

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

EDUARDA GOMES DE MELLO

CINEMA E RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS:
BOLLYWOOD COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER DA REPÚBLICA DA
ÍNDIA

PORTO ALEGRE
2022

EDUARDA GOMES DE MELLO

**CINEMA E RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS:
BOLLYWOOD COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER DA REPÚBLICA DA
ÍNDIA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. José Guibson Delgado Dantas

Porto Alegre

2022

CIP - Catalogação na Publicação

Mello, Eduarda Gomes de
Cinema e Relações Públicas: Bollywood como
instrumento de soft power da República da Índia /
Eduarda Gomes de Mello. -- 2022.
80 f.
Orientador: José Guibson Delgado Dantas Dantas.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Relações
Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Relações públicas internacionais. 2. Soft power.
3. Bollywood. 4. Índia. I. Dantas, José Guibson
Delgado Dantas, orient. II. Título.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Eduarda Gomes de Mello

CINEMA E RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS: BOLLYWOOD COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER DA REPÚBLICA DA ÍNDIA

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. José Guibson Delgado Dantas

Aprovado em: 07 out. 2022

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. José Guibson Delgado Dantas - UFRGS
Orientador

Profa . Dra. Denise Avancini Alves - UFRGS
Examinadora

Profa . Dra. Helenice Carvalho - UFRGS
Examinadora

Ao meu tio Dilermando, que acreditou, incentivou e caminhou comigo pela trilha até as Relações Públicas.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais que me acompanharam por todo esse longo caminho independente de qualquer adversidade. Obrigada por sempre me incentivarem e apoiarem nas minhas decisões e rumos, vocês me ensinaram a sonhar e graças a isso cheguei onde estou hoje.

Ao meu irmão, que sempre acha um jeito de alegrar meu dia e me ajuda a desopilar depois do estresse de qualquer trabalho. Você é minha pedra, meu abraço e meu porto seguro, nem acredito, mas conseguimos chegar aqui juntos.

À minha dinda que sempre esteve ao meu lado, e que sempre me ajudou em tudo que eu precisei. Obrigada por absolutamente tudo, por todas as conversas, os apoios em todos os trabalhos - inclusive este -, as tardes fazendo palavras cruzadas e contando histórias de viagem. Não tem uma coisa sequer que eu mudaria.

Aos meus amigos sem os quais eu não teria sobrevivido nos últimos meses. Não tenho palavras com as quais agradecer por me fazerem rir, chorar, me divertir e me animar não importava o momento. Então Giovanna, Isabella, Isabel, Rafaela, Jade, Isadora, Edoarda, Júlia, Lucas, Ana, Sofia, Laura, Victória, Fabiana, Luciana, Raquel e André, posso finalmente dizer que acabou e foi graças à amizade, carinho e confiança de vocês que consegui me tornar quem eu sou e alcançar tudo o que sonhei. Sou feliz e segura que tenho vocês pra o que der e vier.

À Raquel e André deixo um agradecimento especial. Obrigada por tirarem horas a fio de conversa para me tranquilizar e me deixar pronta para escrever mais. Obrigada por fazerem dos meus dias melhores. Este trabalho é uma conquista nossa e o apoio de vocês vai ficar marcado em mim para sempre.

À Amanda, minha parceira de faculdade, te devo tanto ao longo desses anos, foram tantos trabalhos juntas, tantas conversas e reclamações. Você foi a melhor amiga que eu poderia ter pedido. À Rafaella, que sempre na correria me deu a mão e não largou, obrigada por tudo, do início ao fim, fomos nós duas.

Por fim, deixo meu agradecimento à UFRGS e seus docente, Denise, Ana Karin, Nikolay, Helenice, Fabiane e Guibson, vocês me mostraram o que é a academia, o que é ser um bom professor, me incentivaram a aprender cada vez mais e abriram minhas portas para um futuro de muito conhecimento, aprendizados, inovações e excelência. Obrigada.

भीड़ जाने का नाम है प्यारे
दंगल दंगल
दंगल दंगल
सूरज तेरा चढ़ता ढलता
गर्दिश में करते हैं तारे
दंगल दंगल³⁷
दंगल दंगल
रे जादा पाद दून
रे लठ्ठ गाड़ दूँ
रे जादा पाद दून¹
(Pritam)

¹ Quando o destino te dá uma chance de se provar, dias calculados ele dá para você se preparar. Ele toma, como segurança, cada gota do seu suor e em retorno lhe enche de fervor. Para trabalho duro de uma pessoa, o louvor humilde do destino é chamado Dangal.

RESUMO

A partir do século XX, com o advento dos meios de comunicação de massa, os produtos culturais se tornaram elementos fundamentais para a projeção internacional de países. É o caso dos filmes da indústria cinematográfica hindi, conhecida como Bollywood, que hoje possuem distribuição global e são sucesso de público dentro e fora da Índia. Com o intuito de analisar esse fenômeno na ótica das relações públicas internacionais, esta pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de compreender como Bollywood se converteu em instrumento de *soft power* da República da Índia a partir do consumo de seus filmes em países com um histórico de hostilidades, como o Paquistão e a China. Para a sua elaboração, optou-se por um itinerário metodológico que compreendeu uma exaustiva pesquisa bibliográfica e documental para a construção de um corpus teórico baseado na compreensão dos conceitos das relações públicas que pudessem identificar estratégias imagéticas em dois filmes indianos - *Bajrangi Bhaijaan* (2015) e *Dangal* (2016) - que fizeram sucesso em países que a Índia possui litígios territoriais. Para tal, a apresentação da história da Índia, seus conflitos internos e externos, e a própria história da indústria cinematográfica indiana se tornaram fundamentais ao presente estudo. A título de conclusão, verificou-se que Bollywood é um poderoso instrumento de política externa da República da Índia, pois, com seus filmes sendo exibidos no exterior, é capaz de gerar uma reputação internacional positiva do país.

Palavras-chave: Relações públicas internacionais. Soft power. Bollywood. Índia.

ABSTRACT

From the 20th century onwards, with the advent of mass media, cultural products became fundamental elements for the international projection of countries. This is the case of films from the Hindi motion picture industry, known as Bollywood, which today reach global distribution and are successful with audiences inside and outside India. In order to analyze this phenomenon from the perspective of international public relations, this research was developed with the intent of understanding how Bollywood became an instrument of soft power of the Republic of India from the consumption of its films in countries with a history of hostilities, such as Pakistan and China. For its elaboration, a methodological itinerary was chosen that comprised of exhaustive bibliographic and documentary research for the construction of a theoretical corpus based on the understanding of public relations concepts that could identify imagery strategies in two Indian films - *Bajrangi Bhaijaan* (2015) and *Dangal* (2016) - which were successful in countries where India has territorial disputes. To this end, the presentation of the history of India, its internal and external conflicts, and the history of the Indian film industry itself became fundamental to the present study. By way of conclusion, it was found that Bollywood is a powerful instrument of foreign policy of the Republic of India, after all, with its films being shown abroad, it is able to generate a positive international reputation for the country.

Keywords: International public relations. Soft power. Bollywood. India.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – As divisões do poder segundo Nye	25
Figura 2 – Independência e partilha da Índia (1947)	37
Figura 3 – Nawab, Munni e Bajrangi a procura da aldeia de Munni	55
Figura 4 – Últimos momentos de Bajrangi com Munni	56
Figura 5 – Tweet de Fakhr-e-Alam sobre o filme Bajrangi Bhaijaan	60
Figura 6 – Geeta e Babita sendo treinadas por seu pai	63
Figura 7 – Geeta e Mahavir chegando na Academia Nacional de Esportes	64
Figura 8 – Geeta concentrada para sua luta nos Jogos do Commonwealth	65

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de filmes certificados (por idioma)

47

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Produção cinematográfica por período	48
Tabela 2 – Receita do filme Bajrangi Bhaijaan por região	53
Tabela 3 – Receita do filme Dangal por região	61

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 INTERAÇÕES CONCEITUAIS ENTRE RELAÇÕES PÚBLICAS E RELAÇÕES INTERNACIONAIS	16
2.1 Aspectos teóricos das Relações Públicas	16
2.1.1 <i>Do imaginário à reputação</i>	19
2.1.2 <i>As Relações Públicas Internacionais</i>	20
2.2 O Conceito de Soft Power	23
3 A POSIÇÃO DA ÍNDIA NO SISTEMA INTERNACIONAL.	28
3.1 Fatos da história contemporânea da Índia: de colônia rebelde à independência.	28
3.2 A geopolítica e a política externa indiana	34
4 BOLLYWOOD: A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA DA ÍNDIA	42
4.1 Dos primórdios do cinema indiano à Bollywood	42
4.2 Bollywood e o Cinema Indiano em Números	46
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	49
5.1 Tipo de Pesquisa	49
5.2 Unidade de Estudo	50
5.3 Técnicas de Coleta de Dados e Análise	50
6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS FILMES	52
6.1 Bajrangi Bhaijaan	52
6.1.1 <i>Trama</i>	54
6.1.2 <i>Ficha Técnica</i>	56
6.1.3 <i>Análise</i>	57
6.2 Dangal	61
6.2.1 <i>Trama</i>	62
6.2.2 <i>Ficha Técnica</i>	66
6.2.3 <i>Análise</i>	66
6.4 Análise conjunta	69
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
REFERÊNCIAS	75

1 INTRODUÇÃO

A República da Índia é, sem dúvida, um dos países mais fascinantes entre os 193 países-membros que compõem a Organização das Nações Unidas, pois suscita sentimentos diversos entre a opinião pública mundial por conta da sua história milenar, diversidade cultural, hibridismo religioso, expressões artísticas, culinária exótica, vegetação e clima variado, além da determinação de seu povo.

Entretanto, a República da Índia, desde que foi fundada na segunda metade do século passado, é um Estado que possui uma série de problemas políticos, que vão desde ataques terroristas, surtos de violência étnica, pobreza extrema e insurgências populares dentro do seu território, como litígios territoriais, histórico de conflitos bélicos e tensões diplomáticas no âmbito internacional.

Por conta dessa realidade, o país se viu obrigado a desenvolver estratégias para melhorar sua imagem internacional. Assim, o governo do referido país passou a investir de forma direta e indireta no fortalecimento internacional de Bollywood², a indústria de cinema de língua hindi, que se converteu ao longo do tempo numa das principais indústrias cinematográficas do mundo, com distribuição de seus produtos nos cinco continentes do globo terrestre.

Na tentativa de entender este fenômeno na ótica das relações públicas, decidiu-se desenvolver este estudo com o objetivo de responder a seguinte questão:

Quais estratégias foram utilizadas para que Bollywood se convertesse num importante instrumento de *soft power* da República da Índia?

Para responder à questão, foi adotado um procedimento metodológico que consistiu numa exaustiva pesquisa bibliográfica e documental com o propósito de estabelecer um corpus teórico que permitisse ao pesquisador identificar estratégias imagéticas em dois filmes indianos - *Bajrangi Bhaijaan* (2015) e *Dangal* (2016) - que fizeram muito sucesso em dois países que, historicamente, possuem problemas de ordem diplomática com a Índia: a República Islâmica do Paquistão e a República Popular da China.

O presente trabalho foi estruturado em sete capítulos, sendo que o primeiro trata-se desta introdução. O segundo capítulo centra-se nas questões teóricas do

² Conhecida em hindi como बॉलीवुड e em urdu como بالی وڈ.

trabalho, apresentando conceitos e doutrinas das relações públicas e relações internacionais. Diversos autores de renome na área das relações públicas são abordados no capítulo para a construção de uma rede teórica sólida, dentre eles estão: Grunig (2009), Kunsch (2003), Simões (1995) e Lewicki et al (2014). A fim de complementar as linhas de pensamento dos autores principais, foram utilizados também na construção do capítulo: lasbeck (2007), Maffesoli (2001), Riel (2013), Sebastião (2015), Silva (2004), Ferrari (2008) e Dantas (2020). Quanto ao subcapítulo relativo às relações internacionais, sua base foi norteadada pelo cunhador do termo soft power, Joseph Nye (2004), atrelado a pesquisadores como Cronin (2004) e Christofolletti (2017).

O terceiro capítulo volta-se à compreensão das bases históricas indianas, trabalhando questões e conflitos do último século para fundamentar a análise. Nele se apresentam as relações históricas, políticas e territoriais do país com seus vizinhos, assim como denota os valores e comportamentos da sociedade indiana. Para seu embasamento foram utilizados textos de Metcalf e Metcalf (2006), Menon (2021) e Mehta (2020).

O quarto capítulo busca evidenciar o histórico de Bollywood, apresentando seu trajeto histórico, assim como seu funcionamento financeiro e contextualização de públicos. Neste capítulo buscou-se examinar como as produções cinematográficas indianas são geradas, suas quantidades e parâmetros locais. Para compreender os aspectos culturais, regionais e monetários, vários autores foram consultados, dentre eles Ballerini (2017), Mehta (2020), Morin (1989), Gokulsing e Dissanayake (2004), Ray (2016), Cain (2016; 2017), Ormax (2020) e Martel (2012).

O quinto capítulo centra-se nas questões metodológicas do trabalho, aprofundando o seu modo de construção, pesquisa e análise. Por fim, o sexto capítulo consiste na apresentação global, ficha técnica e análises individuais e gerais dos dois filmes escolhidos para o trabalho. Nele está presente a junção das questões teóricas das relações públicas e das relações internacionais. A partir de questões como imagem, mensagem, reputação, construção de relacionamento e soft power as respostas para a questão central que norteia a pesquisa são apresentadas.

No sétimo e último capítulo são apresentadas as considerações finais. A partir de um apanhado geral das inferências denotadas ao longo do trabalho, em especial da análise, são discutidas as últimas questões relevantes ao estudo.

2 INTERAÇÕES CONCEITUAIS ENTRE RELAÇÕES PÚBLICAS E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A globalização alterou o modo como a sociedade mundial vive seu cotidiano, do mesmo modo como modificou diferentes campos do conhecimento e gerou novas áreas de estudo ao redor do planeta. Deste modo, o presente capítulo apresenta teorias e conceitos de duas áreas de estudo, das relações públicas e das relações internacionais, expondo conceitos básicos e inferindo em como estes são considerados quando colocados em contextos de internacionalização.

2.1 Aspectos teóricos das Relações Públicas

Ao longo dos últimos cem anos, as Relações Públicas (RP) se desenvolveram como uma subárea das Ciências da Comunicação sob a insígnia de um termo polissêmico, que compreende, ao mesmo tempo, diversos significados, sejam eles quanto ao processo, função, atividade, cargo ou a própria profissão.

Para Grunig (2009, p.28), “as relações públicas são a maneira pela qual organizações comunicam-se com seus públicos”. A atividade exercida pelo profissional das relações públicas (RRPP) surgiu a pouco mais de um século para suprir a necessidade que as organizações³ tinham de manter contato constante e premeditado com seus diferentes públicos por meio de um plano de comunicação previamente estabelecido. Por isso, o próprio Grunig (2009, p. 28) enxerga as relações públicas como um processo de "gerenciamento do comportamento da comunicação de uma organização com seus públicos".

Em outras palavras, as relações públicas assumem o papel de protagonista no processo que visa desenvolver um vínculo duradouro entre as organizações e seus públicos, de forma que haja um intercâmbio de influências entre as partes e que os objetivos da organização sejam propagados por seus públicos. Tendo em vista que as RRPP devem se comunicar com públicos ativos e até mesmo hostis, é função do profissional da área antecipar tendências de comportamento de forma que o relacionamento entre a organização e aqueles grupos de seu interesse

³ Não apenas as organizações - corporações, empresas, internacionais ou não-governamentais - podem se utilizar das relações públicas para comunicar-se com seus públicos. Instituições públicas ou privadas, além de governos, costumam empreender técnicas de relações públicas com o mesmo objetivo.

mantenham um contato positivo que não afete a imagem da organização a curto ou a longo prazo.

