

O CINEMA DO TERCEIRO MUNDO E A HEGEMONIA POLÍTICA: O PAPEL SOCIAL DO CINEMA

THIRD WORLD CINEMA AND POLITICAL HEGEMONY: THE SOCIAL ROLE OF CINEMA

POR NELSON MARQUES¹

Resumo

O cinema é mais um dos variados modos de expressão cultural da sociedade industrial e tecnológica contemporânea. Desde os seus primórdios, produtores e diretores de cinema o consideravam como uma poderosa ferramenta para instrução, educação e reflexão humanas. O empenho em impressionar a plateia pode ser entendido inclusive como uma operação de caráter ideológico. Destacamos no comentário quanto o cinema pode ser e é político, através da análise de três momentos na produção cinematográfica: a propaganda ideológica feita pela mídia tendo orientação ideológica, tanto nazista, do Partido Nazista de 1934, em Nuremberg, quanto socialista russa de 1929; os filmes produzidos de forma maciça por Hollywood; o embate de dois institutos de pesquisa brasileiros, o CPC e o IPES, às vésperas do golpe militar de 1964 no Brasil.

Palavras-chave: cinema, papel social, terceiro mundo, hegemonia política.

Abstract

Cinema is one more of the various modes of cultural expression of contemporary industrial and technological society. From its earliest days, film producers and directors considered it a powerful tool for human instruction, education and reflection. The effort to impress the audience can even be understood as an operation of ideological nature. We highlight in the commentary how much cinema can be and is political through the analysis of three moments in cinematographic production: the ideological propaganda made by the media having ideological orientation, both Nazi, of the Nazi Party of 1934, in Nuremberg, and Russian Socialist of 1929; the massively produced Hollywood films; the clash between two research Brazilian institutes, CPC and IPES, on the eve of the 1964 military coup in Brazil.

Keywords: cinema, social role, third world, political hegemony.

¹ Professor aposentado da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Endereço: Rua Antônio Lourenço, 15 – Ponta Negra CEP 59090-577 – Natal, RN. E-mail: nmarquesnel@gmail.com. Cel. (whatsapp): 84 99406-8177

O cinema é mais um dos variados modos de expressão cultural da sociedade industrial e tecnológica contemporânea. A **relação que existe entre cinema e educação**, seja no contexto da educação escolar propriamente dita, seja no da educação informal, é parte da própria história do cinema. Desde os primórdios das produções cinematográficas, produtores e diretores de cinema o consideravam uma poderosa ferramenta para instrução, educação e reflexão humanas.

É importante destacar que a relação entre cinema e conhecimento excede o campo da educação formal. O cinema em relação ao conhecimento pode ser localizado no campo da imagem e da edição das imagens, mas também envolvendo outros elementos, como o som. Considerando-se a variedade de saberes apresentados nos filmes, é possível transcender a simples utilização do cinema como estímulo audiovisual ou como uma ilustração da realidade. Deve-se trazer para o campo da educação e da didática a reflexão e a investigação sobre como os filmes, as imagens e os estímulos audiovisuais educam as pessoas e influenciam seu imaginário. Para isso, deve-se partir de uma análise sob um enfoque sociocultural, para se construir uma didática que identifique e discuta as questões ideológicas e mercadológicas que envolvem as produções culturais como o cinema. Nessa perspectiva, o cinema pode servir de veículo para propagar ideias ao utilizar o recurso da montagem e, assim, difundir uma ideologia, nem sempre explicitamente, manipulando o sentido da mensagem (DINIZ; MARTINS, 2019).

