDADE	51
5.4 QUADRO DOS ELEMENTOS CULTURAIS ASSOCIADOS AO BRASIL	53
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
6.1 IMPLICAÇÕES GERENCIAIS.....	56

6.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÃO DE ESTUDOS FUTUROS.....	56
REFERÊNCIAS.....	58
APÊNDICE A - QUESTIONAMENTO DO FORMULÁRIO ELETRÔNICO UTILIZADO NA PESQUISA.....	62

1 INTRODUÇÃO

A era moderna e suas tecnologias trouxeram consigo maneiras inovadoras e aclamadas de contar histórias e produzir entretenimento. Diversas são as modalidades utilizadas para esse fim: filmes, jogos eletrônicos, séries televisivas, e os mais tradicionais como livros, gibis, etc. Porém, muito além do propósito de entreter, tais segmentos se mostram essenciais para a economia global, já que movimentam anualmente bilhões de dólares.

De acordo com a *Motion Pictures Association* (2020), somente o mercado global de filmes e séries (sem levar em consideração inscrições de TV a cabo), incluindo serviços de *streaming*, alcançou em 2019 a marca de 101 bilhões de dólares. Compondo este valor, os três filmes com maior bilheteria no referido ano foram *Avengers: Endgame* alcançando \$2,797,800,564, *The Lion King* com \$1,656,141,579 e *Frozen II* atingindo \$1,447,549,711 (The Numbers, 2021). Uma análise aprofundada destes dados indica não apenas a importância econômica da indústria do entretenimento, mas também algo já familiar: a exposição de obras norte-americanas para cidadãos de diferentes culturas ao redor do globo, visto que os três filmes citados foram produzidos por uma empresa estadunidense.

Com tamanho alcance, é possível dizer que os EUA expõem seus costumes e valores para o mundo. Porém, ao mesmo tempo em que são produzidas histórias fictícias dos mais variados gêneros, identificam-se numerosas obras abordando, através de uma visão americana, outras nações e culturas. Assim, percebe-se que produções norte-americanas que representam outros países, ao atingirem diferentes povos, podem influenciar na percepção que estes possuem uns dos outros.

Tal fenômeno resulta na popularidade de imagens e estereótipos de outros países expressados pelos estadunidenses. Diversas vezes observam-se personagens russos como antagonistas em criações americanas, possuindo características tirânicas e objetivos perversos, por exemplo. Da mesma maneira, muitas obras de sucesso retratam asiáticos como exímios lutadores e frequentemente identificam-se perigosos e poderosos latino-americanos simbolizando o universo do narcotráfico.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

A representação do Brasil pela indústria cultural dos Estados Unidos não é algo recente. Conforme Rodrigo Cavalcante (2005), em entrevista à revista *Super Interessante*, durante a segunda guerra mundial em 1943, *Walt Disney* visita o Brasil. Ainda segundo Cavalcante (2005, não paginado):

Naquele ano, Pato Donald apresentaria um novo companheiro no filme *Alô, Amigos*: seu nome era Joe Carioca, para os americanos, ou Zé Carioca, para os brasileiros, um simpático e falante papagaio. Dali em diante, a imagem do brasileiro se firmava como a de uma espécie de bon vivant tropical, cheio de ginga, que não se adaptava a empregos formais e vivia de “bicos”.

Observa-se que o personagem animado é constituído por características específicas dos brasileiros segundo a visão do americano *Walt Disney*, e a representação de tais atributos pode ser responsável pela divulgação mundial de uma imagem associada à população do Brasil.

Com o passar do tempo e o avanço da tecnologia, as séries televisivas e o mundo cinematográfico aperfeiçoaram-se, e novas maneiras de expressão da arte, como jogos eletrônicos, foram desenvolvidas. Os americanos, contudo, permaneceram como protagonistas mundiais nestes setores, principalmente no nicho de filmes, já que ano após ano em décadas passadas o país alcançava cifras milionárias de bilheteria ao redor do mundo, com diferenças consideráveis em relação aos demais mercados. (The Numbers, 2021).

Neste contexto, o Brasil se torna palco de diversas obras, reproduzidas através de profissionais americanos do entretenimento que, diferente de *Walt Disney* no passado, contam com aparelhagens constituídas de considerável poder tecnológico, como modernas ferramentas de filmagem, de captação de som, além da possibilidade de criação de ambientes complexos por meio de motores gráficos em jogos eletrônicos.

É dentre tais obras que determinadas características do Brasil são difundidas para um grande público no mundo todo, quando estas são representadas em suas produções. O estudo, portanto, leva em conta a seguinte questão: de que maneira o Brasil é representado pela indústria cultural norte-americana em suas vertentes de filmes e jogos eletrônicos?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Identificar de que forma o Brasil é representado pela Indústria Cultural norte-americana nas vertentes de jogos eletrônicos e filmes.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Montar um *corpus* de filmes e jogos eletrônicos norte-americanos que são situados no Brasil, a partir de materiais indicados por apreciadores destes conteúdos;
- b) Identificar as categorias de representação da cultura nacional brasileira apresentadas em cada obra;
- c) Verificar em que medida as categorias identificadas representam uma imagem realista da cultura brasileira;

1.3 JUSTIFICATIVA

A relevância mundial dos Estados Unidos no ramo de produções de entretenimento é visivelmente reconhecida através de obras famosas, empresas multimilionárias e, principalmente, dos dados disponíveis que comprovam tais feitos. Seja no setor de jogos eletrônicos, cinema, séries e programas de TV, jornalismo, músicas, entre outros, o país se apresenta como um dos *players* mais importantes do globo.

Conforme Mirrlees (2016), empresas americanas como *Disney*, *Time Warner*, *Comcast-NBCUniversal*, *Viacom*, entre outras, espalharam-se pelo mundo, fazendo negócio com as mais variadas nações, políticas e culturas. Além disso, os seis maiores estúdios de cinema de *Hollywood* chegaram a alcançar 62.7% da bilheteria global no setor (HOAD, 2013 apud MIRRLEES, 2016). Tais informações confirmam a importância econômica que os Estados Unidos possuem no setor de produções culturais, nicho este que representa uma relevante parcela do comércio internacional mundial e auxilia no desenvolvimento econômico de diversas nações.

A tamanha relevância e presença que as obras culturais do país norte-americano exercem no mundo pode resultar na absorção, por parte dos diversos povos e culturas, da visão de mundo e estilo de vida dos Estados Unidos, representados através de criações dos mais diversos gêneros.

É importante fazer-se o questionamento, então, de como os norte-americanos representam o Brasil quando o mesmo é abordado em suas obras. Na reprodução, diversas são as características que podem ser impregnadas ao país, seu povo, cultura e costumes, e, já que o alcance das produções americanas em suas diversas esferas é mundial, se faz pertinente identificar quais são essas características, se estão padronizadas em meio às diferentes obras, se tendem a simbolizar aspectos positivos ou negativos da cultura brasileira, entre outros tópicos. Assim, tem-se uma chance de constatar que tipo de imagem do Brasil e de sua cultura é divulgada para o mundo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CULTURA: CONCEITO E DEFINIÇÃO

Na tentativa de elucidar o conceito de cultura, é primeiramente crucial entender que a palavra possui ampla abrangência e maneiras diversas de interpretação, não só atualmente como durante seu processo histórico de definição. Segundo Barroso, Bonete e Queiroz (2017, p. 38), “O estudo de cultura pode variar de tempos em tempos, de autor para autor, de paradigma para paradigma”.

Ao buscar o surgimento da expressão e suas primeiras interpretações, é inevitável não se deparar com o nome de Edward Burnett Tylor. Castro (2009) explica que Tylor é considerado por muitos o pai da antropologia cultural, visto que foi o primeiro a definir formalmente a palavra cultura. Ainda segundo Castro (2009), Tylor publicou em 1871 o livro “*Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom*” (Cultura primitiva: Pesquisas sobre o desenvolvimento da mitologia, filosofia, religião, linguagem, arte e costume), e no primeiro capítulo, “A Ciência da Cultura”, Tylor descreve-a como:

Cultura ou Civilização, tomada em seu mais amplo sentido etnográfico, é aquele todo complexo que inclui conhecimento, crença, arte, moral, lei, costume e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem na condição de membro da sociedade” (TYLOR, 1871 apud CASTRO, 2009).

Constata-se que na colocação de Tylor, as palavras Cultura e Civilização são utilizadas como sinônimos. Castro (2009) aponta que, à época, o inglês entendia cultura como algo hierarquizado, em estágios. Isso significa que toda a civilização teria se desenvolvido de maneira unilateral, em etapas sucessivas e obrigatórias, e provinda de uma única origem.

É evidente que, atualmente, o entendimento de processo cultural de Tylor, constituído de estágios únicos e obrigatórios para todas as populações, não é considerado correto, o que mostra a evolução da definição de cultura no decorrer dos tempos. Apesar disso, caso ignorada a comparação de cultura e civilização feita por Tylor e observado apenas o conceito da palavra, percebe-se que desde os primórdios da definição, cultura abrangia vários aspectos, fugindo de uma concepção simplista e singular. Esta perspectiva histórica, entretanto, continua sendo atual se analisada a complexidade de seu significado.

Isso é perceptível na descrição contemporânea de Santos (1983), que desenvolve as várias formas de referir-se à expressão, como o teatro, música, pintura, escultura, festas e cerimônias tradicionais, lendas e crenças de um povo. Nos tempos modernos, a palavra pode ser associada ao rádio, cinema e televisão, entre diversas outras possibilidades.

Estas definições, segundo Santos (1983), fazem parte das várias maneiras de se interpretar cultura, porém o autor prefere classificar a expressão de dois modos, a fim de evitar confusões devido a variação de significado. O primeiro, utilizado mais genericamente, diz respeito a tudo que caracteriza a existência social de um povo ou de grupos no interior de uma sociedade. Já a segunda descrição refere-se especificamente ao conhecimento, ideias e crenças de uma sociedade, oportunizando uma verificação mais profunda e detalhada dos aspectos de determinada cultura. Sendo assim, é do relacionamento dessas duas concepções que se origina a maneira de entender cultura. De acordo com o autor, cultura então passa a ser entendida como o conhecimento que uma sociedade possui de si mesma e de outras, e como esse conhecimento é expresso por ela: através da arte, religião, esportes e jogos, tecnologia, ciência, política.

Dias, por sua vez, enfatiza que a cultura é “característica exclusiva das sociedades humanas” (DIAS, 2010, P.67), visto que ela compreende a totalidade de criações humanas. Estas criações podem se apresentar tanto do ponto de vista material, como também no que está na mente do ser humano. Inclui-se “ideias, valores, manifestações artísticas de todo o tipo, crenças, instituições sociais, conhecimentos científicos e técnicos, instrumentos de trabalho, tipos de vestuário, alimentação, construções, etc.” (DIAS, 2010, p. 67).

Analisando a concepção inicial de Tylor e as descrições atuais do conceito de cultura, observa-se uma similaridade essencial da definição, pois apesar da diferença histórica entre o conceito pioneiro de cultura e os entendimentos modernos de Dias e Santos, há neles uma relação nítida entre cultura e sociedade. Além disso, de acordo com Dias (2010), conhece-se uma cultura a partir de elementos culturais existentes dentro de um território (localidade, região e país). Estes elementos são as relações entre as pessoas, sua religião, idioma, etc. Portanto, ao analisar o trabalho de Dias (2010), é entendível que, dentro de um território determinado, pessoas se relacionam, convivem em sociedade e expressam suas criações, sejam elas tangíveis ou intangíveis, através de arte, credo, ideias, manifestações folclóricas, por

diante. Daí pode-se associar ao que Santos (1983) categoriza como a expressão do conhecimento de uma sociedade, caracterizado por, além dos anteriores, ciência, esporte, política, etc.

2.1.1 Comunicação intercultural

O estudo da cultura enquanto conceito apresenta aspectos teóricos importantes. É um ponto de partida para compreender esta expressão de complexo significado. Entretanto, para alcançar um profundo nível de entendimento da cultura de uma sociedade, pode ser necessário ir além da busca literária. Bennett (1998) classifica cultura de duas maneiras: Cultura com a inicial “C” maiúscula (ou cultura objetiva), a qual refere-se especificamente a teórica da palavra, e cultura com a inicial “c” minúscula (cultura subjetiva), abordando aspectos mais práticos, como pensamentos e comportamentos de determinada população em seu dia a dia.

