

HOLLYWOOD E A GLOBALIZAÇÃO

Maria do Céu Marques

UNIVERSIDADE ABERTA

"The new electronic interdependence recreates the world in the image of a global village."

Marshall McLuhan

O aparecimento do cinema esteve na origem de um novo hábito cultural que modificou as actividades de lazer e introduziu alterações profundas nos costumes de milhares de pessoas dentro e fora dos Estados Unidos. O interesse mundial pela produção cinematográfica de Hollywood remonta ao início do século XX, quando as grandes companhias começaram a produzir filmes para a classe trabalhadora, emigrantes e o público das grandes cidades. Mais do que pôr em causa a estabilidade social e política, pretendia-se transformar o cinema num bem de consumo para as massas, tendo em conta que os trabalhadores começavam a ter algum tempo livre e mais dinheiro. Contudo, muitos políticos da época não viam com bons olhos as imagens e mensagens transmitidas por alguns produtores e realizadores mais críticos da sociedade americana cujos trabalhos podiam ser perigosas e ter efeitos negativos, até mesmo subversivos, ao questionarem o *status quo* e passarem uma imagem pouco positiva dos Estados Unidos.

O cinema, que começou por ser encarado apenas na sua vertente lúdica, ao transmitir determinados valores e dar uma visão do dinamismo da vida social americana, acabou por influenciar o comportamento do público, desempenhando um papel relevante a nível social, cultural, económico e político, na Europa e nos Estados Unidos. Se tivermos em conta a influência das imagens transmitidas, podemos afirmar que o cinema em geral, e Hollywood em particular, constituiu uma das primeiras formas de globalização do século XX. Quando se fala de globalização existe a tendência para pensar que se trata de um fenómeno recente que teve início há pouco mais de duas décadas. De facto, foi nos anos oitenta que este termo começou a fazer parte do nosso quotidiano, pelo menos em Portugal, quando se deu a

chamada "viragem cultural". Mas a ideia de cultura global começou há alguns séculos, de acordo com a opinião de Boaventura Sousa Santos:

"É há muito reconhecido que, pelo menos desde o século XVI, a hegemonia ideológica da ciência, da economia, da política e da religião europeias produziu, através do imperialismo cultural, alguns isomorfismos entre as diferentes culturas nacionais do sistema mundial" (Sousa Santos, 2001:53).

O desenvolvimento acelerado dos sistemas de comunicação que teve lugar a partir dos anos sessenta, permitiu um contacto mais rápido e eficaz entre diferentes pontos do globo, facilitando a troca de experiências a nível tecnológico, económico, político e cultural. Hoje, imaginamos com alguma dificuldade como foi possível que a notícia do assassinato do presidente americano Abraham Lincoln, em 1865, demorasse treze dias a chegar à Europa, quando a informação sobre a queda da Bolsa de Valores de Hong Kong, em Outubro de 1997, atingiu, em apenas alguns segundos, os centros nevrálgicos da economia mundial. A divulgação, quase instantânea, desta notícia e de muita da informação que circula diariamente em todo o planeta só foi possível devido ao avanço tecnológico que a nossa sociedade vive e à globalização.

O cinema, a televisão, a publicidade e a internet têm sido alguns dos principais veículos da globalização. Apesar da internet ter feito mais pela globalização do planeta do que todos os meios de comunicação juntos, não podemos esquecer que um dos principais agentes para sua disseminação foi o cinema produzido em Hollywood que mostrou ao mundo o *American way of life*. Os filmes produzidos ao longo de várias décadas divulgaram hábitos e comportamentos de um povo, o americano, que acabaram por ter uma profunda influência à escala mundial. Pessoas com culturas distintas adoptaram padrões de vida que nada tinham a ver com os seus, acabando os hamburgers com ketchup e a Coca Cola por fazer parte da alimentação de povos tão diferentes como os europeus, africanos, chineses e até mesmo japoneses. Embora estas interferências nem sempre sejam vistas com bons olhos, principalmente por aqueles que se sentem aglutinados, foram também os filmes de Hollywood que ajudaram muitos cidadãos em todo o mundo a sonhar e acreditar que igualdade, liberdade e felicidade estavam ao alcance de todos os que lutassem pela sua concretização.