O termo ideologia foi cunhado pelo filósofo francês Destutt de Tracy, em 1796, com o intuito de designar uma nova ciência que abordaria a análise sistemática das ideias e sensações. Tracy acreditava que a Ideologia seria a primeira ciência, pois todo conhecimento científico envolveria a combinação de ideias e seria a arte de regular a sociedade. Ao longo dos séculos, diversos outros pensadores se debruçaram sobre esse tema, como Marx, Hegel, Mannheim, tendo valorações distintas em contextos históricos diversos, até chegar a um sistema de

crenças, práticas e trocas simbólicas que servem, ou atuam, com o intuito de dominação e manutenção do *status quo*, pelo menos em algumas de suas acepções (BAUDRY, 1983; THOMPSON, 1995; DINIZ; MARTINS, 2019).

As peças fílmicas, filmes de ficção e documentários, se constituem tanto em elementos dinamizadores da cultura quanto reflexo da própria cultura. A obra cinematográfica adota procedimentos que geram uma impressão de realidade que deve ser assumida pelo público. O empenho em impressionar a plateia pode ser entendido inclusive como uma operação de caráter ideológico. Os limites entre o encenado e o vivido na concretude cotidiana tendem a se tornar mais fluidos devido aos procedimentos de tudo se transformar em espetáculo e mitificação de personagens, de valores ético-morais e de cenários. Em outras palavras, o cinema pode construir, desconstruir, afirmar, desenvolver ou até mesmo negar identidades através de seus processos de produção de sentido, além de tornar a experiência do filme uma vivência real, trazendo desdobramentos para a vida em sociedade, uma vez que fornece quadros de referência para a sociedade.

Por isso é sempre válido pensar no cinema como forma de mudar a sociedade. Muitas vezes nós olhamos para os filmes a que assistimos apenas como entretenimento, mas pode-se considerar também o seu poder de emocionar e causar impacto nas pessoas, e somar isso a assuntos que precisam ser tratados, podendo fazer nascer filmes de grande valia para questões sociais e políticas. Uma das principais ações do cinema é a capacidade de fazer o espectador se emocionar e refletir. Isso, usado para tratar de questões importantes que envolvam nossa sociedade, resulta em uma ferramenta muito poderosa para atingir as pessoas de diferentes maneiras.

Um bom exemplo dessa ação de transformação é dado pelo chamado, de forma geral, Cinema Político Italiano. Tudo começou com o movimento artístico e político chamado de Neorealismo Italiano, logo após o final da Segunda Guerra Mundial. Foi um período particularmente fecundo da história do cinema italiano e mundial. Além de ser um signo de uma renovação estética, foi igualmente uma

renovação de postura política (PRUDENZI; RESEGOTTI, 2006). Primeiramente em oposição ao fascismo, mas também um modelo estético e político alternativo ao cinema industrial de matriz hollywoodiana (OLIVEIRA, 2018).

O cinema político italiano deixou de ser apenas entretenimento e civismo para adotar uma postura antigoverno, através do trabalho de seus cineastas. A importância de seus filmes foi intensificada pelo fato de que entre 1966 e 1976 houve mudanças nos modelos ideológicos, no sentimento de pertencimento ideológico das pessoas e na habilidade dos cineastas de esquerda de interpretar a história. Destacam-se nesta época, entre outros, Francesco Rosi, Marco Bellocchio, Francesco Marselli, Giuliano Montaldo, Salvatore Giuliano (PRUDENZI; RESEGOTTI, 2016; OLIVEIRA, 2018).

Neste ensaio queremos destacar diferentes momentos e perspectivas de quanto o cinema pode ser político ou, melhor dito, quanto o é! Estes cobrem diferentes momentos de nossa história social e abordam diferentes épocas e atividades cinematográficas.

No primeiro deles, chamo a atenção para um trabalho de conclusão de curso de Renata Negrelly Nogueira apresentado na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em novembro de 2004 (NOGUEIRA, 2004). O trabalho teve por título "Propaganda ideológica no cinema: análise comparativa dos filmes *Um Homem com uma Câmera*, de Dziga Vertov, e *O Triunfo da Vontade*, de Leni Riefenstahl". Nesse trabalho se compara a propaganda ideológica feita pela mídia tendo orientações ideológicas nazista, no caso da cineasta alemã Leni no filme de 1935 (*Triumph des Willens*), uma propaganda do Partido Nazista de 1934, em Nuremberg, e socialista do diretor russo Dziga Vertov, em seu filme *Cheloveks s Kino-apparaton*, de 1929.

