

## CINEMA E IDENTIDADE CULTURAL<sup>1</sup>

Criselides Maria Ferreira LIMA<sup>2</sup>

Maria Auxiliadora Ferreira LIMA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### RESUMO

Esse artigo objetiva discutir a contribuição do cinema na formação das identidades culturais, observando se ele ajuda a criar ou recriar tradições e valores de uma cultura. Para tal análise, passa-se primeiramente pela reflexão do que é identidade cultural e qual sua importância para o mundo globalizado de hoje, depois situa-se a relevância da mais popular indústria cinematográfica do mundo, Hollywood, na determinação de valores culturais dentro e fora dos EUA. Por fim, questiona-se a possibilidade de nesses tempos de globalização ser possível falar de “cinema nacional”, tanto em Hollywood como em quaisquer outros países.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema, Identidade Cultural, Hollywood, Globalização.

### INTRODUÇÃO

O processo de globalização se refere à intensificação das relações sociais que atravessam fronteiras, influenciam os padrões de comportamento e tornam o mundo mais interconectado, uma verdadeira aldeia global. As interações transnacionais, com as novas tecnologias de disseminação de informações e imagens, o deslocamento de pessoas, quer como turistas, trabalhadores, refugiados, ou migrantes intensificaram, em uma escala mundial, fenômenos econômicos, políticos, sociais, religiosos e culturais. Por exemplo, eventos econômicos no Brasil são condicionados por outros que ocorrem em países a milhas de distância do nosso; a economia local é subordinada à organização do sistema financeiro mundial. O sistema nacional enquanto único núcleo das atividades de um país não existe mais. Contudo, a globalização não é um fato consensual, pelo contrário, os traços principais dessa interconexão mundial trazem benefícios sociais, políticos, econômicos e culturais para alguns grupos sociais e conflitos para outros.

No âmbito cultural, a globalização estabelece uma nova relação entre as culturas locais e a cultura global, atingindo diretamente as identidades culturais de cada povo. Nesse contexto, qual o papel de tais identidades? Até que ponto a globalização acarreta em homogeneização? Alguns grupos sociais defendem que a especificidade de suas culturas locais está em risco, eles receiam que os conteúdos estrangeiros, destruam os valores e tradição locais. Contudo, outros consideram que a globalização pode contribuir tanto para a homogeneização quanto para a valorização da diversidade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cinema, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [crisf\\_lima@hotmail.com](mailto:crisf_lima@hotmail.com)

<sup>3</sup> Doutora em Linguística pela UNESP, Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Santa Catarina, professora pela Universidade Federal do Piauí. Orientadora do trabalho, e-mail: [dora.fl@uol.com.br](mailto:dora.fl@uol.com.br).

De acordo com Lúcia Patriota é um desafio manter a identidade cultural no mundo globalizado:

Se toda identidade se define em relação a algo que lhe é exterior, se ela é uma diferença, como ficamos? Estabelece-se, assim, mais uma crise. Uma verdadeira crise de identidades e coloca-se à humanidade mais um desafio: como manter sua identidade, que não é una, que não é igual, aberta ao outro – assim exige o global – sem se arriscar a perdê-la ou destruí-la?(PATRIOTA, 2002, p.5)

A globalização resulta em efeitos extremos sobre as identidades culturais. Há o incentivo tanto à cultura mundializada, pois a exposição a valores externos é inevitável, quanto ao estímulo da valorização da tradição e da cultura regionalista. Isso acontece porque à medida que as pessoas se veem expostas à homogeneização das identidades culturais, adquirem naturalmente o sentimento de preservação do que as tornam diferentes. Desse modo, a fragmentação cultural pode caminhar ao lado da homogeneização mundial.

Nesse contexto, os meios de comunicação possuem um papel fundamental na formação e mudança das identidades culturais. Exemplo disso é o cinema, com seu poder de abrangência aos mais vastos públicos, apresenta, cria, interpreta e recria culturas nacionais. O presente artigo objetiva analisar o cinema como agente na disseminação de tradições e valores de uma cultura, influenciando as demais identidades culturais. Os filmes são ótimos objetos de estudo no que diz respeito aos valores e ideologias predominantes em determinado país. O cinema tem uma relação direta com a cultura vigente, com o contexto social e cultural do mundo.