Por sua vez, Kunsch (2003) defende as relações públicas como viabilizadoras dos diálogos entre as organizações e seus públicos, sendo, por intermédio da comunicação, a mediação das funções essenciais de uma organização. Ademais, a autora também credita a esta área como um instrumento indispensável para o gerenciamento de crises e planejamento estratégico de forma que:

[...] com base nos fundamentos teóricos propostos por Ehling, White e Grunig (1992) para o gerenciamento de relações públicas nas organizações e, especificamente, na teoria de conflitos-resoluções, acreditamos que administrar disputas, desacordos, crises etc. constitui uma função essencial de relações públicas. (KUNSCH, 2003, p.111).

Em uma quarta alternativa conceitual, Simões (1995) propõe estudar as relações públicas a partir do viés da política e das teorias de poder, ao entender que a essência das RRPP está na relação de poder entre a organização e seus diferentes públicos. Segundo a doutrina de Bobbio (*apud* SIMÕES, 1995), o poder é um tipo de relação entre sujeitos que está atrelada à posse dos meios que permitem alcançar justamente uma vantagem qualquer ou os efeitos desejados.

De acordo com Lewicki et al (2014), existem diferentes tipologias de poder. Em primeiro lugar, tem-se as fontes informacionais de poder, a qual considera a informação como central em trocas, à medida que é via troca de informações que decisões são tomadas, e aquele que possui mais informação sobre a situação conseqüentemente possui mais poder para chegar ao seu resultado desejado. Concomitantemente tem-se o poder baseado na posição de uma organização, no qual a legitimidade e o controle de recursos são centrais, por estarem adequados a estrutura social que legitima esse processo de concessão de poder e também pela obediência àquele que comanda recursos específicos valorizados aos participantes das tomadas de decisão, como dinheiro, suprimentos e tempo.

Uma terceira fonte de poder é vista na origem dos próprios relacionamentos, seja na interdependência de metas, no poder derivado de respeito ou admiração a entidades exteriores à organização ou ao ser, e "a estrutura hierárquica que flui dentro das organizações conectando indivíduos que precisem interagir" (LEWICKI et al, 2014, p. 179). Para além das fontes de poder previamente apresentadas, estes locais de origem também podem ser contextuais às circunstâncias às quais as relações sociais de poder estão contidas. Assim, a cultura como um sistema de

significados influencia e rege o comportamento dos indivíduos nela presentes, fazendo-os obedecer ao sistema de poder imposto.

Sendo o poder, então, a capacidade de fazer com que se obtenha o resultado de um modo preferido baseado em fontes originais estabelecidas nas relações, Simões (1995) relaciona o poder ao contexto das relações públicas concluindo que esta é, na verdade, a gestão política de uma organização, afinal:

Toda organização, seja ela qual for, além dos seus objetivos específicos (econômicos, culturais, religiosos, políticos) é um subsistema social no interior da sociedade global. Enquanto subsistema social possui, em seu interior, relações sociais estáveis (interação entre indivíduos e grupos) e também um tipo particular de relação social que se denomina relação política. As relações políticas, portanto, não são de outra natureza que a das relações sociais. Nessa perspectiva, as relações políticas não designam um novo tipo de relação, mas aspectos específicos das relações sociais. Existem relações políticas e sistemas políticos na medida que existir: 1) luta pelo poder; 2) tomada de decisão e 3) processo de escolha. (TRINDADE, 1974, *apud* SIMÕES, 1995, p. 37).

Com isso, a política das relações públicas é comunicada por meios como as normas, filosofias e ações de uma organização, a fim de legitimar o poder de decisão e de ação de organizações frente a seus públicos, e "sempre visando uma melhora de comportamento" (SIMÕES, 1995, p. 110). Ao se compreender que o poder não é algo material, estático ou objetivo, mas uma relação entre pessoas, ou entre organizações e parcelas da sociedade, ele é interpretado como um exercício referente à tomada de decisões compartilhadas entre duas ou mais partes.

Não se bastando da máxima aristotélica do homem ser um animal político, Simões (1995) reclassifica a colocação das relações entre indivíduos e entre grupos e empresas especificamente dentro da micropolítica. O autor denota essa diferença, pois a definição de micropolítica colocada por Willover (1991, *apud* SIMÕES 1995) a explicita como referente a fenômenos como poder, influência e controle entre pessoas e grupos em contextos sociais, frequentemente dentro do contexto de organizações. Desta forma, a micropolítica trata das relações de poder entre as organizações e seus públicos, o que torna a atividade de Relações Públicas a gestão da função política da organização, por lidar com os relacionamentos ativos entre sociedade e instituição.

2.1.1 Do imaginário à reputação

Como visto, as relações públicas é um processo utilizado pelas organizações para conquistarem o apoio dos públicos em relação aos seus projetos. Entretanto, seu nível funcional depende do quão legítima é sua imagem perante a sociedade, e para isso diversas estratégias são aplicadas. Na base do poder relativo à legitimidade e persuasão, são construídos mitos organizacionais que dão significado à existência da organização como chaves para se entender as atitudes da cultura organizacional. Já a persuasão, de acordo com Simões (1995), surge a partir do discurso empreendido pela organização de forma implícita, que em que se sacraliza a entidade com o intuito de angariar a simpatia dos seus públicos.

Para que a palavra da organização seja recebida positivamente por seus públicos, esta deve contar com um bom nível de legitimidade, de forma que aspectos como a imagem e reputação sejam indispensáveis aos bons relacionamentos. Para que a recepção de tais características ocorra da forma esperada, a manipulação da imagem e do imaginário são ações indispensáveis, pois a base necessária para a boa reputação começa ainda nos níveis abaixo do limiar da consciência.

Segundo Lasbeck (2007), a imagem possui caráter efêmero e dinâmico, se formando na mente do receptor com estímulos mais densamente povoados por sensações e qualidades. Por ser algo construído por seres humanos, a cultura da sociedade na qual a imagem é construída, é gerada a partir de um imaginário comum, o que faz da imagem um resultado e não apenas uma base.

Por sua vez, o imaginário é caracterizado por Maffesoli (2001, p.74) como “uma ficção, algo sem consistência ou realidade, algo diferente da realidade econômica, política ou social, que seria, digamos, palpável, tangível”, ele é construído coletivamente por uma sociedade ou parte dela e estabelece vínculo, ou seja, faz o indivíduo se sentir pertencente de algo. O imaginário é como um estado de espírito, ele é uma força social perceptível mas ambígua que determina e cria imagens, operando contra ou a favor de situações e construções dos mais diversos tipos.

Assim, tanto a imagem quanto o imaginário agem em meios subconscientes no indivíduo e no coletivo, transitando entre diversas relações, o que acaba fortalecendo a identidade de uma organização, ou seja, o modo que uma

organização deseja ser percebida e aquilo que ela é de fato (ANDRADE, 2011). A identidade, de acordo com Iasbeck (2007, p.91) é “[...] o resultado da relação produtiva entre discurso e imagem, ou seja, o que surge de afinidade entre as intenções do discurso e as impressões do receptor.”

A identidade surge das trocas entre o emissor do discurso e o receptor do mesmo. Assim, sua administração se torna a coordenação da produção, reprodução e reformulação de discurso baseado em pesquisas constantes relacionadas à imagem e reputação, mas, enquanto a imagem é efêmera e transeunte, a reputação se baseia em juízos lógicos concretizados a partir de argumentos, opiniões e até mesmo valores que são tidos como de origem lógica (IASBECK 2007).

Com sua etimologia proveniente das palavras latinas “re” (*repetidamente*) e “putare” (*calcular*), o conceito de reputação, como descrito por Riel (2013) se traduz de forma literal como o ato de calcular de modo constante os prós e contras sobre um indivíduo ou uma organização. Tal autor determina a reputação como um processo racional intrinsecamente ligado a componentes emocionais, desde que estes últimos sejam de alta significação ao indivíduo. Deste modo, a base da reputação de uma organização se condensa em sua avaliação de desempenho ao longo dos anos, considerando tanto seus comportamentos passados quanto expectativas para seu futuro.

Ela consiste, ainda, na percepção do grau de admiração, confiança e respeito, que membros de seus públicos têm pela organização, seja esta um indivíduo, empresa ou até mesmo um país. Contudo, vale ressaltar que a reputação está passível de sofrer mudanças, já que ela não é absoluta e define-se na soma de opiniões individuais mensuradas em determinado momento dentro de uma amostra representativa de um público-alvo. Por isso a importância das relações públicas no que se refere ao processo de construção de reputação, pois esta caracteriza-se por ser uma atividade proativa.

2.1.2 As Relações Públicas Internacionais

A globalização gerou profundas mudanças na sociedade, assim como influenciou diferentes campos do conhecimento no modo como se desenvolvem ao

redor do mundo. O sociólogo Tilly (1995) afirma que a globalização provocou um aumento da amplitude geográfica das relações locais, principalmente quanto este aumento se estende a interações internacionais e intercontinentais em quantidades significativas.

Desta forma, há um destaque para o papel dos sistemas de comunicação modernos que auxiliam na redução das distâncias, assim como do aumento da velocidade na troca de informações (TILLY, 1995; GIDDENS, 2007). Com a globalização sendo um fenômeno político, econômico, tecnológico e cultural ela afeta também o âmbito das relações públicas, afinal o presente paradigma mundial

leva a uma nova forma de se observar as organizações e suas relações, assim como amplia os horizontes de atuação das relações públicas. Pensar em gestão de comunicação [...], hoje requer um olhar diferenciado. Para atuar em meio ao processo de mundialização é preciso ter em mente seus aspectos sociais, econômicos, políticos, culturais e ambientais (SILVA, 2004, p. 3).

Ao se considerar as relações públicas como um processo que visa a criação de imagens positivas de uma organização ou instituição diante seus diferentes públicos com o intuito de harmonizar interesses, ela também passou a ser empregada no âmbito mundial por consequência das interconexões globais de rápida e ampla escala. Desta forma novas delimitações acerca do macroambiente internacional da relações públicas começaram a ser propostas. Para Brasil (1997, p. 21), as relações públicas internacionais são:

o conjunto de medidas, iniciativas, esforços, e formas práticas de ação e expressão que visam obter mais estreito e produtivo relacionamento entre os povos, no sentido de estimular e facilitar o entendimento, a coexistência e a cooperação entre eles; no sentido também de fomentar melhores e mais amplas atividades de intercâmbio comercial e industrial; e finalmente, com o objetivo de ampliar os níveis de cultura geral, através de mútuas facilidades de acesso aos respectivos patrimônios e instrumentos de cultura.

Sebastião (2015, p.78) complementa tal pensamento afirmando que as relações públicas internacionais devem ser entendidas como o “esforço planejado e estruturado de uma organização [ou país], para estabelecer relações mutuamente benéficas com públicos de outras nações”, de forma que estejam sempre aptas a se adaptar a diferentes contextos e culturas. As relações públicas em um contexto global precisam entender seus públicos estrangeiros para criar situações favoráveis

a seu pleito, e compreender que estratégias comunicacionais irão variar entre países.

Nesse sentido, as relações públicas internacionais se tornam um quociente estratégico do qual empresas multinacionais, organizações não governamentais e governos se utilizam para promover uma imagem positiva perante comunidades estrangeiras. De acordo com Dantas (2020), as relações públicas internacionais são imprescindíveis aos Estados e organizações por ser um importante instrumento para a construção de uma opinião pública internacional positiva que acarreta em ganhos econômicos, culturais, políticos e sociais.

Com a economia global cada vez mais interdependente entre os países que compõem o sistema internacional, cada vez mais as relações públicas internacionais são utilizadas como uma forma de instituições pensarem para além de suas fronteiras originais (SILVA, 2004) e assumem, desta forma, um papel cada vez maior de destaque, ao voltar-se às dimensões culturais propostas por Simões (1995).

Como a comunicação é um processo de criação de sentidos (FERRARI, 2008), quando elevada a um nível internacional, o entendimento entre as partes é um fator imprescindível para a construção de boas relações. Assim, o conhecimento das culturas nacionais é um ponto central para o estabelecimento de uma boa comunicação, bem como na transmissão de valores que ajudem a consolidar uma imagem positiva de uma organização, governo ou país numa comunidade além das suas fronteiras.

Desse modo, as relações públicas internacionais são utilizadas como uma ferramenta para as relações exteriores de empresas e países para viabilizar boas relações e um clima de confiança para com os diferentes públicos de uma organização (SILVA, 2004). No caso específico de países, vários conceitos ou instrumentos foram concebidos e empregados no âmbito das relações públicas internacionais com o intuito de expandir sua influência no sistema internacional. É o

caso da diplomacia pública⁴, marketing internacional⁵ ou *soft power* - este último o conceito norteador do presente trabalho.

2.2 O Conceito de *Soft Power*

O termo *soft power*, traduzido como poder suave ou poder brando, foi cunhado pelo cientista político Joseph Nye na década de 1990, que de forma objetiva conceitua este como a habilidade de uma nação em persuadir e atrair outras nações (NYE, 2004). Tal persuasão é feita a partir da atratividade cultural, ideais políticos e legitimidade de políticas, e, portanto, não depende de coerção nem suborno, sendo então uma forma de aproximação de relacionamentos entre Estados e sociedades.

Em sua obra, Jason W. Cronin (2004), amplia o conceito do termo, e a partir de exemplificações do *case* de *soft power* dos Estados Unidos, ilustra sua definição.

"[*Soft power*] é a capacidade de conseguir um resultado desejado porque os outros querem o que você quer. [Trata-se de] atingir objetivos por meio da atração e não da coerção. Por meio do poder suave, é possível convencer os outros a seguir regras ou concordar com elas, produzindo um comportamento desejado [...]. Ele se estabelece por meio das ideias e da cultura, sobretudo se o Estado ou a organização consegue fazer seu poder parecer legítimo aos olhos dos outros. [...] Se isso é bem-feito, o Estado ou a organização não precisará utilizar os custosos recursos tradicionais de [*hard power*] (econômico ou militar) [...]. A sutil, mas bem-sucedida propagação da cultura popular americana (produtos, tecnologia, comida, música, moda, filmes, etc.) aumentou consideravelmente o conhecimento global sobre o país e também a receptividade dos ideais e valores americanos. A influência do poder suave americano não foi intencional, mas um subproduto inadvertido de seu sucesso cultural e econômico. É importante notar que o poder suave precisa ser crível para ser eficiente" (CRONIN, 2004, p. 5-6, *apud* BALLERINI, 2017, p. 17-18)

Entretanto, para se entender o que é *soft power*, primeiro deve-se compreender o que é poder. Para o autor, poder é "[...] a habilidade para influenciar o comportamento dos outros a fim de se conseguir o resultado desejado". (NYE,

⁴ A diplomacia pública é definida por Murrow (1963, *apud* NYE, 2004) como as interações promovidas por governos voltadas a indivíduos não governamentais e organizações, que buscam entregar informações que promovam imagens positivas e relacionamentos a longo prazo com entidades e populações.

⁵ Ele é definido pela American Marketing Assossiation (2009, *apud* GUNDLACH; WILKIE, 2009) como os conjuntos de decisões e processos relativos ao criar, comunicar, entregar e oferecer produtos e serviços que agregam valor aos consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral dentro de um universo internacional. O marketing internacional administra e atua em mercados globais objetivando trocas, com o propósito de satisfazer as necessidades e desejos do homem.