A partir do exame detalhado dos filmes em si e da leitura crítica de material sobre eles, é possível se perceber pontos de convergência e de divergência, enquanto material de propaganda, em termos de temática, de linguagem e de abordagem do espectador. Nesses dois casos particulares, pode-se perceber as

propriedades do cinema enquanto mídia para propaganda e do papel da arte como instrumento da política, considerando-se o contexto em que os filmes foram produzidos: o fervor comunista de Vertov, doze anos depois da Revolução de 1917 na União Soviética, e a ascensão autoritária e megalomaníaca do nazismo, dois anos depois do golpe de 1933 dado por Adolf Hitler, após ser nomeado chanceler do Reich em 30 de janeiro e se tornar líder do governo alemão.

É lugar-comum nas análises dos regimes fascistas e bolcheviques a ênfase em seus respectivos aparatos de propaganda. Naturalmente, é difícil falar da Alemanha nazista sem falar de Goebbels ou da relevância que a propaganda ideológica tinha para Adolf Hitler no seu livro *Mein Kampf (Minha Luta)*. Difícil falar de Joseph Stalin sem mencionar o culto à personalidade e as determinações do Departamento de Agitação e Propaganda (era esse mesmo o nome!), fundamentais aos preparativos para a guerra que já esperavam.

Em ditaduras não é tão difícil identificar a vontade do governo em seus projetos de propaganda explícitos, sejam eles filmes, livros ou arte em geral. Porém, se não é difícil notar as obras claramente de propaganda em regimes autoritários e censores, é mais complicado perceber a propaganda do sistema em obras que *não foram* produzidas diretamente pelo aparato estatal, birôs de propaganda ou *Ministérios da Verdade* de países que se propõem abertamente propagandísticos (o melhor exemplo desse processo é o que vivemos aberta, ou veladamente, hoje em pleno Brasil de 2022).

Um segundo momento de reflexão para se perceber o quanto a ideologia permeia a nossa imersão no e pelo cinema provém dos filmes produzidos de forma maciça por Hollywood e exportados para o mundo todo. A máscara de isenção que os *blockbusters* hollywoodianos carregam os torna os mais eficazes instrumentos de divulgação da ideologia sistêmica: supremacia do dinheiro, triunfo do indivíduo contra o coletivo e a visão do exército americano como virtuoso e portador da verdade.

Quando ocorrido o 11 de Setembro nos EUA, quase que imediatamente o governo americano se reuniu com diretores de cinema de Hollywood para determinar o que fazer e que caminhos tomar para a produção cultural norte-americana (BBC NEWS, 2001). Com a ousadia e o impacto dos atentados de 2001 extrapolando qualquer *blockbuster* da Hollywood anterior, e somado a uma cobertura midiática já espetacularizada pelo consumismo visual, mas agora chocada pelo primeiro ataque militar ao país em décadas, rompia-se no campo midiático a fronteira entre a ficção e a realidade, entre documentário e fantasia, entre propaganda e enredo. Era fundamental para o “regime” ameaçado estabelecer – diante de um ataque – o que mostrar e exaltar, o que esconder e abafar, de forma a angariar o ânimo necessário para realizar as necessidades do regime, como num período de guerra.

De certa forma isso não era novidade. Na época da Primeira Guerra Mundial, entre 1917 e 1919, os EUA criaram o Comitê para Informação Pública, chamado também de CPI e *Creel Committee* (CPI, 2022), dedicado a fazer propaganda pró-governo e antialemã no cinema e rádio durante todo o período da Grande Guerra. Seu papel, além de produzir diretamente peças artísticas falando bem das causas governistas, era viabilizar que filmes pró-americanos tivessem o máximo de repercussão e financiamento possível. O Comitê determinaria o que era “pró-americano” e o que não era.