Todavia, quando se fala de cultura global, sabe-se que, atualmente, a cultura mais disseminada no globo é a ocidental, e mais especificamente a estadunidense. Os valores, artefatos e símbolos culturais, que mais se globalizam, são dos EUA, sejam eles de âmbito político, jurídico, econômico, estilístico, gastronômico, musical, etc. É Hollywood, como uma das mais importantes indústrias cinematográficas do mundo, um meio essencial de disseminação cultural. No entanto, para uma análise do cinema como influência na construção das identidades culturais, é necessária, primeiramente, uma reflexão acerca do conceito de identidade cultural, a ser apresentada no tópico seguinte.

## 1. Conceito de Identidade Cultural

As identidades culturais são uma construção social, não são herdadas geneticamente. Trata-se do sentimento de partilhar as culturas étnicas, religiosas, raciais, as quais fazem os seres humanos se sentirem mais próximos, pois eles tomam consciência do seu lugar na sociedade ao se identificarem com um grupo social. A identidade cultural brasileira, por exemplo, faz o indivíduo se sentir brasileiro e pertencente a uma cultura diferente dos argentinos.

Segundo Hall (2001), existem três visões diferentes de identidade. A primeira é denominada o *sujeito do iluminismo* e, em uma concepção bem individualista, entende o ser humano como dotado de razão, consciência e de ação. Dessa forma, ele já nasceria com sua identidade cultural, adquirida geneticamente, não importando em qual sociedade fosse se desenvolver.

A segunda concepção de identidade defende o *sujeito sociológico* cuja identidade é formada pela interação entre o eu e a sociedade, o sujeito não nasce autossuficiente e

necessita da sociedade para apreender os valores, sentidos e símbolos de determinada cultura, tendo por fim uma identidade unificada e permanente.

Como terceira concepção, tem-se o *sujeito pós-moderno* que possui uma identidade moldada continuamente, de acordo com suas experiências culturais. Trata-se de uma identidade definida historicamente e é essa a identidade considerada hoje no nosso contexto de globalização.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2001, p. 13)

A identidade pós-moderna se deixa influenciar pelos benefícios da homogeneização cultural e se torna híbrida, pois incorpora costumes e hábitos de outras culturas. Todavia, também resiste em perder completamente suas características que as diferenciam umas das outras, há a busca pela particularidade, pela sensação de ser diferente. É o paradoxo existente na modernidade que resulta em indivíduos fragmentados, híbridos, não mais com identidades fixas e imutáveis.

Desse modo, a própria noção de cultura passa a ser definida como algo construído, modelado ao longo da vida do indivíduo. O indivíduo é definido em uma sociedade como inglês, brasileiro, francês, argentino ou qualquer outra nacionalidade. Porém essa é uma classificação metafórica. Não há nada em seus genes que os classifique assim, são comunidades convencionadas.

A autora Marilena Chauí discute o conceito de nação como uma invenção recente, por volta de 1830, antes disso, “nação” era um conceito biológico e a ideia de povo, como uma comunidade jurídica e politicamente organizada predominava. De acordo com ela, ao longo do tempo, nação passou a significar:

dimensão de território, densidade populacional e expansão de fronteiras; e graças a uma elite cultural foi-lhe fornecida uma unidade lingüística e os elementos para afirmar que o desenvolvimento da nação era o ponto final de um processo de evolução, que começava na família e terminava no Estado (...) Território, densidade demográfica, expansão de fronteiras, língua, raça, crenças religiosas, usos e costumes, folclore e belas-artes foram os elementos principais do “caráter nacional”, entendo como disposição natural de um povo e sua expressão cultural. (CHAUÍ, 2006, p. 17,18,21).

A identidade nacional brasileira, com seus símbolos, mitos, tradições, foi construída. Com o passar dos anos, através da literatura, da política, da história, dos acontecimentos, dos “heróis nacionais”, dentre outros, os indivíduos que nasceram no mesmo espaço geográfico delimitado, chamado de Brasil, aos poucos, foram formando a imagem nacionalista do território. A ideia de “nação” só passa a existir quando os próprios integrantes de um mesmo território se identificam com elementos que eles mesmos consideram característicos dessa nação, trata-se de uma representação cultural.