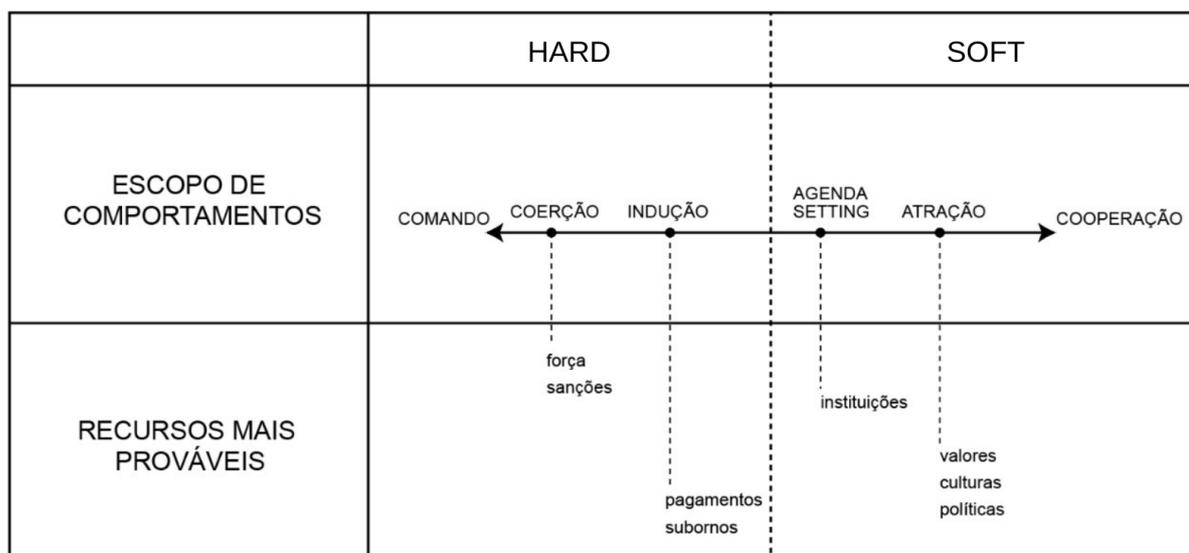
2004, p. 2, tradução nossa). Vale ressaltar que esse poder também depende de fatores interligados, como o contexto no qual o relacionamento entre agentes existe e a legitimidade do ponto ao qual se é convencido, assim evidenciando a importância das fontes de poder para o tema.

Enquanto o *hard power*⁶ é corriqueiro e mensurável na economia e na força de guerra de um país, o *soft power* é um meio indireto pelo qual países conquistam seus resultados desejados (NYE, 2004). A habilidade de transformar e mudar as preferências de populações externas, que caracteriza o poder brando, é associada a aspectos intangíveis como cultura, valores políticos e institucionais entendidos como legítimos, e até mesmo a atratividade do caráter imaginário de uma população. Assim, coloca Nye (2004), as fontes de poder do *soft power* não são facilmente mensuráveis como o capital e quantidade de armamentos e soldados - como no caso do poder bruto -, mas em fatores que produzem atração.

As duas tipologias de poder estão relacionadas pelo fato de ambas serem instrumentos estratégicos que os Estados empreendem para afetar o comportamento de outros países e populações externas. Nye (2004) apresenta a distinção entre os referidos modelos de poder a partir de dois aspectos: a natureza do comportamento e a tangibilidade dos recursos. A ação de comando é referente à habilidade de mudar o modo como outros agentes se comportam pela indução ou coerção. Concomitante a este primeiro há a ação de cooperação, também entendido como a capacidade de mudar ou influenciar os atos de terceiros, mas nesse caso impulsionados por atratividade cultural, valores ou mesmo a capacidade de modificações de *agenda setting*.

⁶ O *hard power* é um conceito usado pela vertente realista das Relações Internacionais que significa, entre outras palavras, a capacidade de um Estado em influenciar ou exercer domínio sobre o outro por meio do emprego de recursos militares e econômicos (CARR, 1981). Ele tem suas interações pautadas em coerção ou ainda em incentivos palpáveis, sendo assim um poder de comando que exerce dominação através de meios amplamente conhecidos: coerção, sanções e convencimento (NYE 2004).

Figura 1 – As divisões do poder segundo Nye.



Fonte: NYE, 2004, tradução nossa.

Como pode-se perceber, o *soft power* atua pautado pela cooperação, contrapondo-se à ação de comando que caracteriza o *hard power*. No entanto, pelas fontes de poder serem contextuais, eventualmente agentes podem ser atraídos por ideais de força e invencibilidade militar, de forma que os escopos de comando e cooperação podem influir um no outro.

Ao classificar, então, a atratividade como um atributo de cooperação e assim também do *soft power*, Nye (2004) destaca três fontes principais que atuam na criação deste último: cultura, valores políticos e suas políticas externas. Compreendida como um conjunto de práticas e valores que criam significados para uma sociedade, a cultura em suas diferentes formas de manifestação tem o potencial de atração à medida que populações externas se auto reconhecem na cultura por valores e interesses compartilhados. Essa universalidade dos valores torna mais fácil a compreensão do novo e do diferente, de forma que pessoas de sociedades distintas com princípios similares tenham empatia e tendências de aproximação e curiosidade umas com as outras.

O contato cultural é um dos principais meios pelo qual os países se utilizam para combater impressões negativas a seu respeito e criar laços com nações⁷ estrangeiras. Um dos instrumentos de *soft power* mais utilizados, por exemplo, são os intercâmbios acadêmicos em que estudantes ficam imersos na cultura de um país e após seu retorno à terra pátria, promovem imagens positivas do local visitado. Outro veículo cultural de grande influência são os filmes e séries audiovisuais de entretenimento popular, pois conseguem alcançar um grande número de pessoas, além de ser um poderoso instrumento de propaganda ao veicular imagens da cultura e cotidiano de um determinado país. Desta forma, os produtos culturais contêm mensagens subliminares que inconscientemente perpetuam os valores do país de produção, e é justamente esta transmissão que permite a absorção de costumes entre um país e outro.

Malgrado o bom posicionamento dos atributos culturais dentre os promotores de *soft power*, Galdioli (2008, apud CHRISTOFOLETTI, 2017) frisa que os produtos culturais são recursos que podem (ou não) se converter em *soft power*. Segundo a autora, isso dependerá do contexto em que estão inseridos e para serem atrativos, esses produtos culturais precisam ter a capacidade de traduzir valores universais, isto é, serem compartilhados pela comunidade global.

Tal resguardo se dá pelo motivo da própria natureza do *soft power* na atração, aquilo que é amado e gera atração em uma nação, pode causar repulsa em outra. Em nossos dias, por exemplo, os principais atores do *soft power* na política internacional são as potências vencedoras da Segunda Guerra Mundial - Inglaterra, França, Rússia e Estados Unidos. Estes países são dotados de conexões históricas ao redor mundo e redes de influência de longa data, o que ajuda na exportação e boa absorção de seus produtos culturais (CHRISTOFOLETTI, 2017).

Vale ressaltar que, para ser empregado de forma satisfatória, o *soft power* depende do contexto existente para colaborações internacionais, de forma que quanto mais similares forem os valores entre países, mais fácil será a cooperação, desde que os valores sejam vistos como legítimos por ambos os lados.

⁷O cientista político Benedict Anderson (1983, p.6, tradução nossa) define nação como “uma comunidade política imaginária - e pensada tanto como inerentemente limitada e soberana.” Sua legitimidade se dá pela existência de características comuns entre seus membros, assim como pelo reconhecimento seus membros destes denominadores comuns levando-os a se perceberem como membros de uma mesma comunidade com deveres e direitos dentro da mesma. Para o autor, a existência de tais laços de fraternidade permitem que tantos estivessem dispostos a levar sua aliança à nação até os últimos patamares – a estarem dispostos a matar por ela.

A partir do entendimento de que o aspecto cultural assume um papel de alta relevância para o soft power, fica estabelecido que as fontes de poder suave muitas vezes não estão nas mãos dos governos, mas sim do próprio público e de empresas privadas. Logo, os efeitos positivos do *soft power* dependem da aceitação e recepção de sociedades estrangeiras, e, da produção de conteúdo por corporações do entretenimento, as fontes de poder citadas previamente acabam por indiretamente delinear a concepção de novas leis a fim de apaziguar relações exteriores e mesmo aquelas internas ao Estado.

Ainda que os produtos culturais exportados como livros, filmes e músicas sejam altamente relevantes para geração de atratividade de um país, os governos não se tornam submissos ao capital e interesses privados. De forma que governos utilizam de ferramentas como a diplomacia pública a fim de auxiliar na criação de seu próprio poder suave complementando em sua imagem internacional, assim como propagando sua cultura e valores em escala global. Para compreender o caso do *soft power* atrelado às iniciativas da República da Índia, sua história e contexto de sua principal indústria cultural serão apresentados nos capítulos seguintes.

3 A POSIÇÃO DA ÍNDIA NO SISTEMA INTERNACIONAL.

O subcontinente indiano é uma das regiões que desperta mais curiosidade no mundo globalizado por conta da sua riqueza cultural e pela espiritualidade de seus habitantes - característica essa que acabou sendo exportada para o Ocidente por meio da exposição de alguns pensadores como Osho, Sathya Sai Baba, Jiddu Krishnamurti, Mahatma Gandhi ou Shri Mataji Nirmala Devi.

Entretanto, a Índia como país, isto é, como uma unidade político-administrativa, é uma nação em desenvolvimento, detentora de armamento nuclear, caracteriza-se por uma história política conturbada e bastante peculiar.

Neste capítulo, com o intuito de compreender o papel do país hindu no sistema internacional, serão apresentados alguns aspectos da história recente da Índia - a partir da segunda metade do século XIX - e sua delicada posição geopolítica.

3.1 Fatos da história contemporânea da Índia: de colônia rebelde à independência.

A partir da segunda metade do século XIX, a relação dos indianos com os colonizadores ingleses se tornou altamente conflituosa. Entre 1857 e 1858, por exemplo, eclodiu a Rebelião Indiana - também conhecida como Revolta Indiana, Revolta dos Cipayos, Revolta dos Sipais ou Revolta dos Sipaios -, um período prolongado de levantes armados e rebeliões contra a ocupação britânica nas partes setentrional e central do subcontinente indiano.

Por conta da revolução de 1857, o parlamento britânico promulgou a Lei do Governo da Índia, que transferiu a autoridade de governo da Companhia das Índias Orientais⁸ para a Coroa inglesa. Com a nova legislação, o governo indiano passa a ser governado por um vice-rei, que converte as castas superiores da sociedade indiana em membros do conselho executivo do novo chefe de governo, além de prometer a eles liberdade de culto.

⁸ Fundada em 31 de dezembro de 1600, constituída pela rainha Elizabeth, a companhia inglesa era uma entre várias empreitadas comerciais europeias que procuravam sugar as riquezas do Oriente. [...] Tendo recebido o monopólio do comércio asiático da Grã-Bretanha e o direito de armar suas embarcações, a Companhia procurou entrar no comércio imensamente lucrativo das especiarias com as ilhas das Índias Orientais. (METCALF, E; METCALF, T., 2006, p. 70).

No entanto, apesar da Lei de Governo de 1858 prometer diversos direitos e seguranças, o racismo britânico se tornou ainda mais evidente na sociedade nas décadas seguintes à revolução de 1857. Em meio ao processo de urbanização da Índia no final do século XIX, por exemplo, os ingleses buscavam construir seus casarões longe das comunidades nativas e próximas às bases militares em busca de maior segurança. Esposas e crianças eram enviadas para casas nas montanhas com o intuito de se distanciar da insegurança das metrópoles (METCALF, E; METCALF, T., 2006). Esse anseio por segurança, inclusive, fez com que o governo colonial enriquecesse o sistema de castas, com fotos e descrições para que cada súdito pudesse ser categorizado em uma hierarquia social pré-definida pelas autoridades.

A segunda metade do século XIX e a virada para o século XX marcaram o apogeu de poder e território do sistema imperial britânico. O período foi marcado pelo florescimento da cultura na arte, filosofia, comunicação e política ao longo território indiano, assim como as primeiras produções cinematográficas locais (MEHTA, 2020). Contudo, o período também se viu tomado por motins, atos de terrorismo, carestia e endemias (METCALF, E; METCALF, T., 2006). A instabilidade gerada pela revolução de 1857 levou o próximo governo a prover meios de segurança a partir do estabelecimento concreto de fronteiras e a garantia econômica dos investimentos britânicos na agricultura e no extrativismo.

No meio rural, a agricultura comercial contou com um aumento significativo de mão de obra, mais de 70% da população sobrevivia de renda proveniente do campo. Enquanto o índigo, juta e os chás se viram em alta demanda, gerando lucros de margem significativa para seus investidores, os camponeses recebiam salários ínfimos, o que levou o Raj Indiano a um período de fome e que contribuiu para a ideia britânica de que o indiano comum precisava da administração do império.

Vale ressaltar, entretanto, que enquanto o interior do país experienciou os problemas do subdesenvolvimento, as capitais indianas experimentam uma grande expansão intelectual, com a fundação de diversas universidades, possibilitando que mais indianos conquistassem a educação superior formal, que antes era possível apenas para aqueles que pudessem ir para o exterior.

Com o aumento do número de intelectuais, a falta de representatividade indiana nos órgãos públicos ficou cada vez mais evidente, de forma que movimentos locais começaram a se formar. Em 1868, em Madras (Chennai), criou-se a Triplicane

Literary Society, um movimento político da elite culta hindu por maior participação da população nos conselhos administrativos e mais oportunidades de emprego. Nos anos seguintes, sociedades similares começaram a se espalhar pelo país, "em especial nas cidades presidenciais como Bombaim (Mumbai), Calcutá (Kolkata), Lahore, Poona (Pune), Allahabad e no Decão" (METCALF, E; METCALF, T., 2006. p. 149).

Essas iniciativas culminaram em 1885 na criação do Congresso Nacional Indiano, por ora uma instituição de fachada na qual a elite hindu poderia expressar suas ambições políticas. Por outro lado, a elite muçulmana não participava do Congresso por não acreditar que um único órgão poderia representar as duas "comunidades" que formavam a Índia.

O vice-rei em exercício no período, Lorde Curzon, que se mostrava complacente com a ideia de separação religiosa, modificou as fronteiras administrativas das províncias indianas a partir da região de Bengala. Essa decisão acabou por gerar descontentamento entre os bengalis - que viram nela uma manobra que objetivava reduzir seu poder regional (METCALF, E; METCALF, T., 2006).

A divisão do estado se tornou ainda mais complexa, dado que Bengala acabou dividida de modo que a leste houvesse uma maioria populacional muçulmana enquanto a liderança política era hindu, levando as classes populares a criar um boicote de produtos britânicos em resposta à separação. Sensibilizados com a situação ao leste, nacionalistas de toda Índia adotaram a causa bengali que evidenciava o desprezo pela opinião pública por parte dos britânicos, e assim agitações públicas, comícios e ações anti-britânicas se espalharam pelo Raj Indiano.

Todavia, nos próximos cinco anos, a opinião dos líderes muçulmanos de Bengala se alterou, pois começaram a encarar a nova província instituída como um meio de garantia de participação política, mais empregos e autonomia em relação aos hindus. Assim, entre 1905 e 1912 Bengala Oriental foi uma província autônoma da velha Bengala hindu, conquistando direitos de votos ponderados para os muçulmanos, os mesmos que seriam perdidos após a 1ª Guerra Mundial com a reunificação dos territórios.

O final do domínio britânico no subcontinente se aproximava. Em 1917, a administração anunciou o "desenvolvimento gradual de instituições autogovernadas com vistas à realização progressiva do governo responsável na Índia como parte

integrante do Império Britânico" (METCALF, E; METCALF, T., 2006, p. 193). Ou seja, os ingleses começaram a preparar políticos indianos para assumirem um governo próprio, mesmo que este ainda pertencesse ao império via Commonwealth. Enquanto nos jardins de Nova Déli o alto escalão britânico e a elite indiana ditavam um ritmo próprio de passagem de poder, protestos tomaram conta do país pela incerteza do futuro e pelo mau pagamento de salários no pós-guerra.

Estas manifestações frequentemente acabavam em violência entre indianos e as polícias locais. Dentre os diversos protestos, o mais conhecido ocorreu em 1919 ao Oeste, no Punjab, e aquilo que havia começado como um manifesto pacífico acabou como o pior massacre da história do domínio britânico, na qual a guarnição de Amritsar abriu fogo contra mais de mil manifestantes, matando 370 destes e ferindo centenas.