Como observado anteriormente, é associado ao conceito de cultura as danças, esportes, artes, entre outras instituições que determinada sociedade produz. Porém, para Bennett (1998), apesar de válidos, possuir o conhecimento de tais fatores não necessariamente significa que um indivíduo terá competência em comunicar-se com alguém de outra cultura. É essencial, então, agir sob seu conceito de cultura subjetiva: aprender e compartilhar padrões de comportamentos, crenças e valores de grupos de pessoas que estão em interação. Dessa forma, segundo o autor, entender a sua própria cultura subjetiva, e a do outro, é uma circunstância interessante para se adquirir competência intercultural.

Comunicação Intercultural, segundo Samovar, Porter e McDaniel, (2012, p. 8, tradução nossa) “ocorre quando uma pessoa de uma cultura envia uma mensagem para ser processada por alguém de cultura diferente”. Bennett (1998) explica que, enquanto as ciências sociais procuram comparar aspectos de determinada cultura com fenômenos similares em outra, estudiosos da comunicação intercultural observam de que maneira estas diferenças afetam a interação entre elas.

Analisando a colocação de Bennett (1998), entende-se que é essencial, além de um estudo aprofundado sobre características de determinada sociedade, a interação e comunicação com integrantes da mesma, em virtude da troca de experiências e conhecimentos práticos que são auferidos devido ao contato “cara a cara”. Desta maneira, o autor descreve habilidades e processos de comunicação

necessários para auxiliar um indivíduo a lograr êxito em tais relacionamentos. Como parte destes processos, o autor é enfático ao explicar a importância de entender a relação da linguagem com a percepção da realidade de cada povo:

Linguagem serve como uma ferramenta para comunicação, porém em adição é um 'sistema de representação' para percepção e pensamento. Esta função da linguagem nos providencia com protótipos e categorias verbais que guiam nossa formação de conceitos e categorização de objetos. Isto direciona como experienciamos a realidade (BENNETT, 1998, não paginado, tradução nossa).

As diferentes linguagens, então, entregam maneiras distintas de percepção da realidade, pois muito além de serem simplesmente utilizadas para comunicação, são formas de representação. Como exemplo, o autor compara o método de numeração presente no inglês com o japonês: enquanto a língua inglesa possui apenas uma maneira de contar (*one, two, three...* ou “um, dois, três...”), o idioma japonês tem diversas. Possibilita, por exemplo, diferenciar o processo de contagem de acordo com o formato de determinado objeto, o que torna a percepção dos japoneses sobre experienciar estes utensílios muito mais rica do que a dos americanos. Este fato deve moldar o pensamento de um indivíduo interessado em entender outras culturas, no sentido de que as sociedades verificam eventos de maneiras específicas, pois, segundo Bennett (1998), se um indivíduo falhar em entender tal afirmativa, será levado ao equívoco de querer corrigir o costume do outro que considera errado.

Indo na mesma direção, Samovar, Porter e McDaniel (2012, p. 14, tradução nossa) entendem que “nós vemos, ouvimos, sentimos, usamos o paladar e até mesmo cheiramos o mundo através dos critérios que a cultura estabeleceu em nossas percepções”. Desta maneira, segundo Samovar, Porter e McDaniel (2012), podem existir conflitos nas diferentes visões de mundo quando há uma relação intercultural entre elas: asiáticos e nativos americanos tendem a pensar que pessoas devem ter uma relação harmoniosa com a natureza, enquanto a crença de europeus americanos aproxima-se mais da ideia de utilizar e conquistar a natureza de acordo com seus princípios e desejos pessoais, conceitos distintos que podem impactar a criação de um plano global de proteção ambiental, por exemplo.

2.2 ESTEREÓTIPOS CULTURAIS

Kirst-Ashman (2007 apud KIRST-ASHMAN, 2008 p. 34, tradução nossa) define estereótipos como “uma imagem mental fixa de um membro de algum grupo especificado com base em algum atributo ou atributos que refletem uma visão excessivamente simplificada desse grupo, sem consideração ou apreciação das diferenças individuais”. Segundo Bennett (1998), os estereótipos podem ser associados a qualquer atributo de um grupo, como raça, religião, etnia, idade, gênero, e identidade nacional, por exemplo. Dessa maneira, pode-se entender que existe certa simplificação de características ao atrelar todos os componentes de determinado grupo a uma só imagem.

Porém, é encontrada uma explicação lógica que talvez justifique tal comportamento humano, de acordo com Lippmann:

a tentativa de ver todas as coisas de uma nova maneira e em detalhe, mais do que tipos e generalidades, é exaustivo, e nos assuntos muito intensos praticamente fora de questão [...] Em vez disso, observamos um traço que marca um tipo muito conhecido, e o resto da imagem preenchemos com estereótipos que carregamos em nossas cabeças. (LIPPMANN, 2008, p.90, 91)

Simplificar traços sociais e culturais de um povo, então, pode ser inevitável, devido às próprias limitações humanas de lidar com o grande volume de informações que plenamente conhecer uma cultura demanda. Apesar da naturalidade, Six (1989) associa estritamente o conceito de estereótipos com preconceitos, explicando que este último resulta da manifestação das imagens estereotipadas que estão presentes na cabeça dos indivíduos. O preconceito, então, converte-se em comportamentos e julgamentos específicos, podendo causar até mesmo discriminação social.

Van Langenhove e Harré (2010) entendem que a utilização de estereótipos é geralmente considerada prejudicial, já que em diversos estudos a expressão é classificada como “distorção da realidade”. As categorizações, consequência dos estereótipos segundo os autores, claramente distorcem e simplificam elementos de uma cultura. Tanto a discriminação citada por Six (1989) quanto a distorção da realidade mencionada por Van Langenhove e Harré (2010) são vistas neste diálogo exemplar fictício sobre o conceito de estereótipos:

Eu nunca estive na América, eu não conheço nenhum Americano e não sei falar inglês. Mas o que eu sei é: eu não gosto dos Estados Unidos e dos Americanos, Reagans, Denvers e Cowboys. Então, porque eu deveria aprender seu idioma ou aprender mais sobre sua cultura? Eu aprendi o suficiente sobre isso, principalmente através da mídia, e eu ouvi o suficiente sobre a America de uns caras bobos que assistem séries de TV Americanas o tempo todo. Estou farto da cultura Americana, e jamais visitaria os Estados Unidos! (Six, 1989, p. 42, tradução nossa).

Apesar das consequências negativas causadas pelos estereótipos, Six (1989) concorda que, através de uma perspectiva social-cognitiva, os preconceitos e categorizações possuem papel importante, visto que são utilizados para reduzir e facilitar informações complexas devido à limitação em nossa capacidade cognitiva, além de que estas categorizações consistem de relação estrita com as comparações sociais, utilizadas pelas culturas para comparar-se com outras relevantes e assim auxiliar na formação de suas identidades próprias. Van Langenhove e Harré (2010) entendem que estereótipos podem ser utilizados de maneiras distintas a depender do tipo de conversação e dos interlocutores envolvidos na conversa e salienta que “[...] estereótipos podem ser proferidos enquanto a pessoa que o faz está completamente consciente de que se trata ‘apenas’ um estereótipo” (VAN LANGENHOVE; HARRÉ, 2010, p. 243, tradução nossa).

Fato é que, apesar de serem considerados geralmente como características negativas, os estereótipos por vezes são moldados propositalmente para representar positivamente uma cultura ou afastar visões negativas sobre ela. A Alemanha, vista como um país rígido e com pouca hospitalidade, segundo Allen (2016), teve a chance de tentar mudar sua imagem durante a copa do mundo FIFA de 2006, realizada sob seus domínios. E foi exatamente essa campanha que a empresa privada Pepsi tentou fazer durante o evento, através de uma propaganda televisiva.

Allen (2016) descreve que o anúncio da empresa age deliberadamente sob os estereótipos conhecidos da Alemanha, de maneira a associá-los a uma visão positiva do país. Por exemplo, usufruem da mundialmente conhecida *Oktoberfest* como palco para demonstrar uma amigável hospitalidade, não de bravos *skinheads* ou burocratas alemães, mas sim de belas mulheres loiras e foliões animados. No comercial, estes alemães recebem famosos jogadores de futebol participantes da copa naquela ocasião, como Ronaldinho, David Beckham e Roberto Carlos, com um senso amigável de rivalidade enquanto seguram suas célebres canecas de cerveja.

Os alemães então, vestidos com a tradicional roupa de cervejeiro, conseguem marcar um gol no grupo de jogadores famosos ao mesmo tempo em que executam uma tradicional dança de “tapa no pé”.

O resultado da campanha foi observado alguns dias após o início do evento, com o primeiro ministro britânico, à época Tony Blair, declarando que “os clichés velhos foram substituídos por uma nova, positiva e mais justa imagem da Alemanha” (CROSSLAND, 2006, apud ALLEN, 2016, p. 221, tradução nossa). Os efeitos desta utilização positiva de estereótipos, segundo Allen (2016), foram observados não apenas por estrangeiros, mas também pelos próprios alemães, que acabaram reavaliando até mesmo a sua própria identidade nacional, adquirindo um sentimento de orgulho manifestado nas ruas do país pelas cores de sua bandeira.

2.3 IDENTIDADE E CULTURA NACIONAL

Cultura e identidade nacional possuem significados estritamente relacionados. Hall (2006, p. 51) explica que “as culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a nação, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades”. Tais sentidos são descritos como “estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas” (HALL, 2006, p.51).

Porém, a expressão “nação” ou “nacional”, presente em ambos os termos, é caracterizada por ser algo “imaginado” pelos indivíduos pertencentes a ela. Powell (1969 apud HALL, 2006, p. 51) enfatiza que “a vida das nações, da mesma forma que a dos homens, é vivida, em grande parte, na imaginação”. Cubitt (1998 apud EDENSOR, 2002, p. 1, tradução nossa) contempla uma descrição similar: “um campo imaginativo no qual diferentes conjuntos de interesses podem ser projetados, e sobre os quais conexões podem ser forjadas entre os diferentes aspectos das experiências sociais, políticas e culturais”. Hall (2006) explica que, como membros de uma “comunidade imaginada”, os cidadãos alcançam um significado às suas monótonas existências graças a narrativa da nação, que continuará existindo por gerações.

Assim como a nação, Hall (2006) explana que a cultura nacional é também uma narrativa, e argumenta como essa narrativa é contada. O autor esclarece, então, que o conceito de cultura nacional é enraizado através do foco nas “origens,

na continuidade, na tradição e na intemporalidade” (HALL, 2006, p. 53), além do fato das tradições inventadas, constituídas de um conjunto de práticas que buscam orientar normas e valores, que insinuam uma continuidade com um passado que é apresentado como histórico, porém muitas vezes bastante recente (Hobsbawm e Ranger, 1983, apud HALL, 2006). Quando fala-se de cultura nacional, desta maneira, pode-se entender que se trata de uma sensação ilusória de pertencimento a uma “comunidade imaginária”, constituída pelas “memórias do passado; o desejo de viver em conjunto; a perpetuação da herança” (HALL, 2006, p. 58).

A identidade nacional, por conseguinte, representa uma união da condição de membro do estado nação-político e de uma identificação com a cultura nacional, alcançando então a sensação de pertencimento a uma comunidade (Hall, 2006). Edensor (2002) explica algumas maneiras para identificar como a identidade cultural é representada em uma nação: seja através de rituais que marcam o nascimento de nações modernas, o que o autor considera como parte das tradições inventadas, definidas anteriormente, ou por meio de cuidadosas encenações da nação na indústria turística. Estas representações, segundo o autor, estão fora dos canais da consciência humana, e entregam um senso comum de que a nação é importante e central para a existência de um sentimento de pertencimento.

2.3.1 Características da Identidade Nacional Brasileira

Diversas são as características que definem a identidade nacional brasileira. A sensação de pertencimento a esta comunidade se dá através de traços bastante reconhecíveis da cultura. Entretanto, conceituar tais traços e características é uma tarefa complexa, discutível e imprecisa, adjetivos que DaMatta (1986) relaciona à sua própria representação da identidade nacional brasileira.