## Segundo Hall:

Uma cultura nacional é um discurso- um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. (...) As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a “nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. (HALL, 2001, p. 50-51)

O que é ser brasileiro? Trata-se de um país com um extenso espaço físico geográfico, com amplos costumes e crenças, são muitos “Brasis”. Há uma enorme diversidade cultural. O gênero musical, por exemplo, passa pelo rock, forró, jazz, blues, chorinho, samba, etc. No esporte, apesar do Brasil ser considerado o país do futebol, aqui se pratica o vôlei, o basquete, o tênis, o ruggby, esporte que veio recentemente dos EUA e que caiu no gosto dos brasileiros. A religião no país vai desde o catolicismo e espiritismo até o budismo e candomblé. As regiões geográficas também são marcadas por diferenças culturais, por exemplo, no sul do país existem tradições ligadas aos costumes europeus enquanto que no norte estão pessoas próximas aos costumes indígenas. Tais aspectos mostram que:

O tema “diversidade cultural” não é novidade no Brasil. O país tem ciência de sua riqueza cultural variada, plural. Mais do que isso, já se dá conta de que essa miscigenação de cultura, de povos, de origens, de tons, cores e sabores é o que define seu povo único. A noção de nação brasileira e a identidade de sua gente se dão justamente desse ingrediente miscigenador e dessa capacidade de troca e convivência de culturas. (BRANT, 2005, p.18)

No Brasil, na Semana de Arte Moderna, Mário de Andrade e Oswald de Andrade discutiram o problema da identidade nacional, lembrando as várias nacionalidades que formaram o Brasil. Mário de Andrade define o brasileiro em qualidades africanas, aborígenes e europeias. Acredita também que a originalidade e multiplicidade da cultura brasileira vêm da riqueza de suas raízes, a mistura cultural eleva o patrimônio cultural brasileiro. Oswald de Andrade considera que o Brasil funde os elementos culturais, das várias nacionalidades que participaram de sua origem, e forma algo completamente novo, que seria a cultura brasileira. Segundo Queiroz (1989, p.22), “(...) os elementos heterogêneos garantem originalidade e beleza à nova cultura resultante. E nestes arranjos numa outra configuração, com outro sentido, se encontrava a especificidade da civilização brasileira no concerto das nações”.

No Brasil, a identidade cultural passa por uma grande hibridação, não só por suas origens diversas, já apresentadas, mas também por estar inserida no contexto de globalização. Entretanto, esse processo não ocorre só no Brasil, este foi usado como exemplo por uma questão didática, mas sim em qualquer outro país do mundo.

O sujeito pós-moderno, por ter sua identidade em constante transformação no processo de construção das relações sociais do mundo globalizado, tem nas artes um importante fator não só de criação mas também de reprodução de uma identidade cultural.

O cinema, como sétima arte, é um propagador de ideais e conceitos sobre grupos étnicos, nações, é um agente socializador.

## **2. A Influência do Cinema na Identidade Cultural de um país**

O cinema é a arte de reproduzir imagens, que reproduzidas de forma rápida e sucessiva, passam ao público uma impressão de movimento. As imagens, sejam elas estáticas ou sucessivas, são uma das várias formas de mostrar a relação do homem com o mundo e de estabelecer a relação entre nossas crenças, vivenciadas na realidade, com nossa imaginação. O audiovisual é uma arma importante desse universo de imagens e uma arte poderosa de entretenimento popular. As histórias contadas no cinema mexem com o sonho e a imaginação, o mundo ficcional criado faz com que o espectador se envolva a ponto de se identificar com muitos personagens e desejar estar na narrativa. Os personagens vivem aventuras, excitantes musicais, dramas, situações bem humoradas, tramas eletrizantes de suspense e terror, melodramas, que prendem a atenção do público. A história pode remeter ao passado, presente ou futuro, além disso, quando se assiste a um filme, o público viaja a diferentes lugares, diferentes povos e culturas.

O mundo cinematográfico passou por mudanças no decorrer do século XX, tanto tecnológicas como, por exemplo, câmeras digitais, cinema 3D, computação gráfica, o que resultou tanto no aprimoramento da produção fílmica, quanto no resultado final. Avançou também em termos de alcance geográfico e na sua influência em transmitir informações, pois se há 30 anos, o público de cinema era bastante reduzido por fatores econômicos e sociais, atualmente, com as novas tecnologias, e, principalmente, com a internet, assistir a um filme é uma realidade habitual.

Os filmes refletem valores introduzidos numa cultura, demonstram a mentalidade de uma nação. Ainda que seja um produto audiovisual com a função de entretenimento, não deixa de carregar consigo a visão da cultura que o originou. Como um dos vários tipos de comunicação, o cinema contribui para que as pessoas construam o seu senso de “nós” e “eles”, formem seu sentimento de pertencer a um lugar.