Desde então, a colaboração do exército e órgãos governamentais à indústria do cinema americano tem sido constante, pautando filmes e utilizando o cinema como potente arma de propaganda das ideias e políticas do governo. O objetivo principal é o uso da credibilidade e “isenção” do cinema e mídia privados para fomentar propagandas pró-sistema, tentando criar novos conceitos, arraigar existentes, demolir opositores políticos e “subversivos”, criar consensos favoráveis à ideologia dominante do período, sem, no entanto, parecer usar a “máquina estatal” para tal. Isto é, faz propaganda do “regime” sem precisar de um Goebbels ou um

Departamento de Agitação e Propaganda determinando explicitamente o que falar nas mídias.

A Segunda Guerra Mundial reforçou essa aliança. A série de sete documentários realizados entre 1942 e 1945 sob o título *Why We Fight (Prelúdio de uma Guerra)* foi comissionada diretamente pelo governo americano (Departamento de Guerra) e teve como diretores ninguém menos do que os laureados com o Oscar Frank Capra e Anatole Litvak. Era uma tentativa de fazer documentários aliados que ficassem à altura dos de Leni Riefenstahl para a Alemanha nazista. A série também foi um sucesso de bilheteria.

Num lado mais lúdico, Walt Disney e sua corporação formaram um grande veículo privado para propaganda governamental, desde o Pato Donald explicando a importância de pagar impostos em *The Spirit of '43*, dirigido por Jack King, até o mesmo pato ridicularizando o nazismo em *Der Fuhrer's Face*, curta de animação de 1942, dirigido por Jack Kinney. Num lance mais "sério" temos o *Education for Death: The Making of Nazi* (filme da Disney dirigido por Clyde Gernimi, em 1943), animação sobre uma criança no regime nazista, ambos desenhos bem sombrios para crianças segundo os padrões de hoje. Junto com Mickey Mouse, Donald é o personagem mais popular da Disney, talvez por isso seja exatamente o desenho que revela um discurso ideológico muito mais marcante, uma representação – às vezes muito clara – da ideologia pró-regime. Há até um panfleto clássico *underground* feito no Chile de Allende, por Ariel Dorfman e Armand Mattelart, explorando em mais detalhes as sutilezas (ou não) das histórias de Pato Donald e Tio Patinhas na América Latina. Foi transformado em livro com o título *Para Ler Pato Donald* (DORFMAN; MATTELART, 1972); ainda que dotado de exageros e um pouco paranoico, é uma obra que mostra outras nuances profundas do discurso pró-regime e elitista, e vale ser lido. As edições posteriores clareiam um pouco mais o seu objetivo, com o novo título *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de Massa e Colonialismo*.

Mas as coisas não param por aí. O filme *Os Boinas Verdes (The Green Berets)*, de Ray Kellog, John Wayne e Mervyn LeRoy, de 1968, foi idealizado e dirigido por

ninguém menos do que John Wayne, consternado com a imensa oposição à Guerra do Vietnã. A película foi largamente financiada, apoiada e diretamente aprovada pelo então presidente americano Lyndon Johnson, com a clara intenção de ser um filme de propaganda pró-regime, no melhor estilo soviético. A ideologia do filme é a mesma dos belicosos dirigentes da direita americana, largamente apoiados pela indústria bélica, em prol de uma guerra aberta aos comunistas, no velho espírito da Guerra Fria.