Segundo DaMatta (1986), existem duas maneiras de construir a identidade do Brasil: conforme dados quantitativos, como estatísticas demográficas e econômicas e sistema político e educacional, critérios dos quais o Brasil deixa a desejar, e também de um modo qualitativo, através da sensibilidade de um olhar de esperança de que sua população tem de si mesma, deixando de lado os dados negativos e trazendo à tona os bons costumes e características da nação.

Desta maneira, DaMatta (1986) define o brasileiro como alguém que valoriza sua casa e a considera como um espaço exclusivo e singular, na qual família e

amigos são sempre bem-vindos (o autor destaca o apreço do brasileiro por estes membros), indo muito além da simples delimitação física e alcançando um sentido moral, que determina ao indivíduo tudo o que é honra, vergonha e respeito. Ao mesmo tempo, o autor contrasta a segurança da moradia com o que o brasileiro julga como rua: tudo o que está fora do lar, um lugar perigoso, incerto e onde o indivíduo deve direcionar-se para trabalhar. Quando o assunto é trabalho, DaMatta (1986) explica que o brasileiro, incorporando a tradição católica romana de entendê-lo como castigo, pressupõe o trabalho como um horror e não o glorifica, como acontece em outras partes do globo.

Mas para esquecer o trabalho e viver momentaneamente em um mundo abundante de alegria e sem os superiores do emprego, o autor faz questão de destacar o carnaval brasileiro, um evento que constitui um importante traço da cultura nacional. Além disso, outros atributos são reconhecidos por DaMatta (1986) como pertencentes ao gosto do cidadão brasileiro, como o amor pelo futebol, música popular, carnaval, comida misturada, amigos e parentes, santos e orixás.

DaMatta (1986) ainda classifica a “malandragem” e o “jeitinho brasileiro” como características presentes na identidade do brasileiro:

Nos Estados Unidos, na França e na Inglaterra, somente para citar três bons exemplos, as regras ou são obedecidas ou não existem. Nessas sociedades, sabe-se que não há prazer algum em escrever normas que contrariam e, em alguns casos, aviltam o bom senso e as regras da própria sociedade, abrindo caminho para a corrupção burocrática e ampliando a desconfiança no poder público. Assim, diante dessa enorme coerência entre a regra jurídica e as práticas da vida diária, o inglês, o francês e o norte-americano param diante de uma placa de trânsito que ordena parar, o que – para nós – parece um absurdo lógico e social, pelas razões já indicadas. (DAMATTA, 1986, não paginado)

A desconfiança no poder público e corrupção burocrática, expressões utilizadas pelo autor para caracterizar o fato de que a legislação brasileira é imprecisa, é uma das justificativas que DaMatta encontra ao classificar o “jeitinho brasileiro” como algo específico da identidade brasileira, já que outras nações desenvolvidas identificam em suas leis uma forma de distinguir claramente o que é certo e o que é errado. Dessa maneira, devido às incertezas das leis brasileiras e ao fato de que as mesmas impõem um senso de proibição constante ao cidadão, o indivíduo acaba por adentrar as entrelinhas e procurar uma solução entre as

possibilidades e impossibilidades da lei, apelando para o lado humano para lidar com as impessoalidades do Estado.

Um exemplo claro oferecido por DaMatta (1986) sobre o “jeitinho” se dá quando um funcionário público atende um cidadão que deseja determinado serviço: ao explicar ao cidadão que sua solicitação não está correta perante a lei e que não poderá ajudar, as situações seguintes podem resultar numa quebra de resistência e eventual auxílio por parte do funcionário se o cidadão invocar relações pessoais com o servidor, como falar sobre o mesmo time de futebol ou amigos em comum. O mesmo resultado pode ocorrer se o cidadão proferir que possui relações familiares com alguém relevante na sociedade em que estão inseridos, podendo levar ao funcionário público a assisti-lo. A concepção de “malandro”, por consequência, pode ser descrita brevemente: “O malandro, portanto, seria um profissional do ‘jeitinho’...” (DAMATTA, 1986, não paginado).

Outra definição clássica, também histórica, da personalidade do homem brasileiro, o “homem cordial” foi um conceito desenvolvido por Sérgio Buarque de Holanda (1995) que define o cidadão do Brasil como alguém generoso, que apresenta hospitalidade e boas maneiras, porém, ao contrário de outros povos, como os japoneses, cujos atributos positivos estão intrínsecos no convívio social, o brasileiro utiliza tais comportamentos apenas como uma fachada, uma máscara, e não genuinamente. A explicação entregue pelo autor passa pelo fato de que “a vida em sociedade é, de certo modo, uma verdadeira libertação do pavor que ele sente em viver consigo mesmo...” (HOLANDA, 1995, p. 147). Observa-se então, em sua descrição, uma dificuldade do brasileiro em lidar com suas próprias emoções, o que o faz buscar afago nas relações sociais. Como consequência, o brasileiro pode encontrar impasses em estabelecer relações impessoais quando elas são necessárias, como o próprio autor exemplifica: “Um negociante da Filadélfia manifestou [...] seu espanto ao verificar que, no Brasil como na Argentina, para conquistar um freguês tinha a necessidade de fazer dele um amigo” (HOLANDA, 1995, p. 149).

2.4 INDÚSTRIA CULTURAL

O conceito de Indústria Cultural foi inicialmente cunhado pelos filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985). Fica evidente, ao ler tal conceituação, que os autores a criaram de modo a tecer severas críticas às obras de produção de entretenimento em massa. Para os escritores, cinema e rádio, por exemplo, não mais eram produzidas de modo a compactuar com o sistema social, mas sim de forma a ser uma indústria comercial e lucrativa, com elaborações padronizadas para todos os tipos de público, transformando tais em meros produtos. O termo indústria, inclusive, segundo Adorno e Horkheimer (1985), remete à similaridade entre a indústria convencional e a cultural, onde trabalhadores devem seguir sua rotina diária na fábrica e executar funções padronizadas. Utilizando-se de expressões fortes, Adorno e Horkheimer descrevem a indústria cultural:

O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem [...] a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social [...] o rádio transforma-os a todos igualmente em ouvintes, para entregá-los autoritariamente aos programas, iguais uns aos outros, das diferentes estações. (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, sem paginação).

As indagações sobre estes meios de comunicação são constantes pois à época, segundo Duarte (2010), já existiam o cinema e a indústria fonográfica baseada na venda de música popular, e o sistema de rádio difusão se preparava para evoluir ao que conhecemos hoje como rádio comercial. Na interpretação de Duarte (2010), Adorno e Max Horkheimer identificavam que, devido à busca por lucratividade pelas empresas através das obras culturais, os resultados eram produções simplórias e de baixa qualidade, mas que de certa maneira atendiam a demanda da massa, dando a elas o que desejariam.

Duarte (2010) explica que, após o mundo deixar de ser baseado nas duas superpotências da chamada Guerra Fria, Estados Unidos e União Soviética, inicia-se um processo de globalização, onde novos meios tecnológicos de entretenimento e comunicação são criados, grandes empresas destes segmentos são formadas, e tais produtos são comercializados em todo o mundo em grande escala. Para uma melhor definição da indústria cultural da atualidade, pode-se observar a exposição

que Bond e PricewaterhouseCoopers (2013, apud MIRRLEES, 2016, p. 3, tradução nossa) utilizam ao se referirem à indústria cultural norte-americana: “companhias que produzem, vendem, distribuem, e exibem mercadorias culturais”. Tal descrição se mostra absolutamente abrangente e, entre as diversas possibilidades destas mercadorias, Mirrlees (2010) cita relações públicas, jornais impressos e televisivos, produções de *Hollywood*, *video games*, séries de TV, etc. Duarte (2010) fala sobre obras transmitidas pelo rádio e também telenovelas.

2.4.1 Indústria Cultural norte-americana

É inevitável constatar que a indústria cultural norte-americana exerce impactante influência não só em seu próprio território, mas também em todo o globo. Mirrlees (2016, p. 55, tradução nossa) comenta que “nenhum país possui o alcance e poder cultural-industrial dos Estados Unidos”. Por ser uma nação fortemente baseada no sistema capitalista, a indústria cultural torna-se um segmento significativamente rentável, já que conglomerados de mídia utilizam-se de tecnologia e mão de obra para produção de bens culturais que serão direcionados para vendas aos consumidores (MIRRLEES, 2016).

James (2013 apud MIRRLEES, 2016, p. 55, tradução nossa) indaga que “poderosos conglomerados como *Comcast-NBCUniversal*, *The Walt Disney Company*, *Time Warner*, *News Corporation*, e *Google* fazem dos Estados Unidos o maior ator no mercado da mídia mundial”. A influência da indústria americana ao redor do globo e também sua importância para a economia do próprio país é descrita pela *Motion Picture Association of America* (2016), no sentido de que os conglomerados de mídia americana respondem por quase metade do comércio audiovisual de todo o mundo, gerando um saldo positivo de comércio nos países em que faz negócio.

Para elucidar o sucesso mundial do setor estadunidense, pode-se observar os números: o *Super Bowl XLVIII*, evento de futebol americano, foi transmitido globalmente, alcançando 198 países e atingindo uma audiência de aproximadamente 100 milhões de pessoas (PRICE, 2014 apud MIRRLEES, 2016). Além disso, o filme *Transformers: A Era da Extinção*, em 2014, ficou entre os dez filmes com maior bilheteria nos cinemas do Brasil, Rússia, Índia, China, África do Sul e Nigéria (MIRRLEES, 2016). No âmbito do cinema, entretanto, o maior sucesso de

uma empresa americana ocorreu recentemente: o filme com mais arrecadação na história é *Vingadores: Ultimato*, ultrapassando, ainda em 2019, o montante de US\$ 2.790 bilhões (UOL, 2019). Na esfera dos *vídeo games*, dentre os vários sucessos americanos globais de vendas está a franquia *Call of Duty*, que entre a década de 2010 e 2019 comercializou 10 dos 20 jogos mais vendidos (OLHAR DIGITAL, 2020).

Tamanho sucesso das obras norte-americanas e distribuição das mesmas em todo o globo tem consequências. Uma delas, segundo Mirrlees (2016), é o fluxo unilateral de produtos culturais entre os Estados Unidos e os demais países, sendo que os americanos exportam muito mais do que importam, contando com quase metade do comércio audiovisual total no mundo (WTO, 2010 apud MIRRLEES, 2016). Tamanho é o poder de criação de obras culturais e infraestrutura neste setor, que a difusão de aspectos da cultura norte-americana sob outras nações é muito mais intensa, fato que eventualmente pode caracterizar protestos estrangeiros sobre a americanização de sua própria cultura, ou também o contrário, onde pessoas podem compactuar com tais costumes em detrimento de seus próprios (MIRRLEES, 2016).

O acesso mundial em massa de obras americanas é uma oportunidade para que propagandas favoráveis ao país sejam amplamente divulgadas. E é justamente o que acontece na prática, pelas mãos de departamentos governamentais: grandes companhias de *Hollywood*, segundo Mirrlees (2016), contatam o Departamento de Defesa americano no intuito de realizar obras audiovisuais com temáticas de guerras. Caso o contato seja aceito, tais empresas adquirem grandes subsídios e ajudas de custo, além de capital militar para auxiliar na produção. Entretanto, o roteiro da obra é amplamente analisado pelo órgão governamental:

O DOD não apenas analisa os roteiros de guerra existentes, mas também pode abordar de forma proativa "produtores não governamentais, roteiristas, etc., em seus esforços para desenvolver um script que pode, em última instância, se qualificar para o DOD assessorar" e dar "orientações, sugestões, acesso para pesquisas técnicas, etc." (MIRRLEES, 2016, p. 182, tradução nossa).

Tal fato, segundo Mirrlees (2016), pode fazer com que obras norte-americanas glorifiquem o aparato militar do país em troca de benefícios.