Segundo alguns críticos, um dos aspectos negativos da globalização é o de fazer submergir as pessoas na mesma cultura o que muitos consideram uma ameaça, temendo mesmo perder a sua identidade face à diversidade de culturas que invadem o seu espaço. Apesar da dificuldade em apresentar uma definição única e absoluta de globalização, aceite

por todos, parece irrefutável que ela define uma nova era da história da Humanidade. A globalização está na moda e designa várias coisas ao mesmo tempo, podendo ser entendida como uma estratégia política de alguns países industrializados para dominar os países pobres e menos desenvolvidos. A expressão globalização pode ser pouco atractiva ou interessante, mas não pode ser ignorada na medida em que afecta a vida de milhões de pessoas em todos os continentes. Conforme defende Anthony Giddens:

"Temos de democratizar ainda mais as estruturas já existentes e de o fazer de forma a responder às exigências da era global. Nunca conseguiremos ser os donos da nossa própria história, mas é obrigatório que encontremos os meios, e temos capacidade para isso, de colocar este nosso mundo "desvairado" no rumo certo." (Giddens, 2000: 18)

A quase banalização do uso da palavra globalização, através dos discursos políticos e dos trabalhos de gestores e economistas, permite constatar a sua aceitação por especialistas e cidadãos em geral. Ninguém sabe exactamente onde nem quando surgiu, tendo em conta a opinião de Giddens:

"De acordo com os cépticos, a globalização é uma ideia posta a correr pelos adeptos da liberalização do comércio que querem destruir os sistemas de segurança social e diminuir os gastos públicos. O que está a acontecer é um regresso ao mundo de finais do século XIX, em que já existia uma economia global, com grandes volumes de comércio entre os países, incluindo negócios com divisas." (21)

A globalização, para além de económica, é política e cultural, dependendo essencialmente do progresso tecnológico dos sistemas de comunicação. Desde sempre, o homem pretendeu estabelecer relações com outras culturas e civilizações, tendo inventado, ao longo da sua história, formas de comunicação diversificadas para registar os momentos importantes e mostrar aquilo de que é capaz. Nesse campo, o cinema alcançou um papel insubstituível graças ao trabalho de cineastas de todo o mundo que têm registado imagens, por vezes polémicas, mas capazes de guardar para sempre os comportamentos humanos essenciais à investigação antropológica. A imagem, no âmbito das ciências sociais, tem sido utilizada como ferramenta para fins de investigação de fenómenos culturais. Inicialmente os estudiosos começaram por recorrer à fotografia, mas a partir da década de sessenta concentraram-se no filme, dado que:

"When the image moves it *qualifies* the character of human behaviour. (...) With moving records, however, the nature and significance of social behaviour becomes easier to define with responsible detail, for it is the language of motion that defines love and hate, anger and delight, and other qualities of behaviour. For this reason visual studies of behaviour and communication tend to use film and video rather than the still camera". (Collier, 1967: 140)

Os filmes como memória constituem uma importante fonte para a investigação e podem mesmo funcionar como documentos históricos de uma época. Alguns filmes de Charlie Chaplin foram olhados, na época, com desconfiança por questionarem, de uma forma jocosa, a autoridade e a repressão policial exercida sobre os trabalhadores, o que podia levar a uma revolta das massas. Por outro lado, os filmes que incluíam cenas de violência eram também criticados por encorajarem os jovens à delinquência e ao crime. Ainda hoje muitas das imagens transmitidas pelo cinema americano levam os mais incautos a ter uma ideia errada da sociedade americana, ao pensarem que elas traduzem a realidade do quotidiano de um povo rude e violento.

Desde o início do cinema mudo que Hollywood estava mais preocupada em desenvolver uma indústria do espectáculo do que ser um instrumento educacional ou de propaganda. A produção cinematográfica estava organizada num modelo industrial e comercial cuja preocupação consistia na conquista de um maior número de espectadores que lhes permitisse alcançar lucros. Os objectivos eram essencialmente económicos pois visavam o lucro rápido para fazer face às elevadas despesas.

As imagens difundidas por Hollywood, ao longo de mais de um século, têm sido bastante diversificadas. Inicialmente os filmes debruçavam-se sobre as desigualdades sociais e a pobreza numa perspectiva de compaixão para com os pobres e oprimidos. Mas muitos transmitiam imagens de riqueza e sucesso desafiando os espectadores a manter acesa a chama do seu *American dream*. O cinema teve um papel importante na socialização da cultura dos emigrantes e da classe trabalhadora em geral, ao apresentar padrões de comportamento e de consumo que eles procuravam imitar tanto nos Estados Unidos como no estrangeiro.