Frente ao massacre e a incapacidade do governo britânico em controlar os atos de violência praticados por seus representantes, surge no cenário político a figura de Mohandas Karamchand Gandhi, um advogado hindu que se mostrava descontente com os governantes ingleses e indianos. Ele tomou para si a árdua tarefa de conceber e agilizar a troca de um governo europeu por um totalmente indiano.

Gandhi buscava uma transformação moral, e não simplesmente política, da sociedade humana, ele não podia aceitar a visão, comum em muitos movimentos nacionalistas, de que o fim - a liberdade - justifica quaisquer meios que fossem necessários para obtê-lo. (METCALF, E; METCALF, T., 2006, p. 198).

A visão gandhiana de governo era baseada no ideal de vida simples, baseada numa vila tradicional indiana. Gandhi prezava a laicidade, a dignidade para todos os povos e era crítico do materialismo e da competitividade - segundo ele, aspectos centrais da vida ocidental. Porém, ele nunca repudiou ou buscou abolir o sistema de castas difundido pelos ingleses, nem a estrutura familiar patriarcal (METCALF, E; METCALF, T., 2006).

Ao buscar a união entre as comunidades hindu e muçulmana, o *Mahatma* - honorífico para grande alma, no sentido de alguém que possui grande conhecimento e é capaz de proteger e instruir a humanidade - nunca alegou falar em nome de uma religião, no entanto seu cerne na cultura hindu e a pregação do hindi como língua

nacional afastou os não-brâmanes do movimento, estes com medo que o poder dos britânicos apenas fosse transferido para os hindus.

Assim, durante a década de 1920, Gandhi instaurou o movimento de não cooperação. Essa corrente e estilo de protesto baseava-se na superioridade moral, apelando para a consciência dos ingleses fazendo-os sentir que estavam violando seus próprios princípios ao se utilizar da força (METCALF, E; METCALF, T., 2006). Os britânicos não sabiam como reagir às instigações de Gandhi e acabaram por efetuar uma série de prisões preventivas na tentativa de estabelecer sua autoridade sobre o político. O pacto de pacificidade instituído por Gandhi só iria ser suspenso em 1922, após a matança em Chauri Chaura⁹. Por conta disso, Gandhi foi preso pelo exército britânico.

O segundo ciclo da não cooperação durou quatro anos, entre 1930 e 1934, e surgiu como uma resposta à decisão do governo britânico em criar comissões exclusivamente britânicas para exercer o controle do processo de independência do país. Os indianos - ofendidos com sua exclusão representativa - voltaram-se aos métodos empreendidos por Gandhi na década anterior, como o boicote aos produtos britânicos e ênfase no consumo de produtos e manufaturas nacionais.

Uma das decisões mais marcantes do segundo movimento foi a marcha do sal, que popularizou a revolta pacífica indiana. A manifestação foi tão bem sucedida que o Império Inglês, ao sentir sua autoridade ser ameaçada pelos líderes e participantes do movimento gandhiano, acabou por aprisionar mais de 40 mil indianos por participarem de passeatas, inclusive o próprio *Gandhi*, que ficou preso por dois anos (METCALF, E; METCALF, T., 2006).

Em setembro de 1939, o vice-rei britânico declarou a entrada da Índia na Segunda Guerra Mundial, fato que seria visto como uma agressão pelos povos indianos. Em outras palavras, a entrada do subcontinente na guerra foi vista como uma reafirmação do autoritarismo e do imperialismo inglês, e essa ação foi uma das causas finais para o desencadeamento da independência indiana.

Durante o período de instabilidade que caracterizou as últimas décadas do domínio britânico, o governo viu como solução a criação de códigos de Direito separados para hindus e muçulmanos. Essa divisão iniciou uma série de conflitos

⁹ O incidente de Chauri Chaura ocorreu em 4 de fevereiro de 1922 - segundo dados oficiais do governo indiano - em Chauri Chaura, no distrito de Gorakhpur, nas Províncias Unidas, na Índia britânica. A polícia de lá disparou contra um grande grupo de manifestantes que participavam do movimento de não cooperação.

entre os grupos religiosos que resultaram em mortes nos dois lados, e ela acabou por se tornar central nas relações pessoais e políticas na duração da Segunda Guerra Mundial. Os líderes políticos indianos, ao perceberem o agravamento da polarização do povo, a falta de verba e controle do Estado britânico, começaram a projetar caminhos para a independência.

Por um lado, o partido político Congresso Indiano, buscava a independência de acordo com os parâmetros gandhianos de um país unido, enquanto do lado do partido Liga Muçulmana, defendia-se a ideia de um Paquistão separado, firmado em uma lealdade religiosa permanente e permitiria uma representatividade política para os ideais muçulmanos (METCALF, E; METCALF, T., 2006).

No ano de 1946, apenas um ano após o fim da Segunda Guerra Mundial, as autoridades indianas decidiram pela separação¹⁰ da Índia Imperial em dois países: a República Islâmica do Paquistão e a República da Índia. Ainda que os indianos temessem uma “balcanização” de seu extenso território em pequenos Estados, a decisão foi motivada pela tensão entre grupos religiosos - que foram responsáveis por vários massacres, como foi o caso do Grande Massacre de Calcutá, a Matança de Bihar e a Matança de Noakhali.

Com a separação da colônia em dois Estados independentes começaram, então, os conflitos extraterritoriais, a começar pela migração de comunidades entre os países. A movimentação entre as comunidades deparou-se com infortúnios não esperados, como os grupos rebeldes extremistas que provocaram centenas de milhares de refugiados de ambos os lados da fronteira, o que gerou profundos ressentimentos entre os dois povos.

Com vários episódios de limpeza étnica no território, a divisão de recursos econômicos acabou ficando em segundo plano, pois a definição das fronteiras - em especial a Caxemira que aderiu ao Estado indiano, mas possuía maioria islâmica, passou a pautar as discussões entre os dois países e são questões a resolver até nossos dias.

Concretizada a independência indiana, foi convocada uma Assembleia Constituinte para definir os “conjuntos de princípios e instituições que governam a vida política do país” (METCALF, E; METCALF, T., 2006, p. 255) a fim de criar uma Índia livre e moderna. Estruturou-se então uma república parlamentar no país, com

¹⁰ Apesar da independência e posterior separação em dois Estados, tanto a Índia como o Paquistão permaneceram no Commonwealth britânico.

legislações que viabilizaram o sufrágio universal, a liberdade de imprensa e diretrizes para a assimilação de castas baixas ou "intocáveis" na sociedade e na política por via de cotas. Outra política tomada pelo governo para manter a pluralidade e o senso de comunidade do país, foi o estabelecimento de 14 estados federativos, baseados na separação regional das 14 línguas de maior disseminação no país.

Os primeiros quarenta anos de governo na Índia foram dominados pela dinastia Nehru-Gandhi (o sobrenome Gandhi não estando atrelado a família do Mahatma), a qual pautou seu governo nos pensamentos gandhianos e na aproximação com o socialismo que se fortalecia na Ásia. O Estado nesse momento preocupou-se com uma reforma agrária que obteve pouco êxito e na nacionalização da indústria pesada para garantir a autossuficiência do país (METCALF, E; METCALF, T., 2006), além da tentativa de construção de uma nação a partir do cinema¹¹ (MEHTA, 2020).

Entretanto, ainda que o governo focasse suas ações baseadas nas pautas de cunho social, a sociedade permanecia em condições de desnutrição e pobreza, o que acabou influenciando na insurgência de diversos conflitos internos por todo o território do país. Vale ressaltar que, além desses conflitos internos, ocorreram no final dos anos de 1950 e na década de 1960 vários conflitos motivados pela turbulenta demarcação de fronteira com Paquistão e China.

3.2 A geopolítica e a política externa indiana

A geopolítica, atualmente, é definida como o estudo das influências de fatores como a geografia, economia e demografia na política, em especial na política externa de um Estado. Assim, como afirma Menon (2021), o entendimento da geopolítica vai além da geografia, pois engloba a compreensão das consequências históricas e políticas de segurança nacional e aspectos econômicos e sociais dos povos envolvidos.

A localização do subcontinente indiano é um dos fatores fundamentais para entender sua relação com os mais diversos países, sejam eles asiáticos ou não. A Índia é um país central na Ásia, com fáceis acessos tanto para o Oeste em direção a

¹¹ O cinema foi utilizado, também, para disseminar uma língua franca baseada no Hindi e Urdu dentro do antigo Raj.

Europa quanto a Leste para o extremo oriente, além de possuir um imenso litoral banhado pelo estratégico Oceano Índico.

Com isso ao longo de toda sua história, o território indiano se consagrou como uma espécie de encruzilhada do mundo, sendo rota permanente de diversas rotas comerciais e tendo sua história permeada por múltiplos Estados e comunidades - como os indianos, os persas ou os afegãos (MENON, 2021). Os diferentes povos que habitaram a Índia ao longo dos séculos foram atraídos para essa terra por conta do rico solo e de recursos naturais abundantes, possibilitando - historicamente - um excedente alimentar para o comércio e uma vida próspera a seus habitantes.

Ao longo da história, o subcontinente indiano ficou conhecido pela sua agricultura de monções, períodos de chuvas fortes em decorrência da sua posição geográfica, fato esse que gera colheitas abundantes e estáveis. Durante seus períodos áureos, as monções ocasionaram, além da produção de sementes, o crescimento farto de especiarias e de insumos utilizados na fabricação do artesanato indiano, em especial os tecidos que por muito tempo foram seu principal produto de exportação (METCALF, E; METCALF, T., 2006).

O comércio no subcontinente também contribuiu para o processo de hibridismo cultural, com a fusão e dispersão de diversas culturas, conhecimentos e ideologias que ali se constituíram. A rota da seda¹², por exemplo, teve uma duração de mais de 18 séculos, e ainda que a principal rota não transpassasse o território indiano, diversas sub-rotas atravessavam os planaltos, cordilheiras, pântanos, planícies e desertos daquela região. Foi em decorrência das rotas alternativas de comércio Leste-Oeste que o budismo e hinduísmo foram exportados para outras regiões, em especial o Sudeste e Centro asiático. Por sinal, a expansão das religiões indianas, por um longo período, gerou aproximação do país com Estados próximos e também o desenvolvimento da região como um todo.

O domínio inglês caracterizou um período da história indiana no qual o país se fechou para o comércio e trocas com seus parceiros comerciais de longa data, focando-se então nos interesses econômicos britânicos (MENON, 2021). Assim, o convívio indiano com a diversidade de culturas e pensamento foi reduzido de modo que a Índia se tornou arena fértil para a polarização de ideologias e conhecimentos, ainda mais quando tal situação ocorre simultaneamente às políticas de

¹² A rota da seda foi uma série de rotas interligadas através da Ásia meridional e central, usadas no comércio da seda e outras mercadorias entre o Oriente e a Europa e Médio Oriente.

diferenciamento e distinção étnica. A profunda cisão entre as sociedades islâmicas e hindus gerada pela gestão do Império Britânico, fez com que o antigo Raj Indiano, ao conquistar sua independência, logo se dividisse em dois países, o Paquistão e a Índia, com uma fratura majoritariamente religiosa.

Na nova república indiana, o governador provisório e mais tarde primeiro-ministro eleito, Jawaharlal Nehru, seria um dos principais responsáveis pela definição da política externa do país. Nehru foi o seguidor de Gandhi mais conhecido ao longo da história, introduzindo a filosofia de seu mentor na política sempre que possível, ao mesmo tempo que empreendia suas próprias ideias relacionadas ao realismo, nacionalismo, *pan-asiatismo* e anti-imperialismo. Seu período em exercício foi marcado pela expansão das relações com outros países ao desenvolver acordos sempre pautados pelas necessidades indianas frente a conflitos e interesses das potências internacionais (MENON, 2021).

A primeira dificuldade encontrada pela Índia dentro do sistema internacional tem a ver com a própria posição geopolítica da Ásia nos meados do século XX. A Índia - e conseqüentemente o Paquistão - foi um dos primeiros Estados asiáticos a conquistar sua independência no pós-guerra, tornando-a vizinha de países que eram reconhecidos como domínios extra marinhos de impérios europeus, ainda que diversos territórios coloniais estivessem em processo de independência e permeados por conflitos internos.

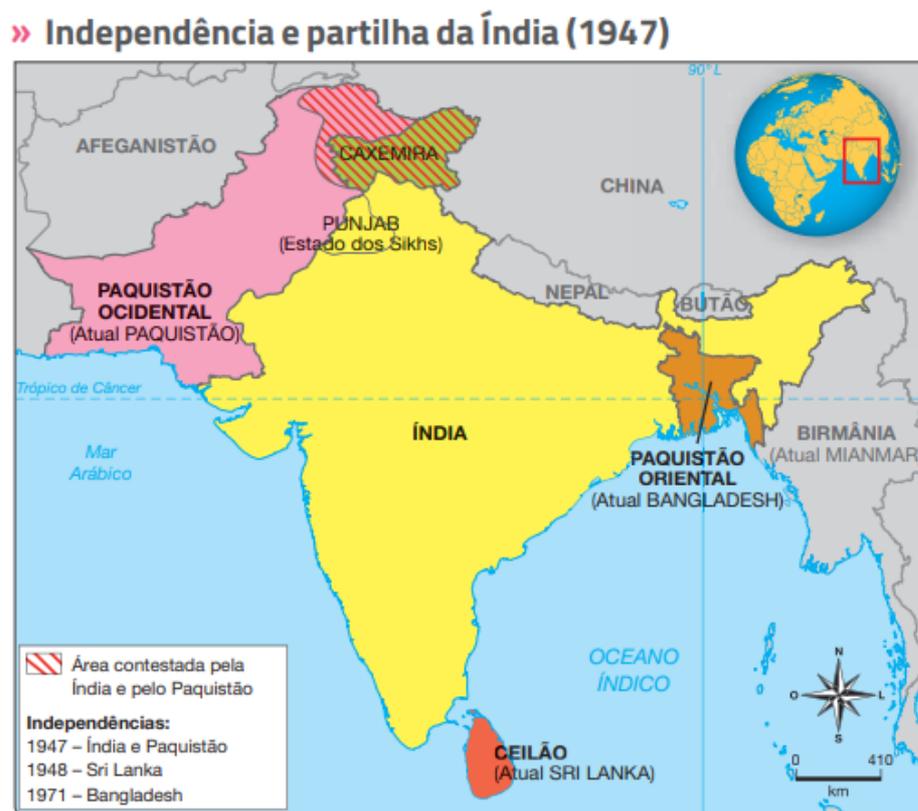
Com a declaração da independência, em 1947, a Índia herdou 81% da população do antigo Raj Indiano. No entanto, segundo Menon (2021), foi-lhe designada uma área respectiva a 72% do antigo império.

A demarcação de fronteiras levou ao primeiro conflito reconhecido pelo Estado indiano, a disputa territorial pela Caxemira, fato que, inclusive, nortearia grande parte das tensões políticas do subcontinente pelas próximas décadas. A Guerra da Caxemira, durante a virada da década de 1940 para 1950, foi responsável pela entrada da Índia na Guerra Fria e o início de relações conturbadas com União Soviética e Estados Unidos.

Em 1947 o Primeiro Ministro Nehru foi responsável pela mediação da Primeira Guerra da Indochina, apoiando de maneira enfática a descolonização de algumas regiões, ao mesmo tempo que adotava uma política externa de não alinhamento (MENON, 2021). Essa estratégia acabou prejudicando a posição da Índia dentro do

sistema internacional - marcada, na época, pela bipolaridade entre Estados Unidos da América e União das Repúblicas Socialistas Soviéticas¹³.

Figura 2 – Independência e partilha da Índia (1947)



Fonte: CARMO, 2021.

Assim, em meio às disputas territoriais pela Caxemira, foram os paquistaneses que receberam o apoio americano, e com isso também foram beneficiados quando a questão foi levada à Organização das Nações Unidas, que desde então passou a arbitrar o conflito que perdura até os nossos dias (MENON, 2021).