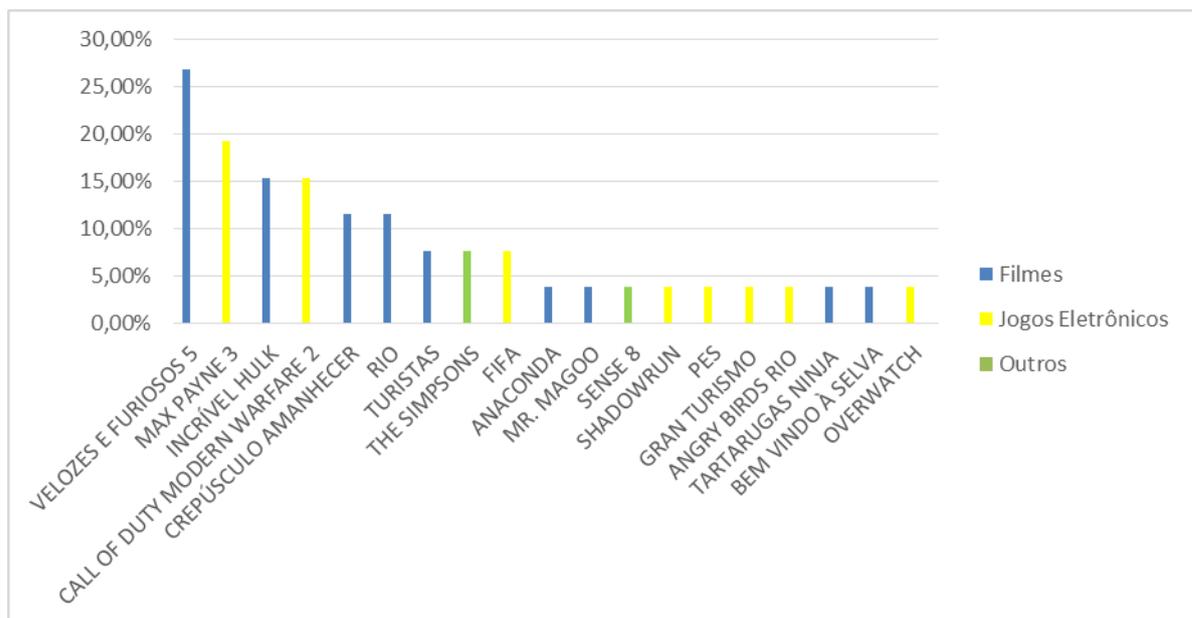
3 MÉTODO

Em conformidade com o objetivo proposto, a representação do Brasil foi analisada através de obras pertencentes às seguintes vertentes da indústria cultural norte-americana: filmes e jogos eletrônicos.

Segundo Rose (2008, p. 346), “a primeira tarefa é fazer uma amostra e selecionar o material [...]”. Portanto, a amostra foi gerada por meio de formulário eletrônico (Apêndice A), onde apreciadores de conteúdos provenientes das vertentes acima descritas foram indagados a citar obras que cumpram dois critérios fundamentais para o correto andamento da pesquisa: requerem ser oriundas de uma empresa dos Estados Unidos e devem estar situadas no Brasil, seja em parte da produção ou em sua totalidade. A necessidade de a obra ter o território brasileiro como palco se dá devido a oportunidade de análise de variáveis culturais características, mais facilmente identificáveis quando são reproduzidas no país de origem. O campo para resposta era livre, permitindo ainda ao participante sugerir quantas obras desejasse na mesma linha, da maneira que melhor lhe conviesse. Não foi solicitada nenhuma informação adicional.

Assim, 26 pessoas responderam ao formulário, e suas sugestões são observadas no gráfico da figura 1:

Figura 1- Sugestões de obras recebidas através do formulário



Fonte: Elaborado pelo autor.

Algumas indicações não foram incluídas no gráfico devido ao fato de que ferem os princípios de serem oriundas dos Estados Unidos ou estarem situadas em território brasileiro. Após a aplicação do formulário, foi constituído o *corpus* da pesquisa. Segundo Barthes (1967 apud BAUER; AARTS, 2008, p. 44), *corpus* é “uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar”. Neste caso, devido ao tempo disponível pelo pesquisador e possibilidade de implementar maior profundidade de análise, foi optado por selecionar para a pesquisa as três obras mais citadas dos segmentos filmes e jogos eletrônicos.

Como houve empate de indicações entre os filmes Rio e Crepúsculo: Amanhecer Parte 1, foi optado por selecionar para esta pesquisa o filme Rio, já que o Brasil tem participação significativamente maior em sua trama. Ademais, constatou-se que os jogos eletrônicos *FIFA*, *PES*, *Gran Turismo*, *Overwatch* e *Shadowrun* não exibem elementos suficientemente expressivos de representação do país, entregando não apenas a inexistência de enredo, mas também cenários padronizados que falham em oferecer algum tipo de abordagem relevante à cultura brasileira. Além disso, *Angry Birds Rio* é um jogo derivado do filme Rio, o que torna sua análise redundante. Assim, apenas os jogos *Max Payne 3* e *Call of Duty: Modern Warfare 2* foram selecionados nesta pesquisa. O material utilizado, portanto, está representado no quadro 1:

Quadro 1- Obras analisadas na pesquisa

FILMES	JOGOS ELETRÔNICOS
VELOZES E FURIOSOS 5: OPERAÇÃO RIO	<i>MAX PAYNE 3</i>
O INCRÍVEL HULK	<i>CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 2</i>
RIO	

Fonte: Elaborado pelo autor.

A metodologia utilizada nesta pesquisa a classifica como qualitativa, pois segundo Bauer, Gaskell e Allum (2008), diferente da pesquisa quantitativa, que lida com números e dados estatísticos, a pesquisa qualitativa os evita, tratando mais de interpretações. Bardin (1977) estabelece que a pesquisa qualitativa pode funcionar

melhor com um *corpus* reduzido, e que corresponde a um procedimento mais intuitivo.

Após a constituição do *corpus*, iniciou-se o processo de categorização do conteúdo:

A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o género (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registo, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efectuado em razão dos caracteres comuns destes elementos. (BARDIN, 1977, p. 117)

As categorias de representação da cultura brasileira surgiram de maneira orgânica conforme as obras eram analisadas, reunindo elementos em comum entre elas. Devido a longa duração do jogo eletrônico *Max Payne 3*, optou-se por examinar seu conteúdo através de um vídeo no *site YouTube*, o qual exhibe a produção em sua inteira extensão. Isso facilitou a análise, já que foi possível avançar e voltar trechos de maneira prática, algo inviável caso o estudo fosse realizado jogando o *game*. Assim, as categorizações foram definidas conforme exposto no quadro 2:

Quadro 2- Categorizações

Categoria	Definição
Contexto da inserção do Brasil na Obra	Por qual motivo o enredo da produção foi direcionado para o território brasileiro.
Ambientação	Descrição das ambientações representadas na obra.
Sociedade	Descrição da representação da sociedade brasileira na obra.
Elementos culturais associados ao Brasil	Associações do país com aspectos como esportes, culinária, eventos, estilos musicais e atrações turísticas.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A etapa seguinte foi direcionada à transcrição do conteúdo das categorias em conformidade com cada obra. De acordo com Rose (2008, p. 343), “todo passo, no

processo de análise de materiais audiovisuais, envolve transladar. E cada traslado implica em decisões e escolhas”. Ainda segundo a autora, existem diversas maneiras de fazer a transcrição, que implicam realidades diferentes, de acordo com a intenção da orientação teórica. Conforme Rose (2008), toda transcrição de material audiovisual decorre em uma simplificação, devido a complexidade de descrever todos os seus elementos, sendo conveniente então explicitar o que será buscado, para melhor compreensão. Portanto, para retratar as categorias à luz de cada obra, foram descritas cenas, trechos de enredo ou diálogos que as representavam.

A partir dos resultados alcançados, produziu-se uma discussão através da comparação dos conteúdos, verificando a existência de aspectos em comum em cada obra com vistas a entender de que maneira a cultura brasileira é representada pela indústria cultural norte-americana.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A apresentação dos resultados será estruturada, em cada obra, primeiramente por uma descrição geral da mesma, contendo informações sobre a produtora, gênero, data de lançamento e números relevantes de bilheteria. Além disso, outros dados podem ser inseridos na descrição geral para melhor situar a produção com o objetivo desta pesquisa. Após, será exposto o conteúdo das categorizações: contexto da inserção do Brasil na obra, ambientação, sociedade e elementos culturais associados ao Brasil.

4.1 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA – FILME “VELOZES E FURIOSOS 5: OPERAÇÃO RIO”

Velozes e Furiosos 5 é um filme dos gêneros ação e aventura, distribuído pela *Universal Pictures* e produzido pelos estúdios *Original Film* e *One Race Productions* (IMDb, 2021). Estreou com datas diferentes entre os meses de Abril e Maio de 2011 na maior parte do mundo (IMDb, 2021). Em bilheteria, o filme faturou o montante, nos Estados Unidos, de \$209,837,675, enquanto no resto do mundo alcançou o valor de \$416,300,000, destaque para o Reino Unido (\$30.243.825) e México (\$25,942,449), maiores números em seus respectivos continentes (BoxOfficeMojo, 2021). Enquanto no Brasil, a trama da obra é ambientada na cidade do Rio de Janeiro em aproximadamente 85% do filme.

4.1.1 Contexto da inserção do Brasil na obra

Os personagens principais Brian O’Conner e Mia Toretto, após orquestrarem a fuga da prisão de seu colega Domnic Toretto, tornam-se procurados pela polícia americana. Com a liberdade em risco em seu próprio país, ambos evadem para o Brasil.

4.1.2 Ambientação

Em sua maioria, a obra é ambientada nas favelas cariocas. É possível verificar com detalhes as moradias precárias, mal arquitetadas, lugares sujos e canais de esgoto inapropriados (figura 2).

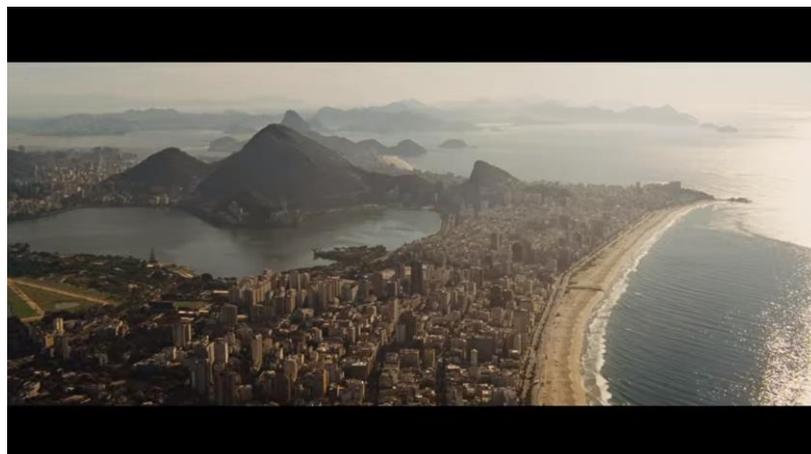
Figura 2- Cena exibindo um canal de esgoto na favela



Fonte: Velozes e Furiosos 5: Operação Rio (2011)

Entretanto, o filme em alguns momentos destaca rapidamente as belezas tradicionais do Rio de Janeiro (figura 3), como a vista aérea mundialmente conhecida do Cristo Redentor, acompanhada das montanhas da cidade ao fundo. Em outro trecho, personagens da obra dialogam enquanto estão em um ambiente praiano, com pessoas divertindo-se na areia ao fundo, em uma tentativa de exibir o cotidiano nas exóticas praias cariocas.

Figura 3- Vista aérea das belezas do Rio de Janeiro



Fonte: Velozes e Furiosos 5: Operação Rio (2011)

Além de cenas em ambientes fechados e em outras áreas da cidade, observa-se em determinado ponto da obra, importante para o desenrolar do enredo, cenas de ação realizadas em terrenos densamente desérticos e áridos, contando ainda com uma linha ativa de trem estabelecida nessa região.

4.1.3 Sociedade

Com as partes mais importantes da obra sendo situadas nas favelas, o lugar é também onde os cidadãos brasileiros mais podem ser analisados. Assim que as primeiras cenas são apresentadas, pode-se observar moradores trajando vestimentas precárias, em uma clara demonstração da pobreza, dificuldades e vulnerabilidades que enfrentam (figura 4). A violência acontece recorrentemente na cidade do Rio de Janeiro, com a utilização de granadas, armas explosivas, metralhadoras, entre outras. Isso se dá devido, principalmente, ao tráfico de drogas, cujo destaque vai para o vilão, líder do narcotráfico na região e apresentado como extremamente perigoso e de personalidade problemática.