O cinema exerce um papel disseminador de uma identidade cultural. Ele é produzido por um grupo de pessoas que procura satisfazer as crenças e valores do público, tanto é que o sucesso de um filme é medido não só pelo número de bilheteria, mas também pela repetição dos temas. No processo de produção do filme, há um estudo sobre o que o público daquele país ou daquele continente vai gostar de assistir ou não. Por exemplo, na década de 40, os EUA vivenciavam um período de esperança, a crença de que, mesmo em um contexto de Segunda Guerra e, em seguida, de Guerra Fria, os problemas sociais e políticos iriam melhorar. Isso foi refletido nos cinemas:

O otimismo e a utopia transmitidos pelos musicais norte-americanos da década de 1940 eram um reflexo do estado de espírito da sociedade daquela época. Já o expressionismo alemão ou realismo italiano são apontados como representações das profundas divisões políticas entre o velho e o novo nesses países. (SANTOS, 2009, p.6)

As sequências de imagens, no cinema, com modos de falar, trejeitos, comportamentos, gestos, rostos, criam uma atmosfera com a qual as pessoas se identificam. Tal possibilidade do público se reconhecer ali no enredo e ver também como é a cultura do

outro, ajuda na construção de um nacionalismo, que não é imposto, mas sugerido. A partir do que é reproduzido no cinema, o indivíduo cria conceitos sobre o outro e sobre si mesmo. A sétima arte muda comportamentos, formata opiniões, dissemina culturas e introduz novos hábitos. Não há um registro fiel da realidade. O papel do cinema não é ser um espelho da vida real, mas interpretar, construir, reconstruir, aspectos da realidade, se utilizando das convenções, mitos, símbolos, tradições existente em uma cultura.

O exemplo mais comum disso é a influência que a indústria cinematográfica dos EUA atinge mundialmente, como ela dissemina os valores norte-americanos, constrói estereótipos de outros países e representa e recria identidades culturais. Hollywood é uma grande indústria do entretenimento que gera bilhões de dólares aos estúdios de cinema. Os clichês e estereótipos são usados em seus filmes como uma maneira de atrair mais pessoas. Trata-se de uma estratégia de mercado.

Segundo Rosângela Medeiros:

O cinema hollywoodiano foi o responsável pela criação dos tão conhecidos estereótipos acerca do Canadá, muitos dos quais ainda em vigor no imaginário coletivo mundial: um habitat selvagem, montanhoso, recoberto por florestas, pouco povoado por lenhadores, traficantes de peles, índios e pela polícia montada; um lugar onde sempre está nevando. (MEDEIROS,2008, p.32)

A indústria de cinema norte-americana faz sucesso dentro do país por exaltar o que o público norte-americano gosta, a intensa nacionalidade reproduzida nos filmes, por exemplo. Já um dos fatores pelo sucesso em outros países, além da qualidade estética superior do produto audiovisual, pode se dar também pelo fato de que as realidades contadas nos filmes sejam as desejadas por outras culturas, é o “american way of life” sendo disseminado. Hollywood transmite o que é ser norte-americano de modo que alguns de seus costumes passem a ser cobiçados e, inclusive, reproduzidos em outros países, como, por exemplo, o Valentine’s Day e o Halloween.

Uma prova disso é o conhecimento que muitas pessoas possuem dos EUA sem nunca terem morado lá. Através dos filmes ficam sabendo o que se costuma comer no café-da-manhã, como funcionam as escolas, suas leis, como as pessoas se vestem rotineiramente, como são as festas, como se dá a arquitetura das casas e prédios, entre muitas outras coisas. É como se o brasileiro, por exemplo, fosse um pouco norte-americano. Trata-se de um processo tão natural que ele não se dá conta do quanto conhece os EUA, e se apropria de alguns aspectos de sua identidade cultural, em detrimento de países mais próximos como Peru e Equador.