A segunda celeuma que marcou as relações da Índia com os seus vizinhos ocorreu na década de 1960, quando iniciou-se uma disputa territorial da região do Tibet com a República Popular da China. O conflito sino-indiano foi influenciado diretamente pela Guerra Fria, pois enquanto a União Soviética preferiu não intervir no conflito por possuir acordos de amizade com ambos os países, os Estados Unidos enviaram prontamente armas para o exército indiano.

¹³ A título de curiosidade, nessa época o alto escalão russo e indiano promoveram uma aproximação cautelosa entre os países a partir de festivais de cinema (MEHTA, 2020).

As relações sino-indianas ficaram ainda mais abaladas em 1964, quando a China conduziu seu primeiro teste atômico, acelerando pesquisas e discussões concernentes às políticas de segurança no subcontinente. A política de Nehru sempre foi realista quanto ao armamento nuclear, em certos pontos indo contra os princípios gandhianos, enfatizando que a Índia não entraria em acordos que impossibilitariam a pesquisa e desenvolvimento nuclear caso outras potências nucleares discordassem com o desarmamento.

Com a ameaça atômica chinesa, o Paquistão presumiu uma fragilidade no exército indiano na Caxemira, e novamente tentou invadir e dominar o território. No entanto, na segunda rodada do conflito pela Caxemira, os Estados Unidos decidiram não intervir, deixando a mediação para a União Soviética, assim novamente mudando os rumos da política indiana para uma aproximação com o comunismo (MENON, 2021).

Foi neste período, após a morte de Nehru, que a filha do mesmo, Indira Gandhi, assumiu a função de Primeiro Ministro. Indira buscou durante sua gestão “desenvolver uma ordem sub-regional indo-cêntrica onde interferências externas poderiam ser contidas e a liderança indiana afirmada” (MENON, 2021, p. 128, tradução nossa), e buscou aproximação com países vizinhos do sul asiático, com a URSS - naquele momento em conflito com a China - e até mesmo com o sudeste asiático, região que possuía uma diplomacia bastante ambígua. A primeira década do governo Gandhi mostrou como as relações exteriores eram volúveis durante a guerra em decorrência dos interesses internos de cada nação.

A virada da década de 1970, foi de extrema tensão, em um momento que o Paquistão se preparava para uma nova guerra. Apesar do conflito envolver o Paquistão Ocidental e o Paquistão Oriental - atual Bangladesh -, ele provocava uma grande preocupação à Índia, pois ambos eram divididos pelo território indiano.

A crise política interna paquistanesa ocorreu pela disputa política e ideológica entre o Leste e Oeste, na qual os bengalis buscavam representatividade e autodeterminação política. A insurgência Oriental, resultou no envolvimento indiano principalmente a partir do genocídio em Bangladesh de 1971, ou Operação Holofote, que ocasionou o assassinato de concorrentes políticos e um processo de limpeza étnica empreendido pelo exército paquistanês. Esse ato de guerra, que matou milhares de não conformistas e não islâmicos, gerou a primeira onda de refugiados do que seria a maior migração forçada reconhecida pela história (MENON, 2021).

A entrada da Índia na Guerra de Libertação de Bangladesh foi vista, no cenário internacional, como uma afronta aos Estados Unidos e à China, dois países que apoiavam o Paquistão Ocidental. Em uma guerra intensa que durou apenas doze dias, com perdas significativas para todos os lados, o Estado Soberano de Bangladesh foi estabelecido e a geopolítica mundial alterada. O encerramento do conflito resultou na reaproximação da Índia com a União Soviética e o distanciamento com os Estados Unidos e a China, além da retomada dos testes atômicos que deram fim à posição da Índia como promotora da paz no sistema internacional.

A década seguinte foi caracterizada pelos reflexos do que o poder armamentício indiano, demonstrado ao longo dos anos de 1960, representava para a comunidade internacional. Diversas sanções econômicas foram aplicadas ao país, em especial pelos Estados Unidos, retardando o avanço desenvolvimentista do país. Enquanto isso, um dos maiores parceiros indianos ao longo dos anos, a União Soviética, entrava em declínio, sendo uma de suas últimas ações a entrada no conflito do Afeganistão de 1979, o qual gerou reações inesperadas para Índia, como a tomada do Paquistão pelo Talibã e a aumento das tensões pela Caxemira.

O final do governo de Indira Gandhi, de 1980 a 1984, foi marcado pela animosidade entre Índia e Paquistão, principalmente pelas insurgências lideradas pelas milícias talibãs na Caxemira, Punjab e Jammu. Como resposta, o governo indiano organizou uma série de operações militares que acabaram motivando o assassinato de Indira Gandhi em outubro de 1984. Simultâneo aos conflitos na fronteira, a Índia preparava sua entrada na primeira organização política e econômica da Ásia meridional, a Associação Sul-Asiática para a Cooperação Regional (SAARC). O acordo entre Índia, Paquistão, Bangladesh, Sri Lanka, Nepal, Butão e Maldivas foi o meio que o governo indiano encontrou para tentar estabilizar as tensões e promover o desenvolvimento na região.

Rajiv Gandhi sucedeu à sua mãe no cargo de Primeiro Ministro da Índia em 1984, e destacou-se por adotar uma política externa que estabelecia relações com países que foram ignorados pelos governantes que o precederam (MENON, 2021). Ravij e seus Ministros de Estado preocuparam-se em estabelecer relações duradouras com o sul e sudeste asiático no momento em que a Ásia conquistava um certo protagonismo econômico. Foi no governo Rajiv que a fronteira com a China, enfim, foi definida, e a paz entre os países perdurou por quase vinte anos, com

diversos acordos de comércio sendo estabelecidos, fazendo com que a China se tornasse a maior parceira econômica da Índia.

As décadas de 1980 e 1990 se caracterizaram pela abertura do país, além dos esforços da Índia em se posicionar como mediadora de conflitos na Ásia meridional - com destaque para as insurgências no Sri Lanka.

Entretanto, apesar do auxílio ao governo cingalês ter trazido estabilidade política à região e ter proporcionado uma projeção internacional ao país, o combate aos grupos terroristas provocou o assassinato de Rajiv Gandhi em 1991.

O sucessor de Gandhi, P. V. Narasimha Rao herdou um país revoltado e com uma economia em crise. Rao - que havia exercido o cargo de Ministro de Relações Exteriores - se destacou como governante ao fortalecer as relações externas do país, além de ter conseguido retomar o crescimento econômico através de políticas liberais altamente favoráveis ao investimento externo. Responsável pela aproximação indiana com os Estados Unidos, o Primeiro Ministro Rao norteou a política indiana cada vez mais para o Ocidente, uma tendência que perdurou até pouco tempo.

Enquanto recuperava a economia indiana, por outro lado, Rao e seu sucessor Vajpayee viram-se responsáveis por liderar um país que sofria cada vez mais ameaças terroristas nas províncias a oeste, além da ameaça atômica paquistanesa. A estratégia política de confronto às ameaças e ataques foi empreendida em duas frentes: em termos locais, com o exército indiano; e globalmente com a ONU, em ações bem orquestradas que acabaram por cooptar o apoio de vários países em relação às disputas travadas com o Paquistão.

A virada do milênio e os anos seguintes foram de relativa paz no subcontinente, e os mandatos subsequentes de Vajpayee, Manmohan Singh e Narendra Modi continuaram o modelo de política externa pragmática estabelecido por Nehru. A Índia no século XXI perpassou diversos conflitos - retomada dos confrontos com Paquistão e China por territórios -, se reconstruiu após a crise mundial de 2008 e se filiou a movimentos de não alinhamento e alianças de países de mercado emergente - BRICS. Atualmente, sob o governo Modi, apesar de ainda ter litígios territoriais com o Paquistão e a China, a Índia tem dado ênfase às suas relações com os países da Ásia, com destaque para os esforços empreendidos em prol do desenvolvimento e da segurança do sul e sudeste asiático, além de investir

na melhoria de sua imagem com seus vizinhos e aliados de longa data por meio de vários instrumentos - entre eles o cinema.

4 BOLLYWOOD: A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA DA ÍNDIA

Com suas primeiras aparições em jornais e revistas nos anos de 1960, a expressão Bollywood¹⁴ surgiu, inicialmente, para nomear a produção cinematográfica comercial hindu realizada em Mumbai, antiga Bombaim (MEHTA, 2020). A amálgama nominal surgiu a partir da mescla do nome da grande cidade portuária na qual muitos dos primeiros grandes estúdios de cinema da Índia surgiram, somada à palavra Hollywood que denomina o bairro principal da indústria cinematográfica estadunidense. Deste modo, Bollywood representa a indústria em seu viés de setor de produção em conjunto com seu local de estabelecimento.

Por sua alta produtividade, como será apresentado ao longo do capítulo, Bollywood se tornou o cinema mainstream indiano (MARTEL, 2012), e com isso assumiu um papel de integração nacional. Deste modo a indústria de Mumbai torna-se central na promoção da imagem do país para a própria população, como também para o exterior, já que a referida indústria converteu-se no maior veículo de exportação de filmes e imagens do país.

Assim, neste capítulo as origens, os percursos e a importância de Bollywood são discutidas no intuito de entender a relevância do cinema como soft power da República da Índia, a começar por sua história centenária.

4.1 Dos primórdios do cinema indiano à Bollywood

A história do cinema indiano teve início durante a dominação britânica no subcontinente, ainda na última década do século XIX (BALLERINI, 2017; MEHTA, 2020). No entanto, o ano exato das iniciativas cinematográficas indianas variam entre os autores. O jornalista brasileiro Ballerini (2017), por exemplo, designa o momento inicial da referida indústria no ano de 1895, com a chegada de Maurice Sestier - empresário dos irmãos Lumière - à Índia. Já a professora e pesquisadora Mehta (2020) atribui o início do cinema ao ano de 1899 com os esforços de produção do primeiro filme produzido em terras indianas.

¹⁴ Bollywood é a indústria de cinema de língua hindi, a maior indústria de cinema indiana, em termos de lucros e popularidade a nível nacional e internacional. Entretanto, muitas vezes este nome é utilizado para designar todo cinema indiano, o que se trata de uma utilização incorreta.

Independente da data, ambos os autores afirmam que, devido aos altos custos das câmeras na época, o surgimento do cinema indiano se deu a partir das classes abastadas que tinham condições de comprar o equipamento necessário para dar início às produções cinematográficas. Além disso, havia o interesse de imortalizar cenas do cotidiano indiano.

Uma das primeiras filmagens a qual se tem notícia é justamente a gravação de uma luta pugilista tradicional (BALLERINI, 2017). No entanto, tais gravações ainda não se tornaram aclamadas pelo público, tanto pela cultura altamente baseada na fala, quanto pela impossibilidade de distribuição e competição com mercados cinematográficos desenvolvidos como os franceses, ingleses e estadunidenses.

Assim, devido a uma série de restrições como imposições da metrópole colonial em prol do cinema britânico e pela falta de acesso às tecnologias de sonografia, a indústria audiovisual só se tornaria viável após os anos de 1930 (MEHTA, 2020). Que deu-se em parte pela inclusão sonora nos filmes indianos, mas também por narrativas políticas que auxiliaram acidentalmente na penetração do cinema local.

Em 1927, o governo britânico, por intermédio do Comitê Cinematográfico Indiano, implementou o Quota Act que visava o cinema britânico dentro do mercado doméstico e como uma forma de impedir o rápido avanço de Hollywood. Este ato de proteção, aliado à Crise de 1929, enfraqueceu a força hollywoodiana dentro da Índia, abrindo espaço para as produções locais que entre 1927 e 1936 duplicaram sua margem de mercado (MEHTA, 2020) e se estabeleceram como um produto popular.

Na época, as produções cinematográficas surgiram em três dos principais portos coloniais: Mumbai, Calcutá e Madrás. Em sua primeira fase, o cinema indiano contava com uma forte inspiração nos épicos clássicos sânscritos (*Ramayana* e *Mahabharata*), hindus, tamis, assameses e manipuris. Tais poesias perduraram por séculos e são alguns dos poemas conservados mais antigos conhecidos, como também apresentam a cultura milenar difundida no subcontinente indiano.

Para a conquista do público local, uma das estratégias - empregadas no teatro de rua - foi a de se utilizar destes contos conhecidos e apreciados pela população (MEHTA, 2020). Com um enredo conhecido e que garantia o sucesso da história, outro fator que distingue o cinema propriamente indiano comparado com os de inserção internacional, foi influenciado pelo fato de os indianos preferirem ver indianos e sua cultura representada nos filmes (BALLERINI, 2017).

A partir disso, os primeiros grandes estúdios começaram a surgir para produzir os espetáculos de canto e dança com muitos atores, o que acabou criando uma identidade para o cinema indiano. Nessa primeira fase, os grandes produtores eram também donos dos principais estúdios de cinemas, e frequentemente dos complexos de cinema, ou multiplex. Esses grandes estúdios eram responsáveis por todos os processos da criação do produto até a venda direta para o consumidor, o que não só estimulou as grandes fortunas, como também a utilização de dinheiro clandestino nas produções. Vale lembrar que, inicialmente, grande parte destes estudos se concentravam na cidade de Calcutá.

No entanto, ao ver o crescimento do cinema, o governo de transição britânico não só criou um órgão de controle e censura dos filmes, como também estabeleceu diversas instituições de apoio à produção cinematográfica, as principais delas sendo a *Bombay Cinema and Theatre Trade Association* (1927); *The Motion Picture Society of India* (1932) e *The Indian Motion Picture Producers Association* (1939). Curiosamente, as três organizações foram instituídas em Mumbai, a então Bombaim, e juntas acabaram por concentrar a produção especializada nessa cidade (BALLERINI, 2017).

A Segunda Guerra Mundial e a Independência da Índia em 1947, no entanto, trouxeram grandes mudanças ao sistema de estúdios até então dominantes.

Além de produzirem os próprios filmes, os proprietários dos estúdios de cinema também estavam agora alugando seus estúdios para outros produtores para assim ganhar mais dinheiro. A demanda de filmes aumentou tanto que os estúdios trabalhavam 24 horas por dia, com oito a dez filmes sendo rodados simultaneamente. O sistema de estrelas veio para ficar, no qual os produtores poderiam esperar obter dinheiro dos financiadores, apenas se seus filmes tinham “nomes de marca”. O sistema funcionou muito a favor de estrelas populares. (SAHNI, 1979, *apud* MEHTA, 2020)

Com os estúdios cinematográficos não mais responsáveis por toda estruturação da indústria, a administração do cinema nacional se tornou ainda mais turbulenta. Os estúdios que sobreviveram à Guerra e à Independência se tornaram provedores de serviço para produtores de filmes independentes. Filmes que eram, também, financiados de maneira independente e que se baseavam em fontes não rastreáveis, criaram condições para que as máfias indianas se tornassem um dos principais fornecedores de capital da indústria (BALLERINI, 2017; MEHTA, 2020).

Assim se instaurou uma cultura de idolatria aos astros do cinema na indústria cinematográfica indiana. As produções começaram a depender do nome de atores de grande porte. Deste modo, Morin (1989) coloca como a relação construída entre o público e os astros se tornou algo além do respeito e carinho, de forma que as estrelas tenham se tornado celebridades. A idolatria no subcontinente tornou-se um fenômeno ainda mais presente e passível de ser observado, a ponto de construírem até mesmo templos de veneração para os grandes atores e atrizes no auge de sua carreira (BALLERINI, 2017), tanto em capitais - como no caso de Amitabh Bachchan em Calcutá - quanto no interior do país.

A entrada nos anos de 1950 também significou uma mudança no paradigma dos roteiros clássicos de Bollywood. As temáticas histórico-mitológicas não deixaram de existir, mas houve uma abertura de mercado para temas sociais - principalmente das classes trabalhadoras - e também temas negativos da sociedade, como as chamadas zonas cinzentas que antes eram omitidas (GOKULSING, DISSANAYAKE, 2004). Histórias baseadas em prostituição, poligamia, dotes conturbados, entre outras negligências sociais, foram retratadas perante o grande público. Essa nova era de astros e temáticas foi considerada a época de ouro de Bollywood, e pela primeira vez a indústria cinematográfica indiana conseguiu alcançar o cenário internacional.