Figura 4- Representação de alguns moradores da favela carioca



Fonte: Velozes e Furiosos 5: Operação Rio (2011)

O tráfico de drogas na cidade, atividade que gera milhões de dólares para o contrabandista, entrega a ele não somente a manipulação da favela carioca, ponto central de suas atividades, mas também de uma importante instituição: a polícia local. Os policiais brasileiros são retratados de maneira extremamente corrupta,

chegando a entregar a sede de sua superintendência para armazenamento das grandes quantias de dinheiro provindas do tráfico de drogas, sinalizando que o antagonista possui absoluto controle da cidade. Em contrapartida, uma das moradoras locais e recém integrante da força policial, auxilia um dos protagonistas enquanto luta pela honra de seu finado marido, também policial, descrito como honesto e íntegro enquanto vivo.

Pode-se também destacar o sotaque português incomum de determinados personagens, representados no filme como brasileiros natos. Além disso, em outra passagem da obra na qual o antagonista busca ilustrar o período do descobrimento do Brasil, o mesmo explica que inicialmente os espanhóis e portugueses chegaram ao território, e devido à abordagem agressiva dos espanhóis, os índios massacraram-nos, restando aos portugueses entregarem presentes como forma de dominar os índios sem o uso da violência.

4.1.4 Elementos culturais associados ao Brasil

Associações da cultura brasileira ao esporte e culinária são apresentadas: em vários momentos, cidadãos brasileiros estão vestindo a camisa da seleção brasileira ou de times locais. Além disso, em uma rápida passagem, o churrasco tradicional brasileiro também é representado, assim como o que se assemelha com a caipirinha, em uma cena na praia onde dois personagens têm diante de si uma bebida com limões fatiados ao lado de uma garrafa de cerveja. A paisagem com as tradicionais atrações turísticas Cristo Redentor, Corcovado e Pão de Açúcar aparecem rapidamente. Fazem parte da trilha sonora do filme músicas nacionais do gênero *Rap/Hip Hop*.

4.2 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA – FILME “RIO”

Rio é um filme dos gêneros animação e aventura, produzido pelas empresas americanas *Twentieth Century Fox Animation* e *Blue Sky Studios* (IMDb, 2021). Há uma peculiaridade em Rio com relação às demais obras, já que o diretor, Carlos Saldanha, é brasileiro (AdoroCinema). Foi lançado entre os meses de Março e Julho de 2011 na maior parte do mundo. O faturamento bruto nos EUA e Canadá foi de \$143.619.809, enquanto no resto do mundo acumulou-se um montante de

\$340,246,709, destaque para as receitas do Brasil (\$33,552,469), Austrália (\$17,230,382) e França (\$24,764,458), países com maiores bilheterias em seus respectivos continentes (BoxOfficeMojo, 2021). A trama da obra, enquanto no Brasil, é ambientada na cidade do Rio de Janeiro, que aparece por aproximadamente 90% da duração total do filme.

4.2.1 Contexto da inserção do Brasil na obra

Uma arara-azul filhote é capturada em terras brasileiras e traficada aos Estados Unidos. Lá, batizado com o nome Blu, o pássaro cresceu e viveu com sua dona, Linda. Em determinado momento, ambos são surpreendidos com a notícia de que Blu é a última ave macho de sua espécie, e, já que a única fêmea viva se encontra no Rio de Janeiro, devem ir até o local em busca da procriação da linhagem.

4.2.2 Ambientação

Na obra, o Estado do Rio de Janeiro é representado em suas mais diversas áreas: praias, áreas urbanas, favelas e florestas. Pode-se frequentemente observar pontos turísticos característicos da cidade, como o Cristo Redentor, Bondinho de Santa Tereza, Pão de Açúcar, e até o tradicional Sambódromo da Sapucaí. Todos os ambientes são coloridos e vívidos.

O destaque da ambientação fica por conta da representação das belezas naturais e turísticas da cidade (figura 5). É visível o esforço da produção em exibi-las, já que em múltiplas passagens o espectador é contemplado com belas paisagens locais, sejam cenas aéreas que realçam as praias, águas cristalinas, montanhas, prédios vistosos, como também em trechos localizados dentro da cidade, em “bondinhos” que passam por regiões extravagantes enquanto o sol se põe. Em contrapartida, momentos do enredo acontecem dentro da favela (figura 6), caracterizada pela falta de infraestrutura tanto externa quanto dentro das moradias.

Figura 5- Vista aérea do Rio de Janeiro retratada no filme Rio



Fonte: Rio (2011)

Figura 6- Favela carioca do filme Rio



Fonte: Rio (2011)

4.2.3 Sociedade

É característico, na obra, a representação do brasileiro como um ser animado e exótico. A maioria dos personagens nativos se mostram sempre felizes e dançantes, dispostos a trajarem vestimentas excêntricas e festejarem, já que eventos festivos acontecem frequentemente no enredo. Tal estilo de vida é refletido na maneira com que estrangeiros são recebidos pela população local: logo que Blu, chega ao Brasil, é recepcionado pelos pássaros nativos com empolgação e alegria, em uma clara sinalização da hospitalidade brasileira com relação a turistas. As aves brasileiras (figura 7), inclusive, são dotadas de personalidade ousada, com destaque a Nico, um canário de caráter sociável, lábia afiada, e por vezes romântico. Porta desajeitadamente uma tampa de garrafa em sua cabeça, um complemento visual a

seus trejeitos malandros e improvisados, ao mesmo tempo em que faz alusão ao tradicional chapéu utilizado por sambistas. Rafael, o tucano do filme, possui 17 filhos e é apaixonado por sua família ao ponto de dispensar as festividades carnavalescas para ficar junto da mesma.

Figura 7- Algumas das aves brasileiras representadas na obra



Fonte: Rio (2011)

A festividade e paixão brasileira são levadas ao sentido mais expressivo e literal quando o assunto é carnaval e futebol. A euforia do carnaval, por exemplo, faz com que um cidadão em pleno ofício imediatamente traje roupas exóticas ao começar a ouvir o som do samba, como acontece em uma passagem do filme. Outro trecho, agora na favela, mostra todos os cidadãos sintonizados em uma partida de futebol na televisão, que se assemelha ser Brasil contra Argentina, fazendo até mesmo os fora-da-lei interromperem bruscamente sua perseguição para acompanhar o evento.

Quando o assunto é a retratação da favela, ali está a moradia do vilão principal da obra, que rapta animais raros para revender, enquanto utiliza uma criança em situação social vulnerável para auxiliá-lo. Há a representação da pobreza não apenas neste fato, mas também nas moradias precárias da favela e no lar dos antagonistas, onde existem diversos itens domésticos obsoletos.

4.2.4 Elementos culturais associados ao Brasil

Além dos pontos turísticos, já citados, o filme associa a cultura brasileira a diversos outros fatores. Com relação a esportes, o futebol é o maior destaque, representado através de partidas transmitidas na TV e personagens vestindo roupas da seleção nacional. Com relação à culinária tradicional brasileira, em um curto trecho, enquanto Blu é recepcionado por outros pássaros, aparece ao fundo uma barraca de pastel. O churrasco nacional é outro item realçado, já que dois dos personagens principais vão a uma churrascaria tipicamente brasileira.

A obra é repleta de homenagens ao samba e bossa nova, com destaque ao emprego de canções originais, além de citações de músicas já consagradas nos estilos. Na apresentação dos macacos, também personagens da trama, uma trilha sonora que se assemelha ao funk carioca pode ser identificada. Com relação a animais, a arara-azul e o tradicional tucano são representados.

4.3 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA – FILME “O INCRÍVEL HULK”

O *Incrível Hulk*, filme dos gêneros ação, aventura e ficção científica, estreou globalmente em datas diferentes entre os meses de Junho e Agosto de 2008 (IMDb, 2021). Produzido pelas empresas *Universal Pictures*, *Marvel Enterprises*, *Marvel Studios*, *Valhalla Motion Pictures* e *MVL Incredible Productions* (IMDb, 2021), a obra arrecadou nos Estados Unidos o montante de \$134.806.913, enquanto no resto do mundo o faturamento foi de \$129.964.083, destaque para Reino Unido (\$15.163.328,00) e México (\$12.650.300), maiores receitas em seus respectivos continentes (BoxOfficeMojo, 2021). O enredo da obra tem como palco o Brasil somente durante seu primeiro ato, com duração aproximada de 28 minutos de um total de 112, configurando 25% do filme.

4.3.1 Contexto da inserção do Brasil na obra

Após injuriar civis e causar destruição, graças a um experimento científico que acaba por transformá-lo em uma criatura superpoderosa fora de controle, o americano Bruce Banner foge para o Brasil, já que as forças governamentais de seu país estão à sua procura.

4.3.2 Ambientação

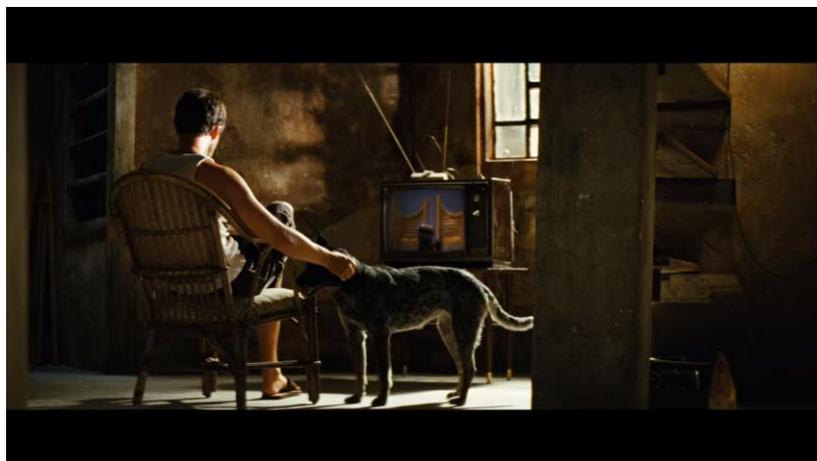
Enquanto a obra se passa no Brasil, ela é localizada totalmente na Favela da Rocinha (figura 8). Não é especificado que a favela fica no Estado do Rio de Janeiro, com o filme indicando inclusive que o local estaria situado dentro de “Porto Verde”. Na ambientação, portanto, pode-se observar moradias precárias, falta de infraestrutura e itens domésticos obsoletos (figura 9). Há também cenas dentro de uma empresa de produção e engarrafamento de bebidas, onde a mesma é reproduzida de maneira desasseada, com máquinas problemáticas e qualidade de trabalho inadequada.

Figura 8- Vista aérea da Favela da Rocinha



Fonte: O Incrível Hulk (2008)

Figura 9- Interior de uma moradia na favela



Fonte: O Incrível Hulk (2008)

4.3.3 Sociedade

Nos poucos momentos em que nativos são apresentados, observa-se neles comportamentos instáveis, com tendência à agressividade. Em determinada passagem, o protagonista acaba protegendo uma trabalhadora brasileira que está sendo assediada verbalmente por um grupo de rapazes. Noutra cena, tais rapazes perseguem e tentam agredir o personagem principal depois de um esbarro acidental. Durante trechos abertos, entretanto, em que moradores da favela são exibidos no seu cotidiano, pode-se identificá-los se divertindo em bares, festividades e em reuniões em vias públicas de maneira pacífica e alegre. Já o sotaque do português pronunciado pelos brasileiros chama a atenção pela estranheza, visto que se assemelha mais a um estrangeiro tentando articular o idioma do que um nativo propriamente falando a língua.

A ambientação traz a clara reprodução da pobreza na comunidade, tanto nas estreitas e claustrofóbicas vias públicas do local, como na vestimenta dos moradores.

4.3.4 Elementos culturais associados ao Brasil

No decorrer do curto período que o Brasil é palco da história, são perceptíveis várias associações culturais ao país. O guaraná, por exemplo, é o sabor de refrigerante que uma fábrica brasileira produz. Além disso, logo nas cenas iniciais, é exibido o protagonista assistindo um reconhecido programa infantil brasileiro. A famosa escadaria colorida carioca, Selaron, é o ponto turístico que aparece na obra.