Pode dizer-se que o interesse a nível mundial pelos filmes produzidos em Hollywood se deve à transmissão de valores que não são exclusivamente americanos, mas têm um carácter universal. O cinema tem mostrado que dinheiro e sucesso são valores importantes, que o casamento e a família são o melhor garante para a sobrevivência da sociedade, que a violência se justifica para aniquilar qualquer ameaça ao sistema e que o estado, a polícia e o

sistema judicial são instituições que garantem o bem-estar dos cidadãos e o respeito pelos seus direitos. Como Raymond Williams observa:

"In any society, in any particular period, there is a central system of practices, meanings and values, which we can properly call dominant and effective (...) what I have in mind is the central, effective and dominant system of meaning and values, which are not merely abstract but which are organized and lived. That is why hegemony is not to be understood at the level of mere manipulation. It is a whole body of practices and expectations." (Williams, 1973: 23)

O cinema de Hollywood tem tido, voluntária ou involuntariamente, ao longo dos tempos, uma posição política ao divulgar princípios, valores e instituições americanas que acabam por influenciar o comportamento dos espectadores nacionais e estrangeiros. O desenvolvimento de novas tecnologias tem permitido a reprodução do mundo real de uma forma tão convincente, que quanto mais o filme se aproxima da realidade, mais a realidade procura aproximar-se do filme. Existiu sempre a tendência para imitar as estrelas de cinema, nomeadamente na forma como falam, se vestem ou se comportam. Estes factores associados a uma maior divulgação dos filmes através da televisão por cabo, das antenas parabólicas, dos videogravadores e os clubes de vídeo, deram origem a uma cultura cinematográfica que passou a fazer parte do quotidiano de cada um de nós. A globalização tem vindo a manifestar-se há muito tempo em diferentes campos, no entanto, só agora é que as pessoas estão mais conscientes do fenómeno e atentas ao que se passa à sua volta.

Na última década do século XX, o fenómeno da globalização começou a preocupar antropólogos e sociólogos em todo o mundo. A palavra globalização é usada diariamente por milhões de indivíduos, nos mais diversos contextos e com diferentes objectivos. A ideia generalizada entre as pessoas que a utilizam é a de que a globalização é um processo tecnológico inevitável e irreversível que reforça as relações comerciais e políticas entre pessoas de diferentes países. Para muitos trata-se de um facto natural bom para o mundo, contudo, alguns reconhecem que o processo tem aspectos positivos e negativos e, neste momento, é ainda prematuro falar dos malefícios.

A imagem conquistou o homem, o mundo converteu-se às novas obras de arte colectivas que procuram universalizar a cultura enquanto bem de consumo. Independentemente da vontade de cada um, parece não haver dúvidas de que a globalização veio para ficar apesar das críticas negativas que têm surgido, a verdade é que milhões de pessoas em todo o mundo já foram enredadas por esta teia há muito existente, mas que só

se concretizou com a construção das auto-estradas de informação. A internet veio acelerar as ligações entre os continentes permitindo negócios mais rápidos e eficientes, apesar dos inúmeros riscos que ainda não se conseguem evitar. Neste momento, é possível encontrar quase todo o tipo de negócios na internet, existindo, por exemplo, a proposta de uma companhia que pretende que o inglês passe a ser uma língua global:

"The aspect of globalization that our company specializes in is the use of English as a global language. To some extent, the popularity of English is intertwined with globalized mass culture. For millions of people who are not fluent in it, products such as Hollywood movies, rock music, and fast food have given concrete meaning to bits of the English language." (<http://www.globallyspeaking.net>)

Apesar de alguns aspectos menos positivos, a divulgação de filmes na internet tem contribuído para que o cinema seja, cada vez mais, o divertimento do nosso tempo, devido à sedução das imagens em movimento e às estrelas que os realizadores fazem brilhar. Também o aparecimento do DVD veio proporcionar maior qualidade na exibição de filmes aos que optam por ver cinema em casa. Basta uma aparelhagem mais sofisticada para se conseguirem resultados espantosos tanto a nível da imagem como do som. Por outro lado, o DVD permite entender melhor todo um trabalho de bastidores, por vezes inimaginável, através do *making ofe do story board* que acompanham o filme principal. Hoje, já é possível escolher diferentes perspectivas de uma mesma imagem e não estar sujeito às escolhas do realizador. O papel do espectador começa a mudar e a sua passividade dá lugar a uma participação interactiva. O cinema é cada vez mais uma arte que ultrapassa todas as fronteiras que lhe foram inicialmente impostas estabelecendo relações profundas com outras artes, como se pode constatar através das palavras de Beylie: "Cumprindo a promessa wagneriana, o cinema tornou-se uma arte (e um espectáculo) total, que reúne e harmoniza as aquisições da pintura, da literatura, da música, da ópera e da dança". (Beylie, 1997: 9).