Como este filme de John Wayne, há uma profusão de filmes com larga influência militar e ideologia pró-americana, isto é, consumista, belicosa, ocidental e, em maior ou menor grau, anticomunista. A lista é tão extensa que fica difícil nomear todos os filmes, mas alguns são tão emblemáticos que é importante expô-los. Na série *Rambo*, cada um dos filmes usa o mesmo personagem para escolher um alvo a ser atacado e vencido. Num dos filmes, o exército americano usa um mercenário (vivido por Sylvester Stallone) para ajudar *mujahedins* afegãos, conhecidos como talibãs, que são retratados no filme como “defensores da liberdade”, para expulsar o imperialismo soviético. *Top Gun: Ases Indomáveis*, de Tony Scott, de 1986, retrata toda a evolução de dois jovens dentro das fileiras da marinha americana, da melhor maneira que Hollywood sabe fazer. É difícil não ver este filme como uma obra de propaganda militar, como relata o documentário *Hollywood and the Pentagon: A Dangerous Liaison (Marschbefehl für Hollywood)*, de Maria Pia Mascaro, realizado em 2003. O sucesso de *Top Gun* foi tão grande que a marinha colocava bancadas de recrutamento na porta do cinema, com grande êxito. Novamente as forças armadas contribuíram fartamente com instalações, equipamentos, pessoal e “sugestões de roteiro” (36 anos depois, está à porta da estreia nos cinemas a sua “nova” versão modernizada, *Top Gun: Maverick*, provavelmente e novamente endeusando o “establishment” militar americano). *Independence Day* (1996), de Roland Emmerich, é um filme sobre invasão alienígena, mas seu discurso e ideologia são extremamente terrestres e não ficcionais. É outra obra com largo uso de recursos, consultoria e equipamento militar.

Impacto Profundo (Deep Impact), de Mimi Leder, de 1998, *Armageddon*, de Michael Bay, também de 1998, *O Núcleo: Missão ao Centro da Terra (The Core)*, de Jon Amiel, de 2003, e *Sunshine: Alerta Solar (Sunshine)*, de Danny Boyle, realizado em 2007, apesar de bem diferentes entre si, são filmes, assim como *Independence Day*, nos quais a bomba atômica salva a humanidade da aniquilação. Vale lembrar que o produtor de *Armageddon* é o mesmo de *Top Gun* e *Falcão Negro em Perigo (Black Hawk Down)*, de Ridley Scott, de 2001), sendo aquele o mais propagandístico desses filmes que pervertem o uso da bomba atômica.

Essa inversão de propósito, fazendo algo servir ao exato oposto do que se propõe, lembra os argumentos do filósofo Slavoj Žižek, que, em artigo publicado em 14 de novembro de 2011, no *La Stampa*, fala sobre a falta de substância das coisas nos tempos atuais: café sem cafeína, açúcar *light*, "invasão de defesa", guerra sem vítimas e, portanto, o uso da maior arma de aniquilação humana já inventada – a bomba atômica –, convertida em salvação única, desprovida de seu caráter destruidor; a bomba torna-se a ponta da lança que aniquila o dragão, a única esperança de defesa e resistência (ŽIZEK, 2011, 2022). Qualquer semelhança com George Orwell não é mera coincidência. Aniquilação é salvação.

Um terceiro momento de reflexão nos envolve diretamente em termos de ideologia, política e sociedade. Tenho em mente aqui o embate entre dois institutos de pesquisa brasileiros, o CPC e o IPES, às vésperas do golpe militar de 1964. Os discursos de intervenção podem ser analisados como cinema de propaganda ideológica exercida pelos dois institutos. Estes discursos são muito bem revistos na dissertação de mestrado de Reinaldo Cardenuto Filho, apresentada em 2008 no Programa de Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (CARDENUTO FILHO, 2008).