O futebol é exibido em duas ocasiões: tanto em uma partida do esporte transmitida na TV, enquanto o protagonista tenta encontrar um canal que lhe agrade, quanto durante uma cena de fuga, onde Bruce acaba transitando entre alguns garotos que estão praticando o desporto, conforme observado na figura 10. No mesmo trecho, pode-se observar outras crianças próximas tocando tambores amarrados ao pescoço, em uma possível sinalização ao ritmo musical samba.

Figura 10- Adolescentes praticando o futebol na favela



Fonte: O Incrível Hulk (2008)

4.4 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA- JOGO ELETRÔNICO *CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 2*

Call of Duty Modern Warfare 2 é um jogo eletrônico dos gêneros ação e aventura lançado no ano de 2009 e produzido pelas empresas americanas *Activision Blizzard*, *Infinity Ward* e *PCB Productions* (IMDb, 2021). No ano de 2020, o jogo foi relançado em uma versão incrementada (TechTudo, 2020), entretanto, para esta análise, a produção utilizada foi a original, de 2009. A obra arrecadou, aproximadamente desde seu lançamento, um montante de 1 bilhão de dólares mundialmente (IMDb, 2021). Em média, para finalizar a campanha principal do jogo é necessário um período de 6 horas e 30 minutos (HowLongToBeat, 2021), enquanto a duração do mesmo em solo brasileiro é de aproximadamente 30 minutos, equivalendo a quase 8% da obra.

4.4.1 Contexto da inserção do Brasil na obra

Um terrorista russo comete um atentado brutal em um aeroporto do seu próprio país, enquanto está disfarçado de americano. Ele desaparece, e o governo russo, entendendo que o ocorrido partiu dos norte-americanos, ataca militarmente a nação. Para provarem a inocência dos EUA, soldados americanos vão à caça do terrorista, e dirigem-se ao Rio de Janeiro quando descobrem que Alejandro Rojas,

morador de uma favela da cidade, trafica armas para o russo e pode ser o único a conhecer seu paradeiro.

4.4.2 Ambientação

Na passagem ambientada em território brasileiro, o cenário se passa em sua totalidade em uma favela carioca. Devido ao fato de que o jogo eletrônico proporciona maior interatividade ao observador, foi possível analisar o local com maior nível de detalhe.

A estátua do Cristo Redentor e o Corcovado são planos de fundo constantes em todo o estágio (figura 11), apresentados com certo destaque e beleza ao jogador logo que a favela é identificada. Nela, é possível entrar nas moradias, conforme figuras 12 e 13, e verificar a precariedade do estilo de vida dos cidadãos: paredes desgastadas, itens domésticos velhos e cômodos sujos, além de diversas caixas de água e antenas de TV mal acomodadas fora das residências, e fios de energia elétrica desajeitadamente expostos. Ademais, é representada uma feira com diversos alimentos sendo comercializados, como arroz, frutas e galinhas ainda vivas presas em gaiolas.

Figura 11- Cristo Redentor e Corcovado



Fonte: Call of Duty: Modern Warfare 2 (2009)

Figura 12- Interior de uma moradia na favela



Fonte: Call of Duty: Modern Warfare 2 (2009)

Figura 13- Visão interna de outra moradia da favela



Fonte: Call of Duty: Modern Warfare 2 (2009)

No decorrer da jornada na favela, observa-se bandeiras do Brasil em inúmeras moradias, além de grafites em diversas paredes simbolizando a signa nacional.

4.4.3 Sociedade

Violência é o que marca a representação do Brasil no jogo eletrônico. Já nos primeiros instantes em que o jogador está situado no país, depara-se com momentos de tensão: um cidadão local que está sendo rendido por outros três,

rouba a arma dos mesmos e elimina-os, tudo isso sendo observado pelo protagonista dentro de um veículo, que instantes depois vira alvo dos disparos do brasileiro. O protagonista, que estava sentado no banco do carona, consegue evadir os disparos, porém o motorista não, sucumbindo.

A partir daí, a favela vira palco de um intenso combate entre soldados americanos e a milícia local. Destaque vai para o armamento pesado que a milícia possui. No meio da ação estão os civis, que se escondem dos disparos e o jogador deve tomar cuidado para não os atingir, em uma indicação de que na região também há cidadãos comuns vivendo dentro da legalidade, desassociados a toda violência que a obra apresenta.

4.4.4 Elementos culturais associados ao Brasil

Devido ao foco da passagem na ação, itens culturais são pouco identificáveis. Entretanto, é possível observar na trilha sonora um ritmo similar ao samba, além do Cristo Redentor, Corcovado e o Pão de Açúcar (figura 14), atrações turísticas tradicionais do Rio de Janeiro.

Figura 14- Panorama do Pão de Açúcar



Fonte: Call of Duty: Modern Warfare 2 (2009)

4.5 INFORMAÇÕES GERAIS DA OBRA- JOGO ELETRÔNICO *MAX PAYNE 3*

Max Payne 3 é um jogo eletrônico dos gêneros ação e aventura, lançado em Maio de 2012 (IMDb, 2021) e produzido pela empresa americana *Rockstar Games* e suas subsidiárias (IMDb, 2021). Faturou mundialmente um montante de 240 milhões de dólares (IMDb, 2021). Sua campanha principal tem como duração, em média, um total de 10 horas (HowLongToBeat, 2021), sendo que destas aproximadamente 8 horas e 30 minutos são situadas em solo brasileiro, o equivalente a 85% de sua integralidade. A obra é localizada na cidade de São Paulo, enquanto os instantes finais se passam no estado da Bahia.

4.5.1 Contexto da inserção do Brasil na obra

Max Payne, um aposentado policial nova-iorquino, vive traumatizado com o assassinato de sua filha e esposa. Morando agora em Nova Jérsei, ele acaba por adquirir dependência ao álcool. Desta maneira, em uma de suas frequentes noites nos bares da cidade, Max se desentende e acaba por matar o filho de um perigoso criminoso da região. Com sua vida em risco, o americano aceita a proposta de Raul Passos, seu antigo colega de profissão, de sair do país e ir até São Paulo trabalhar como segurança de uma rica família, mesmo desconhecendo o local e a língua portuguesa.

4.5.2 Ambientação

Na extensa passagem pelo território brasileiro, a obra é ambientada em sua grande maioria na cidade de São Paulo. São apresentados diversos cenários da cidade, desde áreas nobres até as partes pobres, incluindo o conhecido Rio Tietê.

Inicialmente, o jogador encontra-se dentro de um prédio com arquitetura moderna, grandes saguões e bares, escritórios tecnológicos e piscinas, além de móveis luxuosos como lustres, tapetes, sofás, etc, representando a classe alta da sociedade paulistana, o que segue no ato seguinte quando é reproduzido um clube de dança da cidade com algumas dessas características. Em outra passagem, o protagonista vai até o estádio oficial de futebol do fictício clube Galatians FC (figura

15): é possível observar com detalhes todos os elementos do local, como arquibancadas, o gramado, escritórios internos, vestiários, iluminação, entre outros.

Figura 15- Estádio do time de futebol fictício “Galatians”



Fonte: Max Payne 3 (2012)

Um trecho de destaque é a representação da favela fictícia Nova Esperança. Nela, o personagem principal se depara com falta de infraestrutura nas moradias e sujeiras em vias públicas, cabines telefônicas tradicionais brasileiras abandonadas e saneamento inexistente com esgoto a céu aberto, além de feiras de frutas, quadras de futebol, bares, etc. As ruas de São Paulo são retratadas de maneira rápida, em uma cena de ação onde há pouco a se observar, como ônibus portando as escritas “São Paulo”, grandes prédios e a bandeira do Brasil hasteada.

Além de um episódio dentro do fictício aeroporto de Piratininga, a obra tem seus momentos finais situados no estado da Bahia, mostrando um modesto bar localizado à beira-mar, em um ambiente paradisíaco.

4.5.3 Sociedade

A obra inicia apresentando ao jogador um contraste que perdura durante toda sua execução: a distinção entre a população rica e a parte pobre da sociedade paulistana, já que o personagem principal, o americano Max Payne, está na cobertura de um luxuoso prédio enquanto observa ao fundo uma favela, produzindo até mesmo um comentário irônico quando exprime que a vista da extrema pobreza faz a festa em uma cobertura ficar ainda mais incrível (figura 16). O protagonista é

guarda-costas da família Branco, composta pelo empresário Rodrigo Branco, sua esposa famosa Fabiana, além de seus irmãos Victor, candidato à prefeitura da cidade, e Marcelo.

Figura 16- Max Payne na cobertura de um luxuoso prédio



Fonte: Max Payne 3 (2012)

O poder da família é representado desde a demonstração de seus prédios e estabelecimentos comerciais, até helicópteros particulares sendo utilizados para levá-los a imponentes clubes noturnos da cidade. Do outro lado, legitimando sua tentativa de reproduzir as diferenças sociais, o jogo apresenta com detalhes a fictícia favela paulistana de Nova Esperança. As precariedades da ambientação conectam-se com o estilo de vida adaptado dos moradores, que aparecem descontraidamente conversando nas ruas enquanto trajam vestimentas modestas.

Quando o protagonista chega ao local, encontra um garoto vestindo camisa de time de futebol. Ele oferece ajuda ao pedir que o americano lhe siga, só para momentos depois o mesmo descobrir que era uma emboscada: Max Payne é assaltado e tem seus pertences roubados por alguns homens locais fortemente armados (figura 17). Esta cena inicial entrega ao jogador o tom que dita as sequências seguintes da favela: um lugar perigoso, extremamente violento e imprevisível, além de indicar a falta de hospitalidade a estrangeiros também pelos moradores locais, já que em diversas passagens ignoram o pedido de ajuda do americano. Em nenhum momento há a sensação de segurança ou tranquilidade, e a exibição de cenas severas de execução comprovam este fato.

Figura 17- Protagonista em situação de perigo na favela



Fonte: Max Payne 3 (2012)

Durante seu trajeto por Nova Esperança, o protagonista passa por festas de rua com músicas do estilo funk tocando, além de um prostíbulo, também com funk sendo reproduzido. A sensualização feminina é representada não somente nestas duas ocasiões, mas até mesmo em uma propaganda de refrigerante guaraná, que pode ser observada durante a programação de TV na obra. Além disso, é observável na favela crianças jogando futebol em quadras improvisadas, rendendo um comentário do americano no sentido de que elas já nascem do ventre da mãe chutando uma bola, e que o esporte mantém suas esperanças de uma vida melhor.

Há também na produção retratações de grupos armados: Comando Sombra, uma gangue de rua, e Crachá Preto, grupo criminoso de paramilitares. Mas muito além disso, há a reprodução intensa de corrupção, já que alguns membros da UFE (Unidade de Forças Especiais), batalhão fictício que sinaliza similaridades com o BOPE, possuem relações ilegais com os paramilitares. Estas relações são ainda mais perturbadoras quando se descobre que membros de ambos os grupos reúnem-se para sequestrar indivíduos e posteriormente vender seus órgãos, direcionando o lucro deste procedimento ao financiamento da campanha de um dos políticos no páreo para a prefeitura da cidade.

Já no estado da Bahia, onde situa-se os acontecimentos finais da obra, pouco pode-se observar além de um ambiente paradisíaco constituído de uma bela praia, coqueiros e um modesto bar. O ambiente proporciona um dos poucos momentos de tranquilidade do protagonista, que está em solo baiano após conquistar com

sucesso seus árduos objetivos na cidade paulista, o que pode indicar uma representação de região brasileira adequada para férias ou descanso.

4.5.4 Elementos culturais associados ao Brasil

O Futebol é associado em momentos distintos: tanto com cidadãos locais praticando o esporte, quanto na existência de um time fictício, Galatians, no qual o protagonista visita seu estádio, e nas vestimentas esportivas que alguns inimigos de Max utilizam. Com relação a trilha sonora, o funk é representado nas favelas, e uma música, de ritmo similar à bossa nova, é reproduzida de fundo na passagem do clube de festas. *Rap/Hip Hop* é também reproduzido em diversas ocasiões e está presente na trilha sonora da produção, assim como o samba (IMDb, 2021).