O período a seguir ficou conhecido como o cinema clássico hindu, que perdurou dos anos de 1970 até o início dos anos de 1990. O novo momento foi um movimento contrário às décadas anteriores, buscando ser uma fonte de otimismo frente às dificuldades sociais e econômicas do subcontinente (GOKULSING, DISSANAYAKE, 2004). Conhecido como Cinema Masala, os filmes desse período comumente continham uma mistura entre ação, romance, comédia, melodrama e musical, sempre com tramas de superação e conquista. Foi a partir da utilização da trama masala que apresentavam uma mistura de juventude, valores familiares, inteligência emocional e boas melodias (RAY, 2016) que a indústria conseguiu reconquistar sua audiência.

Da década de 1990 até o momento, um novo modelo cinematográfico surgiu, influenciado, sobretudo, pela estagnação econômica, aumento na criminalidade, pioras na qualidade musical e aumento da pirataria. A nova bollywood foca-se então em produtos que tem como público a família inteira, da ação requerida pelos mais velhos, às cores e danças apreciadas pelos mais jovens.

Com isso, a ascensão ao estrelato chegou a um patamar nunca visto antes, de forma que nas últimas três décadas Bollywood se viu dominada pelos três Khans: Shah Rukh Khan, Aamir Khan e Salman Khan (CAIN, 2016). Os três atores são considerados - devido a sua popularidade e longevidade de carreira - os mais bem sucedidos da história, estando presentes em oito dentre os dez maiores sucessos de bilheteria da Índia e angariando grandes fortunas a partir de seus trabalhos como atores e produtores.

Nos últimos anos, Bollywood ganhou visibilidade internacional, crescendo e prosperando para além das comunidades indianas dentro e fora do subcontinente. Parte deste avanço deu-se em 1998, quando o governo indiano passou a enxergar a indústria cinematográfica como um produto, de fato, nacional. Então, abriu linhas de crédito, empréstimos bancários e seguros de produção (MARTEL, 2010).

4.2 Bollywood e o Cinema Indiano em Números

O cinema indiano há décadas lidera a indústria cinematográfica mundial em termos de produtividade e quantidade de ingressos vendidos, sendo ela uma indústria autossustentada pelo próprio público interno do país. Ainda que monetariamente a indústria do subcontinente não se equipare com a arrecadação hollywoodiana, a tradição cinematográfica do país impulsiona cada vez mais sua popularidade entre os locais e os estrangeiros.

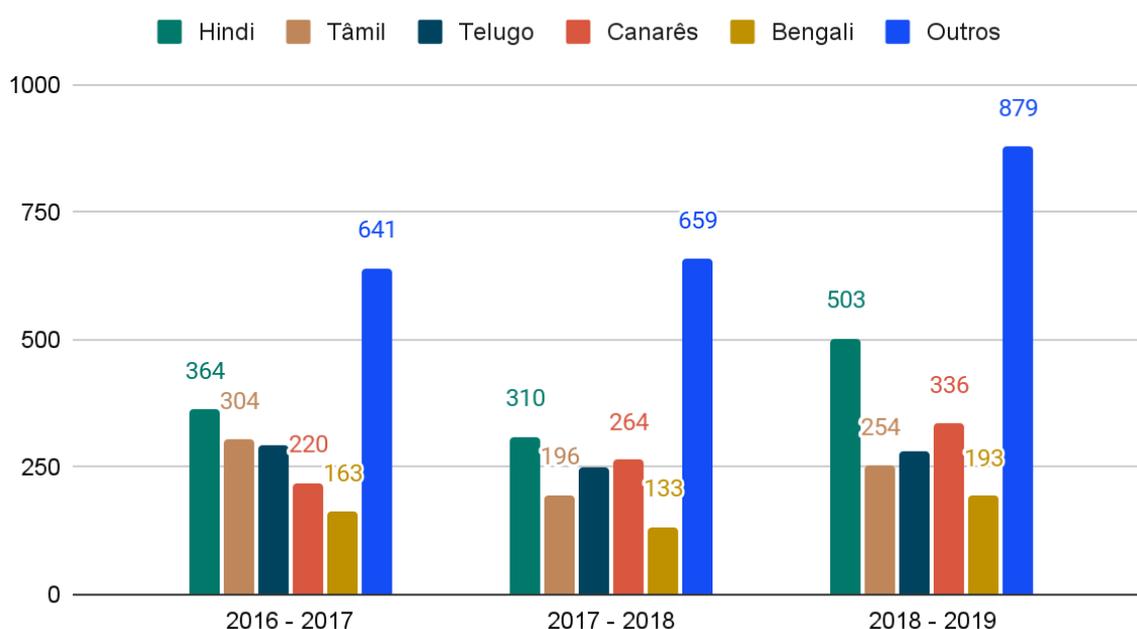
Anualmente, a indústria indiana lança mais de mil longas-metragens, tendo batido o recorde da produção nacional ao ultrapassar a marca de dois mil filmes ao ano no biênio 2018-2019 (The Film & Television Producers Guild of India, 2020). Para além da popularidade que o audiovisual possui dentro do país, o grande número de produtos se dá, também, em função da diversidade linguística presente na Índia.

Com 22 idiomas oficiais¹⁵ baseados na repartição federativa - mais o inglês como língua subsidiária de funções de governo - a indústria teve que se adaptar às especificidades de cada região. Segundo dados da CIA (2015), o hindi é a língua

¹⁵ A Constituição da Índia reconhece 22 línguas oficiais, faladas em diferentes partes do país. São elas: Assamês, Bengalês, Bodo, Dogri, Guzerate, Híndi, Canará, Caxemira, Concanim, Maitili, Malaiala, Manipuri, Marata, Nepalês, Oriá, Panjábí, Sânscrito, Santale, Sinde, Tâmil, Telugo e Urdu.

materna de 41% da população indiana, o que explica a popularidade dos filmes nessa língua, produzidos especialmente em Mumbai (GRÁFICO 1). Para atender os demais idiomas de porte, como, por exemplo, o Tâmil com 5,9%, o Telugo com 7,2% e o Bengali com 8,1% a indústria indiana se dividiu em polos de produção regionalizados.

Gráfico 1 - Número de filmes certificados (por idioma)



Fonte: The Film & Television Producers Guild of India (2018; 2019; 2020, tradução nossa)

Por se tratar de uma indústria nacional auto suficiente que tem como público alvo o consumidor do próprio país (MARTEL, 2012), para atingir seu público específico, cada polo de produção cinematográfica foca na língua regional em que se localiza o estado. Assim acontece com a indústria de Bollywood, localizada em Mumbai que produz filmes em hindi ou hinglish - mistura entre o hindi e o inglês. Nos últimos três levantamentos, o percentual de bollywood corresponde a aproximadamente 15% da produção de filmes indiana, como pode ser visualizado na Tabela 1.

Tabela 1 - Produção cinematográfica por período

BIÊNIO	BOLLYWOOD	PRODUÇÃO TOTAL DA INDÚSTRIA
2016-2017	306	1986
2017-2018	273	1813
2018-2019	432	2446

Fonte: The Film & Television Producers Guild of India (2018; 2019; 2020, tradução nossa)

Em um universo de produção tão extenso, a parcela de filmes bollywoodianos pode parecer pequena, mas quando comparada com outros países, ou mesmo continentes, a quantidade de conteúdo se torna ainda mais impressionante. Mesmo com a referida indústria prezando principalmente o público interno, anualmente a Índia produz centenas de filmes, que ao final da contagem anual consegue ultrapassar a quantidade de filmes produzidos por todos os países da Europa somados (BOSE, 2007) e cerca de três vezes a produção estadunidense.

O ano de 2019 foi o primeiro ano em que a arrecadação total do cinema indiano foi superior a 1,4 bilhão de dólares. Nesse ano, o cinema hindu representou 44% do recolhimento (ORMAX, 2020), e deste modo captando mais de 620 milhões de dólares para a indústria localizada majoritariamente em Mumbai. Considerando que a média do ingresso vendido, dentro da Índia, fica em torno dos dois dólares, essa arrecadação depende muito da quantidade de público atingido, concluindo-se que ao longo de 2019 mais de 300 mil pessoas consumiram produtos em hindi, e uma parcela levemente menor àqueles especificamente bollywoodianos.

Quanto aos mercados exteriores, estima-se que Bollywood tenha uma participação internacional de aproximadamente 2,5% (MARTEL, 2012). Com seus principais - e mais tradicionais - mercados sendo Bangladesh, Paquistão, Nepal, Sri Lanka, Afeganistão e o Sudeste Asiático (principalmente Indonésia, Malásia e Singapura) o cinema indiano tem muito a conquistar, principalmente no mercado Chinês, que cada vez mais tem consumido seus filmes.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Por conta das necessidades advindas do objeto da pesquisa, o presente estudo realizou-se a partir de uma pesquisa de caráter exploratório. Neste capítulo é apresentado o percurso metodológico que foi utilizado para elaboração do trabalho ao descrever a tipologia da pesquisa empreendida, bem como algumas informações sobre a unidade de estudo e a técnica de coleta de dados e análise.

5.1 Tipo de Pesquisa

Para a elaboração deste estudo, realizou-se uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo com o intuito de “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 35). Dessa forma, a pesquisa exploratória tende a apresentar um assunto a partir da exposição de um problema a ser resolvido por meio de pesquisas em diferentes tópicos relacionados ao tema abordado. Gil (2008) argumenta que pesquisas de cunho exploratório buscam desenvolver uma visão geral a partir de determinado fato, explicitando que, geralmente, tais estudos compreendem em si levantamentos bibliográficos, entrevistas com especialistas e análise de exemplos que estimulem a compreensão.

Com o objetivo de expandir o conhecimento do pesquisador e dos leitores sobre o tema, a pesquisa de caráter exploratório não cria hipóteses, mas averigua um tema pouco conhecido (VERGARA, 1990). Esse tipo de estudo é utilizado exatamente com o intuito de investigar aquilo que é inexplorado ou que não seja de amplo conhecimento, podendo, muitas vezes, não obter resultados que concluem a análise. Desta forma, é interessante que o objeto abordado não seja previamente pesquisado (SAMPIERI *et al*, 1991).

A escolha por esse tipo de pesquisa se deu, sobretudo, pela escassez de trabalhos sobre o tema abordado. Christofolletti (2017, p.23) afirma que o *soft power* é uma temática pouco explorada nos trabalhos acadêmicos no país, pois em um universo de 53 programas de pós-graduação em Relações Internacionais avaliadas pela CAPES, apenas três teses sobre o assunto foram defendidas, e todas

vinculadas ao programa Santiago Dantas, promovido pela conjuntura UNESP, UNICAMP, PUC-SP.

Visto que a investigação de Christofolletti concluída em 2017, optou-se por fazer uma segunda triagem entre as dissertações e teses sobre o assunto publicadas no período entre 2018 e 2022. Notou-se poucas adições de trabalho sobre *soft power* no campo das Relações Internacionais e apenas uma dissertação sobre o tema dentro da área da Comunicação¹⁶. Dessa forma, com base nessas prerrogativas, o trabalho aqui proposto é do tipo exploratório.

5.2 Unidade de Estudo

A unidade de estudo deste trabalho consiste de dois filmes produzidos por Bollywood - *Bajrangi Bhaijaan* (2015) e *Dangal* (2016) - que foram analisados na íntegra a fim de compreender quais valores e relações retratadas podem ser originários de *soft power* para países como a China e Paquistão - países que possuem uma relação conturbada com a Índia e que, por isso, possuem um lugar de destaque na política externa desse país.

A escolha dos dois filmes se deu a partir de fatores como receita de bilheteria, críticas técnicas e taxa de popularidade em países como a China e o Paquistão.

5.3 Técnicas de Coleta de Dados e Análise

Para o desenvolvimento deste estudo foram utilizadas as seguintes técnicas de coleta de dados: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental - em livros, artigos, jornais, enciclopédias, revistas e trabalhos acadêmicos encontradas na internet - e análise fílmica. Em relação à pesquisa bibliográfica, Marconi e Lakatos (2006, p. 71) afirma que

abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios em comunicação

¹⁶ ALMEIDA, Naiane Batista de. O fenômeno hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/16949>. Acesso em: 05 set. 2022.

orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas quer gravadas.

Ao empreender a pesquisa bibliográfica, com este método de estudo, o embasamento teórico foi a primeira etapa da pesquisa para cumprir com a técnica proposta. Gerhardt e Silveira (2009) argumentam que o princípio de qualquer trabalho científico é justamente a pesquisa bibliográfica que tem como princípio a introdução do autor ao assunto.

Por outro lado, a partir do momento em que não são consultados apenas livros para a construção do estudo, a pesquisa torna-se documental. Segundo Godoy (1995), a pesquisa documental confere ao trabalho um caráter de inovação e proporciona contribuições relevantes ao tema com a incursão de materiais escritos como jornais, artigos e obras literárias, estatísticas e elementos iconográficos, como imagens, fotografias e filmes.

De acordo com Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa exploratória deve conferir caráter aproximativo, de familiaridade, de forma que um estudo de caso foi proposto. O pesquisador Yin (2005), propõe como conceito de estudo de caso algo que investiga empiricamente um fenômeno da contemporaneidade dentro de um contexto da vida real, havendo dúvidas quanto aos limites entre o fenômeno e seu contexto.

Assim, considerando o cinema como instrumento de soft power na ótica das relações públicas internacionais, como objeto de estudo, a seleção de dois filmes foi eleita como amostra para se compreender este amplo fenômeno. Por fim, para se analisar os conhecimentos apreendidos por meio das coletas bibliográficas e documentais, utilizou-se premissas da análise de conteúdo de Bardin (2010) como técnica de análise de dados, afinal esta concentra-se na mensagem que está sendo passada pela comunicação ao manipular com o conteúdo e expressão do objeto, ambas análises que serão apresentadas em conjunto com a contextualização e aspectos técnicos dos filmes escolhidos, no próximo capítulo.

6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS FILMES

Com a finalidade de abordar o *soft power* como instrumento de relações públicas internacionais empreendido pela República da Índia, dois filmes foram escolhidos para serem analisados e contextualizados dentro dos objetivos de pesquisa. A partir de características em comum - o sucesso no exterior ou o tipo de mensagem retratada -, os filmes escolhidos foram "Bajrangi Bhaijaan" e "Dangal", pois julgamos que eles representam a tentativa da indústria bollywoodiana de transmitir valores positivos da sociedade indiana para o exterior, em especial a China e o Paquistão, países que a Índia possui uma relação diplomática conturbada.

6.1 Bajrangi Bhaijaan

Produzido e estrelado por um dos maiores nomes de Bollywood - Salman Khan -, Bajrangi Bhaijaan ("Irmão Bajrangi") foi concebido para obter sucesso internacional a partir de um enredo que trata de solidariedade e tolerância religiosa - este último, por sinal, um dos problemas centrais que levaram à cisão entre hindus e muçulmanos na Índia, o que levou a criação da República Islâmica do Paquistão.

O longa metragem conta a história ficcional de um homem indiano devotado a uma divindade hindu que embarca em uma jornada para ajudar uma jovem paquistanesa muda a retornar ao seu lar. O roteiro do longa foi baseado em dois filmes da década de 1980¹⁷: "Pasivadi Pranam" um filme produzido em língua Telegu¹⁸, e "Poovinu Puthiya Poonthennal", um filme oriundo do sul da Índia, de língua malaiala.

A partir da percepção de que o filme reconta um dos principais épicos dos sânscritos hindus, Ramayana, foi realçada uma entidade religiosa comum e aceita por diversas comunidades de diferentes culturas e religiões dentro do sub-continente. De acordo com Kabir Khan (2015), diretor do referido longa-metragem bollywoodiano, o filme teve uma boa recepção tanto pelos brâmanes¹⁹ quanto pelos muçulmanos indianos, por tentar retratar a cultura

¹⁷ Por conta das localidades de produção e por terem sido rodados em línguas regionais, os dois filmes não são considerados bollywoodianos.