Os dois institutos, de caráter ideológico bem definido, o CPC – Centro Popular de Cultura, de orientação esquerdista, e o IPES – Instituto de Pesquisas Sociais, de orientação direitista, tiveram uma intensa luta ideológica entre 1961 e 1964. O Instituto de Pesquisas Sociais (chamado sinteticamente de "Ipês") era dirigido por

ricos empresários liberais e anticomunistas. O Centro Popular de Cultura (CPC da UNE) era constituído principalmente por jovens artistas e estudantes influenciados pelas ideias marxistas. O autor, em sua dissertação, articula informações provenientes da análise intrínseca de seus filmes com as do contexto histórico em que foram feitos e exibidos. Auxiliado por documentação complementar, foi possível compreender os modelos cinematográficos aos quais essas obras se alinharam. Ao estudar como “ipesianos” e “cepecistas” foram adversários em meio às instabilidades de um Brasil próximo ao golpe de 1964, foi possível constatar como os dois grupos financiaram a atividade cinematográfica com a expectativa de intervir nos rumos socioeconômicos e culturais do país, a partir de projetos conflitantes que, por um lado, pretendiam fortalecer o poder da elite com um capitalismo de base liberal e, por outro, romper com as estruturas de poder capitalistas. Nesse sentido, mesmo com essas divergências, ambos utilizaram um discurso próximo em suas filmografias, repleto de similaridades, que se manifesta no uso de técnicas e linguagens idênticas, como é o caso das experiências estéticas didáticas e das representações do povo com a finalidade de concretizar um programa ideológico para a nação.

Fica evidente, portanto, mesmo que não seja tão claro, como tanto em ditaduras pretensamente totalitárias, como em Hollywood – ou mesmo transposto para outros países e regiões históricas e geográficas diferentes –, quanto o braço propagandístico da ideologia dos diversos regimes políticos, ainda que diferentes (sejam eles de extrema-direita, direita, centro, esquerda ou extrema-esquerda), faz um cinema que é repleto de propagandas, comerciais ou políticas do próprio regime, e “vende” literalmente as ideias que lhes são próprias. O que vimos ao longo deste texto é que nem sempre o teor de um filme é mero entretenimento. Aparecem frequentemente os aparatos da ideologia, combinados com as técnicas de montagem e a “inoculação” de uma situação pretendida para a manutenção do *status quo*. Sabe-se que o cinema foi utilizado como aparato técnico de guerra por diversos governos, em determinados contextos sócio-históricos, como a Alemanha

de Hitler, o Brasil de 1964 e esforços bolcheviques para o expurgo do outro. O que ressalta nesse processo contínuo é que a elite dominante consegue incutir valores sutilmente, como um simples entretenimento inocente. Thompson já havia alertado que nem todas as trocas simbólicas têm intuito ideológico, mas as formas simbólicas possuidoras de intenções ideológicas não vêm carimbadas com um aviso intencional (THOMPSON, 1995).

O documentário *Assim se Vende um Filme* (*The Greatest Movie Ever Sold*, de Morgan Spurlock, de 2011) mostra as dificuldades de se financiar um filme e a gigantesca quantidade de propagandas embebidas nos filmes de Hollywood. Para mostrar objetivamente esse fato, Spurlock resolveu fazer esse documentário financiado exclusivamente pela inserção de produtos. Com humor e perspicácia, os autores desvendam o processo de marketing para conquistar o público. Nesse documentário, discute-se “a” questão importante para a indústria do cinema: com a quebra de receitas vindas do mercado, procurou-se, então, ter outras formas de manter os ganhos. A indústria cinematográfica encontrou o caminho perfeito chamado de “product placement”. Passou-se a usar cada vez mais e com maior frequência a “venda” da imagem dos produtos nos filmes. Isso vale tanto para a propaganda comercial, quanto para a ideológica. O que era feito de maneira velada, subliminar (de alguns anos atrás), hoje se faz de maneira explícita, aberta e sem sutilezas. O que foi um processo de experimentação de persuasão inconsciente iniciada por um publicitário experto, James Vicary, em 1957, nos EUA, se tornou moeda corrente hoje em dia. Aquilo que era uma mensagem transmitida em um baixo nível de percepção, tanto auditiva, quanto visual, sem conhecimento por parte do receptor, abriu-se em múltiplos leques de domínio psicológico e, reforço eu, ideológico, o que é muito mais perigoso (GIACOMASSI, 2015). Há outros filmes que exploram, de maneiras diferentes, essas questões, como *Lado a Lado* (*Side by Side*), de Christopher Kenneally, de 2012, e *Obsolescência Programada* (*The Light Bulb Conspiracy*), de Cosima Dannoritzer, de 2010.