O refrigerante guaraná aparece em forma de propaganda na TV, assim como o Saci Pererê, que é apresentado como vilão no episódio de um fictício desenho animado. Outro episódio, agora em uma clara sátira às novelas brasileiras, apresenta um marido que imediatamente se separa de sua esposa grávida quando a amante aparece, alegando que a mesma é mais bonita, em um típico drama existente em obras desse tipo. Nesse momento, a esposa dá à luz a seu filho: o bebê tem os pés virados, exatamente como o curupira. Em mais uma propaganda é promovido, de forma exagerada, um cirurgião plástico especialista em alterações estéticas, sinalizando a afeição do brasileiro pela beleza.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1 O ALCANCE GLOBAL DA INDÚSTRIA CULTURAL NORTE-AMERICANA

Após a exposição dos materiais, pode-se evidenciar, inicialmente, que as produções analisadas possuem significativo alcance de público e renda não somente no país de origem, mas também ao redor do globo. *Velozes e Furiosos 5*, *Rio* e *O Incrível Hulk* atingiram números relevantes de bilheteria em países de todos os continentes, em especial Europa, Ásia e América do Sul, e os jogos eletrônicos observados, apesar da falta de dados de venda em nações específicas, faturaram somados o montante mundial aproximado de um bilhão e 240 milhões de dólares, informações que corroboram a afirmação de Mirrlees (2016, p. 55, tradução nossa) quando o mesmo indaga que “nenhum país possui o alcance e poder cultural-industrial dos Estados Unidos”. Por consequência, nota-se que a representação da cultura brasileira por cada uma destas obras é dotada de ampla cobertura em todo o mundo.

5.2 GÊNERO DAS OBRAS E OS CONTEXTOS DE INSERÇÃO DO BRASIL

Com base nas obras analisadas, identifica-se uma tendência a utilizar o Brasil como palco para obras dos gêneros ação e aventura, já que quatro das produções analisadas pertencem aos segmentos, enquanto uma delas, o filme *Rio*, é classificada como animação e aventura.

Com relação aos contextos da inserção do Brasil na obra, conclui-se que *Max Payne 3*, *Velozes e Furiosos 5: Operação Rio* e *O Incrível Hulk* inserem, em meio às suas diferentes tramas, um fato em comum: o Brasil é utilizado como território de fuga dos protagonistas após estarem com a liberdade ameaçada em seus países de origem. Em *Call of Duty: Modern Warfare 2*, o Brasil é introduzido devido ao fato de que há um perigoso traficante de armas vivendo no território, e este deve ser encontrado pelas forças de combate americanas.

Em todos estes exemplos, percebe-se uma disposição de informações com conotação negativa direcionada ao Brasil, seja como nação a ser escolhida para abrigar-se enquanto está foragido, ou como lar para perigosos criminosos. No filme *Rio*, entretanto, a inserção do Brasil inicialmente é negativa, já que uma arara-azul

filhote é traficada do país para os Estados Unidos. Porém, na sequência, a nação volta a ser inserida, agora através do convite de um cientista brasileiro aos protagonistas para direcionarem-se ao Rio de Janeiro visando a procriação da espécie que está à beira da extinção, entregando desta vez um contexto positivo de incorporação do Brasil.

5.3 AMBIENTAÇÃO E SOCIEDADE

Observa-se a representação da sociedade brasileira como caótica, com violência, criminalidade e confrontos armados na maioria das obras: *Call of Duty: Modern Warfare 2*, *Velozes e Furiosos 5: Operação Rio* e *Max Payne 3*. Tais acontecimentos têm como palco principalmente a favela, que também aparece nos filmes *Rio* e *O Incrível Hulk*, porém nestes sem grau aparente de brutalidade ou perigo. O que há em comum nas favelas das cinco obras analisadas, entretanto, é a pobreza ali constante, com falta de infraestrutura e condições precárias de vida. Mas as qualidades negativas também estão presentes na forma de corrupção dos setores político e policial, como *Max Payne 3* e *Velozes e Furiosos 5* evidenciam de maneira intensiva. Apesar disso, nota-se em todas elas uma atenção especial às belezas naturais e atrações turísticas do país, ou, mais precisamente, do Rio de Janeiro, já que quatro das produções verificadas se passam no local. Portanto, pontos como o Cristo Redentor, Corcovado, Pão de Açúcar e as belas praias da região são realçados, e *Max Payne 3* mostra um cenário natural paradisíaco no estado da Bahia.

Apesar do enredo do filme *Rio* ser diretamente relacionado ao tráfico de animais silvestres, verifica-se na obra uma pretensão clara de caracterizar trejeitos clássicos da personalidade brasileira. *Rio*, portanto, é a única produção das cinco analisadas que se aprofunda nas características da identidade nacional, apesar de por vezes fazê-lo de forma caricata. Muito além da representação constante do carnaval, citado por DaMatta (1986) como um importante atributo cultural do país, verificam-se traços da definição de Holanda (1995), titulada de “o homem cordial”, que tipifica o brasileiro como sociável e hospitaleiro, particularidades presentes nos pássaros nativos da produção, especialmente em Nico. O apreço do cidadão brasileiro pela família, destacado por DaMatta (1986), ganha vida através do Tucano Rafael, pai de família com 17 filhos e apaixonado por sua esposa. Até mesmo as

atrações turísticas, futebol, carnaval, samba e bossa-nova ganham atenção especial, já que são parte integrante da história. Destaque vai para as paisagens naturais, apresentadas de maneira a encantar o espectador e levá-lo a conhecer a cidade.

Embora a representação de São Paulo seja em sua grande maioria de uma cidade perigosa e violenta, nota-se que o jogo eletrônico *Max Payne 3* procura abordar outros aspectos da cultura brasileira, como o folclore, atração por novelas, a conturbada política, feição do brasileiro por beleza e diferenças sociais entre ricos e pobres, além de pontos conhecidos da própria cidade de São Paulo, como o Rio Tietê. Desta maneira, a obra acaba diferenciando-se do padrão de representar o Rio de Janeiro, enquanto inclui também um curto trecho no estado da Bahia.

As demais produções, entretanto, não somente aludem de maneira superficial aspectos da identidade nacional, já que focam em breves passagens com itens culturais, como futebol, samba e churrasco, por exemplo, mas também cometem equívocos: o sotaque dos brasileiros nativos em *O Incrível Hulk e Velozes e Furiosos 5: Operação Rio* é inusitado, e neste último observa-se erros geográficos e históricos, como linhas de trem em áreas desérticas no estado do Rio de Janeiro e informações incorretas sobre o descobrimento do Brasil. Em *Call of Duty: Modern Warfare 2*, o nome do traficante morador da favela e procurado pelas forças especiais americanas é Alejandro Rojas, incomum para alguém residente no local. Desta maneira, as obras parecem não mostrar interesse em aprofundar-se nos trejeitos culturais brasileiros, utilizando o país apenas como plano de fundo para conveniências de seus respectivos enredos.

Tais superficialidades, somadas a insistente recorrência da representação nas obras analisadas da cidade do Rio de Janeiro, suas favelas e problemas sociais, podem caracterizar este cenário como um estereótipo a ser relacionado ao Brasil, já que sua definição, conforme Kirst-Ashman (2007 apud KIRST-ASHMAN, 2008 p. 34, tradução nossa), é “uma imagem mental fixa de um membro de algum grupo especificado com base em algum atributo ou atributos que refletem uma visão excessivamente simplificada desse grupo, sem consideração ou apreciação das diferenças individuais”.

Apesar de verificarem-se qualidades como as belas paisagens naturais e atrações turísticas, e associações da sociedade brasileira ao futebol, samba, *rap/hip hop*, bossa-nova, churrasco e guaraná, elementos culturais mais identificados nas

obras, fica evidente que as caracterizações que se sobressaem são as de violência, pobreza e criminalidade, trazendo uma visão negativa ao país que pode ser danosa se considerada a manifestação de Six (1989), a qual indaga que as imagens estereotipadas na mente de um indivíduo podem gerar preconceitos e até mesmo discriminação social.

Enquanto é observada a superficialidade e equívocos da representação da cultura brasileira na maior parte das obras, verifica-se que a definição de “Indústria Cultural”, criada por Adorno e Horkheimer no século passado, permanece atual. À medida que os filósofos criticavam as empresas da época por abandonarem a profundidade artística e cultural de seus produtos para visar o lucro e alcance em larga escala, é analisado algo semelhante com a maioria das obras acompanhadas na presente pesquisa, já que o aparente desinteresse das empresas americanas em aprofundar-se nos aspectos mais variados da cultura brasileira, o que resulta em uma representação estereotipada destes aspectos culturais, acaba por apresentar uma visão majoritariamente negativa do país, ao mesmo tempo em que estas faturam cifras milionárias e contemplam abrangência mundial.

5.4 QUADRO DOS ELEMENTOS CULTURAIS ASSOCIADOS AO BRASIL

Quadro 3- Elementos culturais associados ao país

(continua)

Categoria	Elemento	F1	F2	F3	VG1	VG2
Esportes	Futebol	X	X	X		X
Música	Samba		X	X	X	X
	Bossa-nova		X			X
	Funk		X			X
	Rap/Hip Hop	X				X
Eventos Festivos	Carnaval		X			
	Baile Funk					X

(conclusão)

Culinária	Churrasco	X	X			
	Guaraná			X		X
	Caipirinha	X				
	Pastel		X			
Atrações Turísticas	Cristo Redentor	X	X		X	
	Pão de Açúcar	X	X		X	
	Corcovado	X	X		X	
	Escadaria Selaron			X		
	Bondinho Santa Tereza		X			

* F1: Velozes e Furiosos 5: Operação Rio; F2: Rio; F3: O Incrível Hulk; VG1: Call of Duty: Modern Warfare 2; VG2: Max Payne 3.

Fonte: Elaboração própria

Verifica-se no Quadro 3 que os elementos que receberam maiores associações nas obras analisadas foram o futebol e o samba. Reitera-se a atenção e profundidade de contexto que as obras Rio e Max Payne 3 deram a estes itens, já que canções originais do estilo foram criadas especificamente para as produções, e o futebol é tratado com maior relevância. As demais, entretanto, somente exibem curtos trechos contendo tais elementos, utilizados para artificialmente situar o consumidor sobre o país que decorre o enredo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para identificar de que forma os norte-americanos representam a cultura brasileira em sua Indústria Cultural, inicialmente foi criado um formulário, onde apreciadores de filmes e jogos eletrônicos sugeriram produções nas quais o Brasil é palco e que foram criadas por uma empresa norte-americana. De posse destes materiais, verificaram-se categorias de representação da cultura brasileira, que foram aplicadas em cada uma das obras analisadas. Com os resultados transcritos, realizou-se uma discussão dos mesmos, a fim de observar quais aspectos da cultura brasileira se sobressaem nestas reproduções, entendendo se seus contextos simbolizam o Brasil adequadamente.

Evidencia-se, portanto, que as obras analisadas representam o Brasil através de estereótipos caracterizados pela insistente reprodução do Rio de Janeiro como cenário padrão brasileiro e por impactantes problemas sociais, destacando aspectos de pobreza, forte criminalidade, corrupção, violência e utilização do país como rota de fuga, em detrimento da exibição de pontos turísticos tradicionais e belezas naturais, fazendo com que haja maior representação de pontos negativos da sociedade brasileira com relação aos positivos. Apesar de todas as obras exibirem elementos culturais característicos do Brasil, como futebol e samba, verifica-se que a maioria delas sinalizam não ter interesse em abordar aspectos mais profundos da identidade e cultura nacional, principalmente devido ao fato de que cometem equívocos de representação cultural da nação. Estes fatores acabam por entregar uma concepção majoritariamente negativa da cultura nacional que pode ser prejudicial com relação à formação da imagem do país por consumidores destes produtos no exterior.

Observa-se que tal padrão ocorre tanto em obras cinematográficas quanto nos *videogames*, mesmo sendo dois setores distintos da indústria cultural norte-americana. Os gêneros ação e aventura também se repetem nas duas categorias, com o de aventura aparecendo unânime nas produções analisadas, indicando que o perfil da cultura brasileira é visto como adequado para obras com estas temáticas.