Os filmes hollywoodianos não só são aceitos em outros países como dominam 85% das salas de cinema de boa parte do mundo. Essa liderança acontece por uma questão de maior investimento. É enorme a quantidade de capital que circula dentro da produção e distribuição de filmes hollywoodianos como também é significativo o lobby que as grandes produtoras exercem sobre os governos de modo que eles facilitem a circulação hegemônica de seus filmes. Além disso, o melhor investimento na qualidade fílmica resulta na liderança de preferência do público, o qual, não poucas vezes, acha que produção nacional não tem uma história tão bem contada e produzida quanto as produções de hollywood. Como resultado dessa visão, tem-se uma boa parte dos filmes nacionais passando quase despercebidos pelo circuito comercial, pois ficam pouco tempo em cartaz e são exibidos em poucas salas.

A maior parte da produção cinematográfica brasileira, por exemplo, historicamente depende de investimentos do governo federal. Em 1967, o Instituto Nacional do Cinema foi criado e integrado à Embrafilme em 1975. A Embrafilme surgiu com o objetivo de substituir as pequenas distribuidoras e concorrer com as grandes empresas estrangeiras, todavia se tratava de uma empresa governamental tentando concorrer com grandes empresas capitalistas estrangeiras. O país não tinha um investimento independente do governo, cinema não era algo que dava lucro como no exterior. Em 1990, a extinção da Embrafilme faz com que a produção de filmes no Brasil se aproxime de zero.

Com o surgimento da Ancine (Agência Nacional de Cinema), em 2001, e a criação da “Lei do Audiovisual” e a “Lei Rouanet”, surge a possibilidade dos produtores captarem recursos da iniciativa privada, a qual se beneficia pela porcentagem de lucro nos filmes, pela publicidade e redução de impostos. Entretanto, ainda é difícil fazer cinema no Brasil. A produção de cinema ainda depende fortemente do governo e da iniciativa privada. Não há uma indústria cinematográfica aqui capaz de competir com Hollywood.

### **3. A Transnacionalidade do Cinema**

Ainda que Hollywood seja uma forte indústria de cinema, como falar em cultura norte-americana e até mesmo em cinema norte-americano nesse contexto de hibridização e desterritorialização no qual se vive hoje? A noção de “cinema nacional”, simbolizando um produto cultural específico de um país, foi criada para ser uma categoria analítica visando à construção das histórias do cinema. O foco nas características da nacionalidade ocorreu porque as primeiras histórias cinematográficas produzidas durante a Primeira Guerra, seguiram o modelo dominante da história nacional:

A partir desse momento, as histórias do cinema, ainda que privilegiassem, como aponta Michèle Lagny (1992), aspectos estéticos (autores, gêneros, estilos) ou aspectos técnico-econômicos (modelos industriais, financiamentos estatais, desenvolvimento dos aparatos técnicos), mantiveram no horizonte a idéia de que os cinemas de cada nação possuem especificidades próprias que, como tais, devem ser estudadas. (LAGNY, 1992 apud SILVA 2009, p.2)

Hollywood busca o talento estrangeiro, possui atores, roteiristas e diretores importantes que não são norte-americanos. Através de convite das grandes produtoras, tais profissionais se fixam nos EUA, por motivos de melhores orçamentos, estruturas de produção, e do próprio status internacional de trabalhar em Hollywood. Esses artistas levam para Hollywood uma bagagem cultural diferente que, naturalmente, introduzem em seus trabalhos, tornando a produção cada vez mais transnacional. Bons exemplos disso são diretores como o argentino Hector Babenco, o mexicano Alejandro González Iñárritu e o brasileiro Fernando Meireles. Eles fizeram sucesso em seus países, ganharam prêmios no exterior e indicações ao Oscar, Cidade de Deus, de Fernando Meireles, por exemplo. A partir daí, foram contratados pelas superproduções dos EUA, trabalhando com orçamentos, produtores, atores, técnicos de Hollywood.

Existem diretores respeitados mundialmente, como Pedro Almodóvar, que se recusam a deixar seus países e se fixarem em Hollywood, tendo nessa escolha um diferencial na sua obra artística. Porém, em suas produções independentes, eles buscam

atores que trabalham em Hollywood para estreiar seus filmes visando atingir um público maior e mais global.