Em nosso caso particular e apenas como ilustração (mas que se aplica a qualquer cinema “ideológico”, sem que “percebamos” que seja como tal), destacamos o clássico (e genial) diálogo sobre os nomes e informações contidas nos hambúrgueres da rede de lanchonetes McDonald's no filme *Pulp Fiction: Tempo de Violência*, de Quentin Tarantino, realizado em 1994, conforme o artigo intitulado “Le Big Mac” (CAMPOS, 2018).

Referências

BAUDRY, Jean-Louis. Cinema: Efeitos Ideológicos Produzidos pelo Aparelho de Base. In: XAVIER, Ismail. *A Experiência do Cinema: Antologia*. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilme. 1983.

BBC NEWS. Army turns to Hollywood advice. *BBC News*, Monday, 8, October, 2001. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/1586468.stm>. Acesso em: 02 maio 2022.

CAMPOS, Mab. Le Big Mac. *Genial Diálogo entre John Travolta (Vincent) e Samuel L. Jackson (Jules)*. Disponível em: <http://cinemarcoblog.net/2018/01/10/le-big-mac-genial-dialogo-de-pulp-fiction-tempo-de-violencia>. Acesso em: 05 jun. 2022.

CARDENUTO FILHO, R. *Discursos de intervenção: o cinema de propaganda ideológica para o CPC e o “Ipês” às vésperas do golpe de 1964*. Dissertação (Mestrado), 2009. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-20052009-164313/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

CPI. *Committee on Public Information*. 2022. Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Committee_on_Public_Information. Acesso em: 07 mar. 2022.

DINIZ, Maria Cecília G. S. P.; MARTINS, Guilherme G. Cinema e Ideologia: O Cinema Como Mecanismo de Valores Ideológicos. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. *42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Belém, PA, 02-07 set. 2019. p. 1-11.

DORFMAN, A.; MATTELART, A. *Para Ler Pato Donald*. São Paulo: Editora Paz e Terra. 1972.

GIACOMASSI, Fernanda. *O Lado Obscuro das Produções Cinematográficas*. 2015. Disponível em: <http://jornalismojunior.com.br/o-lado-obsкуро-das-producoes-cinematograficas/>. Acesso em: 10 jun. 2022.

NOGUEIRA, Renata N. *Propaganda ideológica no cinema: análise comparativa dos filmes Um Homem com uma Câmera, de Dziga Vertov, e O Triunfo da Vontade, de Leni Riefenstahl*. 2004. 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação – Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/581>. Acesso em: 02 abr. 2022.

OLIVEIRA, Roberto A. de. *Cinema Político Italiano: Entretenimento e Civismo*. Disponível em: <https://cinemaitalianorao.blogspot.com/2018/08/cinema-politico-italiano-entretenimento-e-civismo/>. Acesso em: 10 jun. 2022.

PRUDENZI, Angela; RESEGOTTI, Elisa. *Cinema Político Italiano: Anos 60 e 70*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna*. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

ZIZEK, S. *O estrangeiro descafeinado*. *La Stampa*, 14 nov. 2011. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br>noticias>502857-o-estrangeiro-descafeinado-artigo-de-slavoj-iek>. Acesso em: 20 abr. 2022.

ZIZEK, S. **Identidades vazias**. 2022. Disponível em: <http://slavoj-zizek.blogspot.com.br>. Acesso em: 25 abr. 2022.