¹⁸ Telugu é um dos 22 idiomas oficiais da Índia.

¹⁹ Um brâmane ou brame é um membro da casta sacerdotal, a primeira do Varṇasrama dharma ou Varṇa vyavastha, a tradicional divisão em quatro castas da sociedade hinduísta.

hereditária comum à indianos e paquistaneses, com o intuito de fomentar valores que melhorassem o relacionamento entre os dois povos.

Vale destacar que críticos chineses também comentaram sobre similaridades culturais entre o épico hindu e um épico clássico chinês intitulado "Jornada ao Oeste", o que pode ter ajudado na popularidade do filme também na China (IFENG, 2018). Com uma mensagem positiva e de união, Bajrangi Bhaijaan foi um sucesso de bilheteria, conquistando diversos recordes e premiações.

O filme conquistou diversos mercados ao redor do mundo, atingindo uma bilheteria total de mais de 151 milhões de dólares, com seus principais arrecadadores sendo a Índia e China (Tabela 2). Com o sucesso alcançado, o longa se tornou o quinto filme bollywoodiano em termos de arrecadação em mercado interno e o maior sucesso de bilheteria no ano de 2015. Para além da fronteira indiana, Bajrangi Bhaijaan é o 18º colocado na lista de maiores bilheterias no Paquistão e a quarta melhor bilheteria de filme um indiano na China (BAJRANGI, 2022).

Tabela 2 - Receita do filme Bajrangi Bhaijaan por região

REGIÃO	RECEITA
India	\$69.27 milhão
China	\$45.53 milhão
Paquistão	\$5.33 milhão

Fonte: BAJRANGI, 2022.

Paralelo ao êxito monetário, Bajrangi Bhaijaan obteve 33 premiações²⁰. Foram 6 troféus de melhor filme e diversas premiações técnicas para o roteiro e para os atores, em especial Salman Khan no papel principal e Harshaali Malhotra como atriz debutante.

²⁰ Apesar do sucesso, entretanto, alguns críticos de cinema indianos teceram julgamentos negativos à trama do filme. Foi o caso, por exemplo, de Anupama Chopra (2015), do Hindustan Times, que reprovou a simplicidade e os momentos absurdos da trama, chamando o filme até mesmo de manipulativo pelo modo que a bondade prevalece sobre todos os aspectos que rodeiam os personagens.

6.1.1 Trama

No caminho de volta para sua casa no Paquistão, vindo de Delhi, uma menina com problemas de fala (interpretada por Harshaali Malhotra) é separada de sua mãe na fronteira. Ela acaba em um trem para Kurukshetra, onde ela encontra e cria uma conexão com Pavan Kumar Chaturvedi (Salman Khan), conhecido como Bajrangi por causa de sua extrema devoção a Hanuman²¹ - ao ponto de venerar todos os macacos que cruzam seu caminho acreditando neles como representantes da entidade. Ele a chama de Munni, a leva para a casa de sua noiva, Rasika, e passa os próximos dias tentando descobrir informações sobre a origem da menina.

Aos poucos, alguns elementos fundamentais da cultura de Munni vão se apresentando, como o fato dela ser extremamente justa em suas ações, o que primeiramente o levou a crer que ela era uma garota brãmane. Entretanto, esta tese inicial viria a ser refutada após observarem que a menina se recusava a comer comidas vegetarianas. Finalmente, após a menina entrar em uma mesquita para rezar, descobriram que ela, na verdade, era de origem muçulmana.

Ainda assim, apenas a religião não expressava seu local de origem, e foi durante um jogo de críquete, no qual Munni torceu pelo time paquistanês, que descobriram seu verdadeiro lar.

Depois que o pai xenófobo de Rasika dizer que não permitirá que uma paquistanesa fique sob seu teto, Bajrangi percebe que precisa levar Munni para casa. Ele tenta entregá-la à embaixada paquistanesa, mas o plano fracassa quando um motim eclode. Após a primeira tentativa, ele paga um agente de viagens para levá-la ilegalmente para atravessar a fronteira, uma decisão que quase provoca a venda de Munni para um bordel. Foi esse episódio que levou Bajrangi a tomar uma decisão: ele mesmo a levaria para o outro lado da fronteira para que ela pudesse reencontrar seus pais.

Após o intervalo, na segunda metade do filme, a jornada de Bajrangi e Munni pelo Punjab é retratada com cenas musicais que mostram o deserto do país e as dificuldades de atravessá-lo, mas com a ajuda de contrabandistas de bom coração,

²¹ Hanuman - também conhecido como Bajrangi - é retratado na mitologia hindu como um ser musculoso com cabeça de macaco, dotado de superpoderes. A ele são associadas virtudes como heroísmo, altruísmo e devoção. Esta lenda aparece nos versos do Ramayana, épico que traz ensinamentos dos antigos sábios hindus.

eles conseguem completar a jornada ao outro lado. Ainda na cerca da fronteira paquistanesa, a dupla encontra seus primeiros aliados, os próprios comandantes do exército paquistanês, que ao entenderem como Bajranghi está ajudando a menina a voltar para casa se comovem e deixam-no passar com uma autorização verbal.

Figura 3 - Nawab, Munni e Bajranghi a procura da aldeia de Munni



Fonte: BAJRANGHI, 2015

Então surge Chand Nawab (interpretado pelo veterano Nawazuddin Siddiqui), um repórter de TV paquistanês que se encarrega de ajudar Bajranghi a encontrar os pais de Munni e fugir das autoridades que desconfiam que o herói da trama é um espião indiano por estar no país sem passaporte (Figura 3).

Com o novo trio estabelecido, eles partem rumo às montanhas da Caxemira²² paquistanesa, local que Munni aponta ser sua casa. Sem mais informações sobre a família da menina - além da cordilheira na qual ela mora-, Nawab tenta obter contato com encarregados da comunicação social do país para conseguir veicular a história de Bajranghi e Munni nas redes nacionais. Após ser confrontado com diversas negativas, ele começa uma web-série que rapidamente se populariza na Índia e no Paquistão.

Se aproximando do fim da trama, Munni finalmente se reencontra com a sua mãe, mas para isso acontecer Bajranghi é preso e torturado. Nawab, que levou a jovem até os pais enquanto Bajranghi distraía a polícia que os perseguia, começa

²² A Caxemira é uma região do norte do subcontinente indiano, hoje dividida entre a Índia, o Paquistão e a China. A Caxemira representa um dos mais importantes conflitos da atualidade que envolve diferenças étnicas e disputas pela divisão de fronteiras nacionais.

campanhas pelos dois países para que seu amigo seja libertado e consiga voltar à Índia. Com isso, milhares de pessoas se solidarizam, até mesmo os policiais paquistaneses, que em um ato de rebelião libertam o indiano e o levam até o portão da fronteira na Caxemira, em que ele cruza o rio da fronteira para se juntar a sua família (Figura 4).

Figura 4 - Últimos momentos de Bajrangi com Munni



Fonte: BAJRANGI, 2015

6.1.2 Ficha Técnica

Duração: 159 minutos

Lançamento: 17/07/2015 (IND)

Dirigido por Kabir Khan

Roteiro por Kabir Khan, Parveez Sheikh, V. Vijayendra Prasad

Produção por Salman Khan, Rockline Venkatesh

Música por Julius Packiam, Pritam

Direção de Arte por Shekhar Ujjainwal

Fotografia por Aseem Mishra

Edição de Som por Lochan Kanvinde

Edição por Rameshwar S. Bhagat

Elenco: Salman Khan, Kareena Kapoor Khan, Nawazuddin Siddiqui, Harshaali Malhotra

6.1.3 Análise

Como uma obra cinematográfica que teve distribuição tanto na Índia como no exterior - inclusive em países que a Índia possui dilemas diplomáticos -, o filme *Bajrangi Bhaijaan* é um bom exemplo de como um filme pode se converter em *soft power* - na conotação dada por Nye (2004). O longa-metragem foi lançado por uma indústria que historicamente não perpetua imagens positivas da população paquistanesa, e ao romper com este estigma, conseguiu conquistar um público que lhe é, muitas vezes, hostil. Deste modo, *Bajrangi Bhaijaan* não só funciona como um produto audiovisual, mas também como uma ferramenta na busca da harmonia entre as duas nações.

A partir de sua trama e desenvolvimento, o filme contextualiza as tensões que permeiam as relações diplomáticas entre os Estados da Índia e do Paquistão. No entanto, ele busca viabilizar o diálogo entre os dois países perpetuando uma imagem de paz e compreensão, diferente daquela veiculada tradicionalmente pela mídia. Deste modo *Bajrangi Bhaijaan* aplica ferramentas de harmonização de relacionamentos típicas das relações públicas, e a partir do momento que tal contato é aplicado em um público estrangeiro, para além do âmbito local, das relações públicas internacionais.

Para que a relação entre indianos e paquistaneses seja então vista com legitimidade, o roteiro introduz diferentes valores que são comuns às duas culturas²³. Como colocado por Nye (2004), a semelhança cultural é um veículo para a atração, e com isso empatia entre as nações. Desta forma, pelo passado histórico entrelaçado entre Índia e Paquistão, a utilização de valores universais facilita a passagem de mensagens positivas, que levam em si subliminaridades de como um país deseja ser percebido pelo outro.

É a partir de valores como a família, equidade, entendimento e respeito mútuo que o filme cria uma aura de inocência e tolerância que consegue superar os conflitos. Com uma mensagem de humanismo que se sobrepõe aos discursos nacionalistas, *Bajrangi Bhaijaan* cria um vínculo entre o filme e seus públicos que independe de crenças religiosas e identidades nacionais. Ao lidar com culturas

²³ A cultura em suas diferentes formas de manifestação tem o potencial de atração à medida que populações externas se auto reconhecem na cultura por valores e interesses compartilhados. Essa universalidade dos valores torna mais fácil a compreensão do novo e do diferente, de forma que pessoas de sociedades distintas com princípios similares tenham empatia e tendências de aproximação e curiosidade umas com as outras.

similares e linhas cognitivas parecidas, ele conquista o espectador, ao se utilizar de comportamentos e valores entendidos legítimos, como o bem querer de uma criança acima da razão.

Para se tornar crível, no entanto, o filme utiliza fatores contextuais para introduzir e criar laços entre as duas nações. O críquete - um dos esportes de maior popularidade no mundo, em especial nas antigas colônias britânicas - é introduzido no filme como um fator de reconhecimento que gera um sentimento de familiaridade do público sul asiático com os personagens. Com este fator colocado no início da trama, a confiança é estabelecida e a similaridade de comportamento entre populações “inimigas” é confrontada. É dessa forma que o parâmetro de equidade é determinado e o vínculo de entendimento para o diálogo estabelecido.

Além da inclusão do esporte na trama, a presença e centralidade dos laços familiares comunicam com os públicos ativos que têm tal característica como essencial em sua cultura. A presença familiar - que no início do filme serve como suporte às ações e escolhas de Bajrangi em relação à Munni - reforçam a importância dos laços comunitários tão presentes no contexto asiático. Por sinal, a descoberta da origem paquistanesa de Munni e a continuidade da ajuda por parte do herói compõem uma imagem de conciliação entre nações em conflito atrelada à inocência infantil e transmite uma mensagem de esperança para as próximas gerações.

Aportado então pela mensagem básica de auxílio à comunidade, Bajrangi trabalha de maneira lúdica a tolerância religiosa. Primeiramente, isso aparece na maneira como ele chama a jovem de justa, acreditando que Munni era brâmane, e mais tarde, mesmo com a descoberta de que ela era muçulmana, sua opinião permanece. Um segundo ponto é como Bajrangi deixa de lado suas crenças no que se refere à educação alimentar para oferecer proteína animal à criança que está em seus cuidados, não a obrigando a seguir sua religião, e até mesmo mostrando - por intermédio do restaurante em que a cena se passa - como ambas as fés podem coexistir em um mesmo espaço.

Aos poucos, Munni também se adapta aos hábitos religiosos de seu mentor, respeitando a idolatria aos macacos que antes ela debochava. A tolerância religiosa se torna, então, intrínseca à própria trama, com entradas e saídas em templos e mesquitas, e com pessoas de ambas as religiões ajudando a dupla, mais tarde trio, a conquistar seu objetivo de retornar Munni ao lar. Deste modo, a relação entre as

fés gera um contato positivo entre representantes de dois Estados que desde 14 de agosto de 1947²⁴ são vistos como inimigos.

Com as ideias de que companheirismo, amizade e amor não têm fronteiras, o filme também aplica esses valores às questões geográficas. O autor Ayesha Siddiqa comenta em artigo do Deutsche Welle (2017, tradução nossa) como

Bajrangi Bhaijaan lembra aos indianos e paquistaneses de sua proximidade geográfica. O melhor amigo do Paquistão pode ser a China, mas as pessoas assistem a filmes de Bollywood, não a filmes chineses. No entanto, a maior parte da Índia e do Paquistão sabe muito pouco um do outro. Nós [paquistaneses] ou somos uma fantasia criada pelos filmes ou bandidos, como retratado por âncoras raivosos.

Assim, a questão da fronteira também se torna central no filme, com a tensão diplomática entre os dois países sendo retratada como pano de fundo. No entanto, o longa não trabalha apenas com a violência da guerra: ele trata de manifestações humanísticas que podem ser observadas até mesmo nestes locais. É o caso do auxílio dado pelo exército paquistanês à Bajrangi ao permitir que o indiano entrasse no país para conduzir Munki à sua casa, como também pudesse retornar ao território da Índia. Assim, é instituída uma mensagem de que o respeito mútuo entre os povos vai além de movimentos nacionalistas, rompendo com a mentalidade armamentista que é disseminada há décadas nesta região.

Outro fator de interesse ao soft power para a criação de atração condiz justamente com a geografia local. Como discutido anteriormente, o Paquistão é geralmente mostrado de forma negativa, como um inimigo declarado. Bajrangi, no entanto, busca mostrar também a beleza e diversidade natural do país, numa tentativa de fomentar uma visão positiva da audiência que possibilite a amizade entre os dois lados. Tal ferramenta de utilização da natureza pode gerar um atrativo do local, de forma que estimule, inclusive, o turismo.

É importante salientar que o Paquistão, assim como a Índia, possui conselhos de censura para produções cinematográficas. Deste modo, para ser reproduzido ao público paquistanês, o filme teve de ser aprovado pelo conselho de censura daquele país. De acordo com o The Hindustan Times (2015) o filme sofreu alterações mínimas, mostrando o intuito de aproximação entre as comunidades dos dois países

²⁴ Data da independência da República Islâmica do Paquistão. Vale lembrar que desde a partição da Índia em 1947, os dois países sul-asiáticos envolveram-se em quatro guerras, incluindo uma guerra não declarada, bem como muitos atritos de fronteira e tensões militares.

retratado pelo filme. Esta constatação, é reforçada pela publicação feita pelo ator e membro do conselho de censura do Paquistão, Fakhr-e-Alam (Figura 5).

Figura 5 - Tweet de Fakhr-e-Alam sobre o filme Bajrangi Bhaijaan



Fonte: KHAN, 2015

Ao ler a publicação, nota-se o impacto do filme e o destaque que logrou dentro de um universo tão extenso quanto o de Bollywood. Levanta-se ainda o fato da estrela do filme ser Salman Khan, um dos três Khans, e com isso um dos atores de maior sucesso da Índia nas últimas décadas, como comenta o conselheiro do Associação de Expositores de Cinema do Paquistão, Zoraiz Lashari:

Você vê as pessoas, especialmente de classe média, lotando os cinemas quando o filme de um Khan é exibido. Anteriormente, 'Chennai Express' de Shahrukh e 'Dhoom 3' de Aamir Khan fizeram grandes negócios. Agora, é a vez do filme de Salman. O fator de 'adoração do herói' não pode ser descartado aqui. (ZORAIZ, 2015, *apud* DNA, 2015, tradução nossa)

A afirmação de Zoraiz reforça a popularidade dos Khan no Paquistão, de modo que indica como o sistema de idolatria das estrelas também está presente no país vizinho. Desta forma, Salman também se torna um importante instrumento de veiculação de uma imagem positiva da Índia e que suas ações e escolhas também afetam a reputação do país no exterior.