No que diz respeito às produções cinematográficas fora das grandes produções, como México, Canadá, Brasil, entre outros, elas não são autossuficientes, não existem enquanto indústria e a fim de conseguirem sobreviver na indústria audiovisual, além de terem financiamento governamental, unem-se, principalmente, em co-produções com produtoras estrangeiras e transformam o produto final em um resultado de esforços e investimentos tanto do país de origem quanto de outros países:

Desta forma, os processos particulares engendrados na criação dessas produções nacionais e a forma como elas se relacionam como o poderio globalizante das indústrias cinematográficas hollywoodiana elucidam questões referentes à sua identidade cultural e, por conseguinte, a do próprio país. (...) Apropriando-se não apenas de talentos individuais, mas também de repertórios gerados por produções estrangeiras, a produção cinematográfica de outras nações tem mais dificuldade em encontrar seu espaço e em definir-se, já que muitas vezes ela se define justamente enquanto oposição ao padrão hollywoodiano. Além disso, a crescente leva de co-produções, nas quais dois ou mais países se associam na realização de um filme, dificulta ainda mais a configuração da noção de cinema nacional. (MEDEIROS, 2008, p.5)

O filme *Le Violon Rouge* (O Violino Vermelho) de 1998, é um bom exemplo dessa transnacionalidade observada hoje nas produções cinematográficas. O filme, rodado em cinco países diferentes, é uma co-produção entre Canadá, Inglaterra e Itália. Seu diretor, François Girard, é quebequense, a história é contada em cinco idiomas diferentes e tem como elenco atores de várias nacionalidades. Outro ótimo exemplo dessa hibridação cultural dentro do cinema é o filme estadunidense e mexicano, estreado em 2006, *Babel*. Dirigido por Alejandro González Iñárritu, foi rodado no Japão, México, Marrocos e EUA e conta com atores dessas quatro nacionalidades, além da Austrália.

Por fim, um recente sucesso de bilheteria no cinema, o filme de animação *Rio*, produzido pelas grandes produtoras de animação dos EUA, porém dirigido pelo brasileiro Carlos Saldanha. Como falar que esse é um filme exclusivamente norte-americano se o diretor, responsável pela maneira como se desenvolve o enredo, é brasileiro? Com base nesses aspectos, é mais fácil identificar uma hibridização de identidades culturais no audiovisual, do que falar em cinema nacional.

Fala-se, atualmente, em cinema transnacional, um produto audiovisual que existe porque foi resultado do trabalho de profissionais de várias nacionalidades. Portanto, a ideia de “cinema nacional” precisa ser discutida e repensada por dois motivos. Primeiro, para compreender a construção do cinema contemporâneo na questão da produção e das formas de circulação ao redor do mundo, investigando quais fatores facilitam ou dificultam essa distribuição. Segundo, por ser necessária a percepção de como ocorre a circulação de técnicos, diretores, roteiristas e atores e de como essa produção cinematográfica se torna transnacional não apenas no modo de fazer, mas na sua exibição, distribuição e na apropriação que outras culturas fazem da obra, dando-lhe diferentes interpretações e significados em cada contexto cultural.

## Considerações Finais

Contudo, isso não quer dizer que as diferenças entre as obras de cada país estejam extintas, pois mesmo que o processo de globalização acarrete numa nova configuração cultural, algumas características próprias de cada cultura continuam a se afirmar. É como se o mundo tivesse se tornado menor e híbrido, mas não exatamente igual, pois como afirmado no começo do trabalho, a globalização caminha junto com a afirmação das identidades locais:

As identidades nacionais estão sendo “homogeneizadas”? A homogeneização cultural é o grito angustiado daqueles/as que estão convencidos/as de que a globalização ameaça solapar as identidades e a “unidade” das culturas nacionais. Entretanto, como visão do futuro das identidades num mundo pós-moderno, este quadro, da forma como é colocado, é muito simplista, exagerado e unilateral. (HALL. 2001, p.77)

Todavia, a preocupação da afirmação das identidades locais é importante na construção de uma obra artística? Devido à mistura de identidades culturais, pode-se afirmar que o melhor caminho para se chegar a uma representação do cinema nacional é justamente não se preocupar com isso. Nesse contexto político, econômico, social e cultural de globalização, tanto em grandes produtoras de cinema como Hollywood, como em filmes mexicanos ou brasileiros, não há como fugir da pluralidade que nossa diversidade econômica e cultural é capaz de gerar.