Nota-se também que a indústria cultural norte-americana possui grande abrangência mundial, com número de vendas relevantes em diversas nações ao redor do globo. Isso é visível principalmente quando verificados os dados de bilheteria e faturamento das obras analisadas, o que conseqüentemente determina o

alcance que a representação da cultura brasileira nestas produções obteve ao redor do globo.

6.1 IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

A visão estereotipada analisada nas obras pode ser prejudicial ao país. Em ambientes de comércio internacional, onde informações precisas sobre a nação com que se deseja negociar são imprescindíveis para a realização adequada de relações comerciais, dados excessivos de problemas sociais podem acabar sendo um empecilho, devido ao senso de insegurança. Até mesmo o turismo, que é destacado através das belezas naturais e turísticas representadas nas obras, pode ser deixado em segundo plano em decorrência da violência e criminalidade constantemente verificada. Em outro cenário, um brasileiro, em contato intercultural com cidadãos de outras nações, por exemplo, pode também se deparar com comentários equivocados sobre a cultura nacional, já que a constante exibição da cidade do Rio de Janeiro pode entregar a falsa percepção de que o restante do Brasil é culturalmente definido da mesma maneira.

A comunicação intercultural, portanto, mostra-se indispensável para evitar conclusões precipitadas sobre um determinado país. Além do estudo profundo sobre elementos culturais, é necessário debruçar-se no que Bennet (1998) classifica como cultura subjetiva, definida como a interação prática onde indivíduos compartilham seus padrões rotineiros de pensamento e comportamento. Desta maneira, a comunicação “cara a cara”, evidenciada pelo autor, torna-se o método mais eficiente de compreender uma cultura, sempre levando em consideração que a percepção de mundo de cada povo é distinta.

6.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA E SUGESTÕES DE ESTUDOS FUTUROS

Nesta pesquisa, houve dificuldade em evitar subjetividade por parte do autor, já que análises de obras como filmes e jogos eletrônicos podem resultar em evidenciações diferentes por parte de pesquisadores distintos. Além disso, a amostra utilizada não tem grande representatividade se comparada ao número total de obras americanas que representam a cultura brasileira. O formulário eletrônico foi empregado para angariar sugestões de filmes e jogos americanos que representam

a cultura brasileira devido ao fato de que não há uma base de dados oficial contendo tal material. Apesar da utilização nesta pesquisa de dois segmentos distintos de entretenimento, jogos eletrônicos e filmes, esclarece-se que a intenção não é comparar as linguagens que ambas utilizam para conectar-se a seu público, mas sim unicamente identificar como a imagem brasileira é retratada nos respectivos produtos.

Sugere-se, em uma nova pesquisa, que seja aumentada a amostra de produções para verificar se é confirmada a tendência de representação estereotipada do Brasil, através da exibição da cidade do Rio de Janeiro junto de ambientações como a favela, paisagens naturais e pontos turísticos, além da reprodução caótica da sociedade brasileira. Também, em futuros estudos, recomenda-se observar e comparar a maneira com que a cultura brasileira é representada em diferentes períodos de tempo: nas décadas iniciais da indústria de entretenimento, e na primeira dos anos 2000, por exemplo. Ademais, pode-se verificar outros setores da Indústria Cultural, como as músicas.

REFERÊNCIAS

- ACHILLES, Rubens. Call of Duty Modern Warfare 2 Remastered: clássico volta com belo visual. **Techtudo**, 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/review/call-of-duty-modern-warfare-2-remastered-classico-volta-com-belo-visual.ghtml>. Acesso em 25 abr. 2021.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, c1985.
- ADOROCINEMA. **Carlos Saldanha – Filmografia**, 2021. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/personalidades/personalidade-76494/filmografia/>. Acesso em: 08 abr. 2021.
- ALLEN, Julie K.. Sexy Danes, Topsy Germans: the use of positive cultural stereotypes in nation branding efforts. **Linguistik Online**, Berna, v. 79, n. 5, p. 215-230, nov. 2016. Disponível em: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/3344/5119>. Acesso em: 19 set. 2020.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro.
- BARROSO, Priscila Farfan; BONETE, Wilian Junior; QUEIROZ, Ronaldo Queiroz de Moraes. **Antropologia e cultura**. Porto Alegre: SAGAH EDUCAÇÃO S.A., 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595021853/cfi/37!/4/4@0.00:0.00>. Acesso em: 13 set. 2020.
- BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do Corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 7. ed. Petrópolis RJ: Vozes, 2008. p. 39-62. Tradução de Pedrinho A. Guareschi.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C.. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 7. ed. Petrópolis RJ: Vozes, 2008. p. 17-35. Tradução de Pedrinho A. Guareschi.
- BENNETT, Milton J.. Intercultural communication: a current perspective. In: BENNETT, Milton J. (ed.). **Basic concepts of intercultural communication**: selected readings. Yarmouth, Me: Intercultural Press, 1998.
- BOXOFFICEMOJO. Box Office Mojo: By IMDb Pro, c2021. Página inicial. Disponível em: <https://www.boxofficemojo.com/>. Acesso em: 20 mar. 2021.

CALL OF Duty: Modern Warfare 2. Estados Unidos: Activision Blizzard, Infinity Ward e PCB Productions, 2009. 1 jogo eletrônico.

CASTRO, Celso (org.). **Evolucionismo cultural**: textos de Morgan, Tylor e Frazer. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788537801949/cfi/6/12!/4/60/2/2@0:0>. Acesso em: 13 set. 2020.

CAVALCANTE, Rodrigo. A cara do brasileiro. **Super Interessante**, 31 ago 2005. Cultura. Disponível em: <https://super.abril.com.br/cultura/a-cara-do-brasileiro/>. Acesso em: 10 Set. 2020.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DIAS, Reinaldo. **Introdução à Sociologia**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria cultural**: uma introdução. Rio de Janeiro: Fgv, 2010. Disponível em: <https://editora.fgv.br/produto/industria-cultural-uma-introducao-2120>. Acesso em: 20 out. 2020.

EDENSOR, Tim. **National Identity, Popular Culture and everyday life**. Nova Iorque: Berg, 2002. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/205836856_National_Identity_Popular_Culture_and_Everyday_Life?enrichId=rgreq-c629544d5db22d915c47a55f7e0c6ed2-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzlwNTgzNjg1NjtBUzoxMDI0ODQ0NzExODk1MTJAMTQwMTQ0NTYxMDc1Mg%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf. Acesso em: 07 out. 2020.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOLANDA, Sergio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOWLONGTOBEAT. HowLongToBeat: Game Lengths, Backlogs and more!, c2021. Página inicial. Disponível em: <https://howlongtobeat.com/>. Acesso em: 05 abr. 2021.

IMDB. Imdb: Ratings, reviews and where to watch the best movies. c2021. Página inicial. Disponível em: <https://www.imdb.com/>. Acesso em: 20 mar. 2021.

KIRST-ASHMAN, Karen K.. **Human Behavior, communities, organizations, and groups in the macro social environment**: an empowerment approach. 2. ed. California: Thomson Brooks/cole, 2008. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/423093607/Human-Behavior-Communities-Organizations-and-Groups-in-the-Macro-Social-Environment-An-Empowerment-Approach-Second-Edition-PDFDrive-com-pd#user-util-view-profile>. Acesso em: 17 set. 2020.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2008.

LUQUE, Matheus. 'Call of Duty' domina lista dos jogos mais vendidos da década. **Olhar digital**, 2020. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/games-e-consoles/noticia/-call-of-duty-domina-lista-dos-jogos-mais-vendidos-da-decada/95600>. Acesso em 30 Out. 2020.

MAX Payne 3 - Full Game Walkthrough (1080P 60FPS), 2017. Publicado pelo canal AlphaYellow. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BBeuGrQ3hfc>. Acesso em: 20 abr. 2021.

MIRRLEES, Tanner. **HEARTS AND MINES: The US Empire's Culture Industry**. Vancouver: Ubc Press, 2016.

MOTION PICTURE ASSOCIATION. **Theme Report 2019**, 2020. Disponível em: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2020/03/MPA-THEME-2019.pdf>. Acesso em: 10 set. 2020.

O INCRÍVEL Hulk. Direção de Louis Leterrier. Estados Unidos: Universal Pictures, Marvel Enterprises, Marvel Studios, Valhalla Motion Pictures e Mvl Incredible Productions, 2008. (112 min.). Disponível em: Netflix.com. Acesso em: 01 abr. 2021.

RIO. Direção de Carlos Saldanha. Estados Unidos: Twentieth Century Fox Animation, Blue Sky Studios, 2011. (96 min.). Disponível em: telecine.com.br. Acesso em: 07 abr. 2021.

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. Petrópolis RJ: Vozes, 2008. p. 343-363. Tradução de Pedrinho A. Guareschi.

SAMOVAR, Larry A.; PORTER, Richard E.; MCDANIEL, Edwin R. **Intercultural Communication: a reader**. 13. ed. Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2012. Disponível em: <https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=557f38556225ff20628b45d0&assetKey=AS:273797146447876@1442289734624>. Acesso em: 30 abr. 2021.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SIX, Ulrike. The functions of stereotypes and prejudices in the process of cross-cultural understanding: a social psychological approach. In: FUNKE, Peter (ed.). **Understanding the USA: a cross-cultural perspective**. Tubinga: Narr, 1989. p. 42-60. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=XCg2FgXjadQC&pg=PA42&lpg=PA42&dq=peter+funke+stereotypes&source=bl&ots=mxF656jUdA&sig=ACfU3U36Dw_EdhYI_KS VHUURawcPUyTuLw&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwj-zMXu37HsAhUhHrkGHYC4BV4Q6AEwDnoECAgQAg#v=onepage&q=peter%20funke%20stereotypes&f=false. Acesso em: 18 set. 2020.

THE NUMBERS. **Top 2019 Movies at the Worldwide Box Office**, c2021. Disponível em <https://www.the-numbers.com/box-office-records/worldwide/all-movies/cumulative/released-in-2019>. Acesso em: 10 Set. 2020.

THE NUMBERS. **Movie Production Countries**, c2021. Disponível em: <https://www.the-numbers.com/movies/production-countries/#tab=year>. Acesso em: 12 Jul. 2021.

VAN LANGENHOVE, Luke; HARRÉ, Rom. Cultural stereotypes and positioning theory. In: VAN LANGENHOVE, Luke (ed.). **People and societies**: rom harré and designing the social sciences. Abingdon: Routledge, 2010. p. 236-247.

VELOZES e Furiosos 5: Operação Rio. Direção de Justin Lin. Estados Unidos: Universal Pictures, Original Film, One Race Productions, 2011. (130 min). Disponível em: Netflix.com. Acesso em: 20 mar. 2021.

VICENTINI, Rodolfo. Vingadores: Ultimato passa Avatar e tem a maior bilheteria da história do cinema. **Entretenimento.Uol**. 2019. Disponível em: [https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2019/07/20/vingadores-ultimato-passa-avatar-e-tem-a-maior-bilheteria-da-historia-do-cinema.htm#:~:text=Avatar%20\(2009\)%20%2D%20US%24,2018\)%20%2D%20US%24%202%2C048%20bilh%C3%B5es](https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2019/07/20/vingadores-ultimato-passa-avatar-e-tem-a-maior-bilheteria-da-historia-do-cinema.htm#:~:text=Avatar%20(2009)%20%2D%20US%24,2018)%20%2D%20US%24%202%2C048%20bilh%C3%B5es). Acesso em: 30 Out. 2020.

APÊNDICE A – QUESTIONAMENTO DO FORMULÁRIO ELETRÔNICO UTILIZADO NA PESQUISA

Sugestões de FILMES, SÉRIES DE TV ou JOGOS ELETRÔNICOS americanos que se passam no Brasil

Olá! Estou produzindo o TCC 2. Procuo entender de que maneira o Brasil e os Brasileiros são representados em obras dos Estados Unidos. Nesse sentido, preciso da sua ajuda com o seguinte problema:

***Obrigatório**

Cite exemplos de FILMES, SÉRIES OU JOGOS ELETRÔNICOS que se passam no Brasil (não é necessário ser 100% no Brasil) e foram produzidos pelos EUA. *

Sua resposta

Enviar

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Ucs.br. [Denunciar abuso](#)

Google Formulários