As imagens transmitidas pela pintura, por serem estáticas, permitem ao homem fruir a arte, de quem representa e do que é representado. Em muitos casos, pode mesmo ocorrer a realização pessoal do observador que, por poder saborear a obra de arte em diferentes momentos, acaba por estabelecer com ela uma relação mais íntima e profunda, facto que não ocorreria se não dispusesse do tempo necessário para esse estreitamento de relações. Este fenómeno pode ser comparado ao que acontece quando se lê um livro, é o leitor que estabelece os seus limites, a obra está sempre à sua disposição. O mesmo não acontece com as imagens cinematográficas que passam a correr e quase não podem ser apreciadas, muitas

só mais tarde acabam por ser digeridas e muito raramente dissecadas. No entanto, o prazer instantâneo que as imagens projectadas proporcionam, acabam por ser sempre mais apelativas e daí o interesse do espectador. Na sociedade de consumo em que vivemos o tempo escasseia até para pensar, por isso, ver um filme pode funcionar como um sedativo, algo que ajuda a aliviar as tensões do dia a dia "Film can be a rare diversion but it is too 'easy', too ephemeral, a seductive narcotic that puts minds to rest like a smooth-spoken bedtime tale." (Peary & Shatzkin, 1977: 2)

Mas não é só o cinema que tem características de diversão ou mesmo sedativas, efeitos semelhantes podem ser encontrados quando se ouve música, se observa um quadro ou se lê. Porém, apesar de muito atractivas que outras actividades se possam revelar, o cinema acaba quase sempre por ser ter a primazia. Desde muito cedo que as companhias cinematográficas aprenderam a fazer passar mensagens subliminares que a maioria dos espectadores não consegue detectar, conseguindo mesmo criar alguma dependência aos frequentadores assíduos das salas de cinema.

O desenvolvimento do cinema enquanto indústria que suporta uma gigantesca máquina, levou à criação de regras de mercado, capazes de assegurar a sobrevivência das grandes companhias, face aos desaires que ocorrem com alguma frequência. Assim, podemos dizer que os estudos de mercado, nesta área, levados a cabo pelas empresas de marketing são fundamentais, pode dizer-se mesmo, imprescindíveis na escolha dos temas a tratar pelos produtores e realizadores. Antes de se partir para a produção de um filme, já se sabe exactamente o que o espectador deseja ver, tanto no mercado interno como externo. Com os estudos de mercado as margens de erro são cada vez menores, permitindo maior sucesso e lucros superiores, com os quais as companhias conseguem fazer face aos elevados custos de produção, bem como à manutenção do *star system*, imprescindível à indústria cinematográfica: "Pura emanação do universo dourado do *show-business*, a estrela perece ter sido inventada apenas para polarizar os fantasmas da loucura, matar a sede do belo, do erotismo, do imaginário." (Beylie, 1997: 142).

Para além dos actores e actrizes, dos efeitos especiais, dos cenários encantadores, da banda sonora e uma panóplia de pequenos pormenores de que poucos se apercebem, o sucesso de um filme também depende das condições relacionadas com a sua exibição. É necessário criar um ambiente capaz de proporcionar bem estar e alheamento de tudo o que rodeia o espectador. O facto de a sala estar às escuras, de o écran ter dimensões gigantescas e de o som controlar toda a sala, ajuda a transportar o público para outra dimensão – o reino da fantasia em que o imaginário de cada um e as vivências pessoais ajudam a viver de forma diferente uma mesma história.

No início do século XXI, o cinema não pode ser visto apenas na sua vertente lúdica, ele é um inventário universal de imagens capazes de descrever o olhar sobre um certo momento do passado ou do presente e fazer uma antecipação do futuro. A globalização implica a convergência, à escala mundial, de todos os bens culturais, bem como alimentação, saúde e educação. No entanto, ao pensarmos na produção cinematográfica de Hollywood não podemos deixar de nos questionar se o cinema, que tem um carácter cada vez mais internacional, ao ser visto em todo o mundo por um número crescente de pessoas está a contribuir para a destruição das identidades regionais, ou pelo contrário, através das ideias que divulga está a ajudar a criar um mundo melhor mais livre e democratizado?

OBRAS CITADAS

Beylie, Claude, *Os Filmes-Chave do Cinema*. Lisboa: Pergaminho, 1997.

Collier, John Jr., and Malcolm Collier, *Visual Anthropology, Photography as a Research Method*, Albuquerque: University of New Mexico Press, 1967.

Giddens, Anthony, *O Mundo na Era da Globalização*, Lisboa: Editorial Presença, 2000.

Peary, Gerald & Roger Shatzkin, *The Classic American Novel & the Movies*, Ungar Film Library, 1977.

Santos, Boaventura de Sousa, *Globalização - Fatalidade ou Utopia?*, Porto: Edições Afrontamento, 2001.

Williams, Raymond, "Base and Superstructure in Marxist Cultural Theory", *New Left Review*, 82: 1973.

<http://www.globallyspeaking.net>