Para Gilberto Gil, a cultura deve ser livre:

sempre pensei em cultura como uma obra aberta, como um *software* de código aberto. As trocas com o que é dos outros, a antropofagia cultural constante fazem parte das vitalidades das culturas, e as possibilidades de trocas livres devem ser preservadas contra qualquer tentativa de imposição. (GIL apud BRANT 2005, p.9)

A ideia de nação serve para delimitações espaciais e jurídicas de fronteiras e leis comuns, além de criar o sentimento de identidade nacional. Os produtos de circulação nacional, como a literatura, o cinema, a televisão, entre outros, são ferramentas “através das quais os indivíduos partilham de experiências comuns e constroem o seu repertório identitário”. (SILVA, 2009, p.5). Porém é importante que um cineasta, por exemplo, não se feche a outros repertórios identitários, pois sua cultura e seu país não são necessariamente suficientes para que sua obra torne-se completa. Até porque, a ideia de “nação” é algo completamente construído, e sendo assim, pode ser desconstruída. É o que acontece em Hollywood que domina as salas de cinema mundialmente, mas se utiliza de muitos talentos estrangeiros, o que já exclui a classificação de um filme exclusivamente estadunidense.

A ênfase ao caráter nacional do filme perde força numa época em que a produção, distribuição e exibição cinematográfica é cada vez mais transnacional. Nesse contexto de fluxo de ideias que a globalização permite, é importante que os costumes locais sejam preservados e tenham seu lugar junto às identidades hibridizadas, porém que não se tornem um empecilho para a produção cinematográfica. A categoria de cinema nacional deve ser

revista nesses processos globalizantes, é necessário se pensar na relação entre a narrativa e sua produção.

Entretanto, mais importante é o resultado da obra fílmica, se várias identidades culturais podem contribuir para um bom resultado artístico. O cinema transnacional será muito bem-vindo. O hibridismo pode ser uma poderosa fonte de criatividade, produção, troca de ideias e formas de cultura mais apropriadas à modernidade que vivemos hoje. A resistência em se ter uma identidade cultural fixa e imutável prejudica as trocas de experiências, principalmente, quando estão relacionadas ao cinema. Deve-se, pois, entender a identidade cultural como um processo em constante formação.

### Referências Bibliográficas

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2001.

BRANT, Leonardo. **Diversidade cultural: globalização e culturais locais: dimensões, efeitos e perspectivas**. São Paulo: Escrituras, 2001

MEDEIROS, Bianca Freire. **O Rio de Janeiro que Hollywood inventou**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2005.

MELEIRO, Alessandra. **Cinema no Mundo. Indústria Política e Mercado. América Latina II**. São Paulo: Escrituras Editora e Distribuidora de Livros Ltda, 2007.

### Documentos eletrônicos

MEDEIROS, Rosângela Fachel. **Brasil e Canadá, tão longe, tão perto: cinema e identidade nacional**. Disponível em: <  
<http://revistabecan.com.br/arquivos/1169317310.pdf>>. Acesso em: 13/06/2012

MEDEIROS, Rosângela Fachel. **Cinema e Identidade Cultural David Cronenberg Questionando Limites**. Porto Alegre, 2008. Disponível em: <  
<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/16861/000706688.pdf?sequence=1>>.  
Acesso em: 15/06/2012

PATRIOTA, Lúcia Maria. **Cultura, identidade local e globalização**. Disponível em: <  
<http://www.cchla.ufpb.br/caos/numero4/04patriota.pdf>>. Acesso em: 20/06/2012

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Identidade Cultural, identidade nacional no Brasil**. Disponível em: <  
<http://www.cnsg-pi.com.br/conteudos/Identidade%20Cultural%20Identidade%20Nacional%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em: 22/06/2012

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Os processos da globalização**. Disponível em: <  
[http://www.ri.pucminas.br/site2005/downloads/doc\\_252.pdf](http://www.ri.pucminas.br/site2005/downloads/doc_252.pdf)>. Acesso. Em> 20/06/2012

SANTOS, Cátia Cilene dos. **O cinema como agente construtor da identidade cultural.** Disponível em: <  
[http://200.17.141.110/pos/antropologia/seciri\\_anais\\_eletronicos/down/GT\\_06/Catia\\_Cilene\\_dos\\_Santos.pdf](http://200.17.141.110/pos/antropologia/seciri_anais_eletronicos/down/GT_06/Catia_Cilene_dos_Santos.pdf)>. Acesso em: 11/06/2012

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Brasil/Argentina – El Pasado (2007, dir Hector Babenco) e as produções transnacionais no cinema contemporâneo da América Latina.** Disponível em: <  
<http://lasa.international.pitt.edu/members/congress-papers/lasa2009/files/VieiraBarretoSilvaMarcel.pdf>>. Acesso em: 20/06/2012