Com o sucesso de bilheteria na Índia e no Paquistão, após ter sido aprovado pelos seus respectivos conselhos de censura, o filme Bajrangi Bhaijaan se converteu

numa ferramenta de aproximação entre povos e um exemplo de como o cinema pode ser utilizado pelas chancelarias em seus programas de relações públicas internacionais.

6.2 Dangal

Traduzido do híndi como “Competição de Luta”, “Lutador” ou “Arena de Luta”, o filme Dangal é um drama esportivo biográfico de 2016 que conta a história da família Singh Phogat. O longa-metragem - dirigido por Nitesh Tiwari e estrelado por Aamir Khan - foi produzido a partir da parceria entre dois dos maiores estúdios da Índia, o Aamir Khan Productions e o Walt Disney Pictures India, que juntos lograram o posto de maior bilheteria indiana da história e a sexta maior bilheteria mundial entre filmes produzidos em línguas que não são o inglês e mandarim (CAIN, 2017a; LIST, 2022).

O sucesso de bilheteria de Dangal se consolidou ao longo dos seis primeiros meses, como demonstram os dados publicados por Cain (2017a). Ao ultrapassar a cifra de 300 milhões de dólares, o longa-metragem ingressou no rol dos 400 filmes mais lucrativos da história do cinema mundial.

Tabela 3 - Receita do filme Dangal por região

REGIÃO	RECEITA
China	\$179.8 milhão
India	\$84.4 milhão
Mundial (excluindo a Ásia)	\$31.8 milhão
Taiwan	\$5.62 milhão

Fonte: CAIN, 2017a

Para além dos recordes de bilheteria, o filme foi aclamado pela crítica local e internacional, ao receber 56 indicações e obter 29 prêmios - entre os quais de instituições renomadas, como a Academia de Filme e Televisão australiana e o Golden Rooster chinês. Dentre as premiações do subcontinente, o longa-metragem conquistou diversos títulos dos maiores festivais do cinema indiano, como filme mais

interessante do ano do BIG Star Entertainment Awards e melhor ator, filme e direção pelo Filmfare Awards 2017.

Descrito como inspirador e divertido por Iyer (2017), editora do The Times da Índia, a trama contém cenas de humor, esperança, fatos emotivos e familiares, resultando em um filme comovente sobre uma família que inspirou a Índia ao longo da década de 2010.

Contudo, o roteiro de Dangal foi criticado, principalmente no que se refere às temáticas feministas que o envolvem. O filme foi acusado pelos críticos de expressar uma visão simplista do empoderamento feminino - que na realidade seria apenas uma corroboração ao patriarcado estrutural do país, no qual as filhas apenas obedecem aos desejos dos pais, e estes disfarçam sua visão sob uma ótica nacionalista.

Ainda assim, o filme gerou um impacto relevante dentro da esfera asiática, em especial em países como Paquistão e China. Com as relações historicamente tensas entre a Índia e o Paquistão, o lançamento de um filme de temática nacionalista indiana dificilmente ocorreria sem impasses. Em 2017, Dangal não foi aprovado pelo quadro técnico da censura paquistanesa, que requisitou a retirada do hino indiano e das bandeiras do país, pedido que foi negado pelo produtor do filme Aamir Khan, impossibilitando a chegada do filme nas salas de cinema do país adjacente (SINGH, 2017). Por outro lado, dentro das relações sino-indianas, o longa gerou um movimento positivo, estimulando a temática do empoderamento feminino no cinema chinês (CAIN, 2017b) e diálogos entre o mandatário indiano Narendra Modi com seu par chinês Xi Jinping.

6.2.1 Trama

Mahavir Singh Phogat (interpretado por Aamir Khan) é um ex-lutador amador e campeão nacional que mora em Balali, um pequeno vilarejo no interior da Índia. Ele foi forçado por seu pai a desistir do esporte para assumir um posto de emprego remunerado para assim sobreviver e prover à sua família. Deprimido e ressentido por não ter a oportunidade de ganhar uma medalha internacional para seu país, ele promete que seu filho, ainda não nascido, irá cumprir o seu desejo. Decepcionado

por ter quatro filhas, ele perde a esperança. Mas quando suas filhas mais velhas, Geeta e Babita, voltam para casa depois de espancar dois meninos na rua em resposta a comentários depreciativos, ele percebe seu potencial para se tornarem lutadoras e começa então a treiná-las.

Figura 6 - Geeta e Babita sendo treinadas por seu pai



Fonte: DANGAL, 2016

Entretanto, seus métodos são duros, incluindo exercícios cansativos todas as manhãs antes das meninas irem para a escola, além de obrigar que elas usem um corte de cabelo curto para evitar piolhos e distrações (Figura 7).

Apesar de enfrentar uma reação negativa de seus vizinhos e da comunidade a qual estavam inseridos, ele decide seguir utilizando o seu método, isto é, treinando-as em seu poço de lama improvisado - local típico para o treino da luta indiana.

No início, as meninas se ressentem de seu pai por conta do tratamento, mas após o casamento de uma amiga aos 14 anos, percebem que ele quer que elas tenham um bom futuro e não cresçam como as donas de casa que a sociedade espera delas. Motivadas, elas voluntariamente participam do treinamento de seu pai.

Mahavir, após entender que sua filha mais velha, Geeta, estava pronta para novos desafios, leva as meninas para torneios de luta livre, onde lutam contra meninos e os derrotam. Uma série de vitórias no formato tradicional indiano, leva o pai das meninas a crer que suas filhas estão prontas para iniciar os treinos para a competição nacional de luta olímpica estilo livre.

No entanto, para este treino são necessários colchonetes, e sem o auxílio dos órgãos de estado ele foi incapaz de comprar tapetes de luta livre. Não se deixando abalar, a família começa a usar duas camadas de colchões nos treinos para prepará-las para eventos competitivos. Geeta passa a ganhar os campeonatos juniores e seniores em nível estadual e nacional antes de ir para a Academia Nacional de Esportes em Patiala para treinar para os próximos Jogos da Commonwealth (Figura 8).

Figura 7 - Geeta e Mahavir chegando na Academia Nacional de Esportes



Fonte: DANGAL, 2016

Recém chegada em Patiala, Geeta faz amigas e começa a esquecer o rigor e a disciplina com o qual foi criada. Ela assiste televisão regularmente, come comida de rua e deixa o cabelo crescer. Os métodos de treinamento e técnicas de luta de seu treinador diferem significativamente das utilizadas pelo seu pai - que, por sua vez, acredita serem superiores e mais modernos.

Durante uma visita à casa da família, depois de insultar seu pai por suas técnicas antiquadas, ela o derrota em uma luta feroz que causa desentendimento entre ambos. Babita fala com a irmã mais velha como ela não deveria esquecer as técnicas de seu pai e lembra que ela deve todo o sucesso a ele. Ganhando o campeonato nacional sênior com as técnicas “antigas” de seu Mahavir, Babita segue a irmã rumo a Academia Nacional. Geeta, no entanto, perde todas as partidas em nível internacional, deixando-a frustrada com sua técnica de luta e seu treinador.

Após uma série de derrotas no nível sênior internacional, seu treinador a convence a baixar da categoria de 55kg para a de 51 kg, acreditando que ali ela teria sucesso. Desmerecida com a mudança de nível e as derrotas, Geeta é persuadida por sua irmã a fazer as pazes com seu pai. Assim, Mahavir se muda para Patiala com seu sobrinho - que sempre o auxiliou nos treinos desde a infância das meninas - e começa a treiná-las secretamente, usando os mesmos métodos de quando eram mais jovens.

No entanto, Geeta e Babita começam a se atrasar para seus treinos oficiais na Academia Nacional em Patiala, o que leva o treinador da seleção a querer expulsá-las do time. A autoridade esportiva máxima da categoria, no entanto, permite que elas permaneçam no time, mas impede que Mahavir entre na academia. Determinado a continuar ajudando suas filhas, Mahavir começa a treinar à distância, por telefone, a partir de gravações de suas antigas lutas, apontando erros e possíveis melhorias.

Figura 8 - Geeta concentrada para sua luta nos Jogos do Commonwealth



Fonte: DANGAL, 2016

Nos Jogos, competindo na categoria até 55kg, como era o seu desejo e de seu pai, Geeta conquista seu lugar na final a partir dos ensinamentos e comentários de seu pai na platéia. Conseguindo aplicar os ensinamentos de seu pai no processo da luta, ela se torna a primeira lutadora indiana a ganhar ouro nos Jogos do

Commonwealth de 2010, cumprindo, então, o sonho do seu pai: obter uma medalha internacional.

6.2.2 Ficha Técnica

Duração: 161 minutos

Lançamento: 23/12/2016 (IND)

Dirigido por Nitesh Tiwari

Roteiro por Piyush Gupta, Shreyas Jain, Nikhil Mehrotra, Rajshri Sudhakar, Nitesh Tiwari

Produção por Aamir Khan, Kiran Rao, Siddharth Roy Kapur

Música por Pritam

Direção de Arte por Abhijit Khatu

Fotografia por Satyajit Pande

Edição de Som por Savitha Nambrath

Edição por Ballu Saluja

Elenco: Aamir Khan, Fatima Sana Shaikh, Sanya Malhotra, Sakshi Tanwar,

Aparshakti Khurana, Zaira Wasim, Suhani Bhatnagar, Ritvik Sahore, Girish Kulkarni

6.2.3 Análise

Sendo o 26º filme de maior sucesso de bilheteria no mundo (LIST, 2022) - excluindo os filmes hollywoodianos -, Dangal foi muito bem recebido pelo público estrangeiro, em especial pelo público chinês. Com uma arrecadação superior a 179 milhões de dólares, a China foi o país que proporcionou o melhor caixa do filme, de modo que pela primeira vez, em décadas, o país se viu novamente conquistado pelo cinema indiano. Para compreender o fenômeno, é necessário analisar os vieses culturais que permitiram tal aproximação que conseguiu criar um vínculo forte e positivo entre o filme, os atores e o público.

A China e a Índia se desenvolveram, geograficamente, em localidades próximas. Desta forma, o desenvolvimento de ambos os países contou com diversos contatos e trocas nos mais diversos tipos de relacionamento, dentre eles os religiosos, comerciais e acadêmicos. Com diálogo constante, as duas culturas

prosperaram paralelamente, e diversos costumes e valores se assemelham ao longo dos séculos. Assim, valores e comportamentos similares podem ser compreendidos e vistos como legítimos com maior facilidade por ambas populações.

A começar pelo próprio sistema de lançamento de filmes chinês, que diferentemente do indiano ou paquistanês, não utiliza um sistema de censura para entrada de filmes no país, mas um sistema de cotas (YAU, 2018). Como medida de proteção à indústria cinematográfica chinesa, o governo do país implantou um sistema que restringe o lançamento de novos filmes em apenas 34 produções ao ano, de forma que cada longa-metragem deva ser analisado minuciosamente na busca de boa circulação e possível interesse do público. A tradutora e jornalista Elaine Yau (2018) afirma que o sistema de restrições faz com que os empresários locais busquem produtos que possuam traços culturais próximos ao chinês para que consigam criar vínculos com o público sino.

Ao considerarmos o sucesso de caixa de *Dangal*, pode-se afirmar que, de fato, a história é socialmente relevante para os dois públicos. A começar pelo sistema e valores familiares, o filme conseguiu atrair o público devido a suas semelhanças culturais. Como visto anteriormente, a semelhança entre culturas é um dos fatores passíveis de gerar atração (NYE, 2004), de forma que a similaridade da estrutura familiar dentro de uma cultura rural conservadora gera empatia entre o público chinês e os personagens indianos.

O papel de Mahavir na história é traçado a partir de linhas hierárquicas comuns a ambas as culturas. A centralidade dos encargos do pai na trama além de conciliarem os valores tradicionais de uma sociedade patriarcal também o apontam como o topo da cadeia familiar e assim, a figura de respeito máximo na vida das filhas. Tal tendência de comportamento é comum nas duas culturas (CAIN, 2017a), de modo que o respeito absoluto aos pais seja concebido como um valor fundamental para ambas. A obediência filial demonstrada por Geeta e Babita ao longo do filme, seja pela constância nos treinamentos ou confiança total nas orientações e instruções desportivas, demonstram esse caráter essencial dessas duas culturas asiáticas.

O valor e o respeito destinado aos anciões familiares, sejam estes, pais, tios, avós, ou demais relações é intrínseco às relações sociais na China e Índia. Deste modo, a maneira como Mahavir conduz a carreira das filhas não só é compreendida facilmente pelo público chinês e indiano, como até mesmo bem vista.

No entanto, tão comum quanto o sentimento de gratidão pelo sacrifício de seus pais, é o ressentimento dos filhos indianos e chineses, seja pela pressão de sucesso ou impotência diante de seu futuro. Tais situações são mostradas ao longo de *Dangal* em sua totalidade, mas cenas como o casamento da jovem amiga de Geeta e Babita ilustram a conjuntura de forma explícita.

A complexidade das relações familiares torna-se, assim, um dos fatores que aproxima e harmoniza as relações de ambos os públicos. Em uma sociedade extremamente machista, Mahavir decide converter suas filhas em lutadoras - ao invés de esposas como lhes era esperado pela sociedade. Assim elas não apenas deixam de aprender as tarefas domésticas que lhes seriam obrigatórias, como também deixam de aderir ao padrão estético feminino indiano ao cortar seus cabelos e usarem roupas masculinas para lutar. Até a chegada do sucesso desportivo de Geeta e Babita, as duas eram recebidas com risadas e piadas, mostrando um padrão duplo de julgamento não apenas com conotações de gênero, mas também de que para ser respeitado pela comunidade as pessoas devem ser bem sucedidas. Pelo sucesso do filme nas telas chinesas, pode-se dizer que a mensagem ressoa com a realidade do país.

Deste modo, questões de gênero também se tornam presentes na trama, mas não necessariamente o assunto de equidade, afinal se trata de um filme comercial produzido para diversos públicos, entre os quais um extrato conservador. Ainda assim, *Dangal* apresenta claramente ideias de quebra de papéis de gênero e mudanças na educação tradicional que reforçam estes. A agência de notícias oficial do governo da República Popular da China (*apud* CHANDRAN, 2017) informou que estas temáticas de reformulação de ensino tocaram muitos pais chineses, inclusive no que diz respeito ao fato do preconceito de gênero ser uma questão universal que está além de barreiras culturais e linguísticas.

Outro fator a ser contabilizado é a popularidade de Aamir Khan na China, curiosamente, o único dos três Khans a lograr tal façanha. A popularidade de Khan no país vizinho deu-se em razão de seu filme de 2009, “3 Idiotas”. O longa foi sua estreia no país vizinho e, ao tratar de temáticas como a educação e valores familiares, conquistou um número significativo de fãs (THE ECONOMIC TIMES, 2021). Com mais de cem mil seguidores na rede social chinesa Sina Wibo, o ator é considerado por muitos uma ponte cultural entre os dois países.

Com a popularidade alcançada - que rendeu não apenas um recolhimento surpreendente, como também comentários de canais oficiais do governo e do próprio presidente chinês Xi Jinping -, o filme pode ser visto como um elemento que reforça o *soft power* indiano. Como exposto por Nye (2004), os produtos culturais, neste caso específico o filme Dangal, servem como instrumentos estratégicos para o Estado conseguir influenciar o comportamento de populações estrangeiras. Isto é feito por meio da veiculação de ideais e culturas entendidas como legítimas por ambas as nações. O longa-metragem citado conseguiu criar laços de aproximação, ao apresentar realidades similares à dos indianos e chineses, de forma que foram geradas impressões positivas e de reconhecimento.

Por sua vez, este entendimento entre culturas pode ser compreendido como uma espécie de harmonização entre os públicos dos dois países - que, como visto anteriormente, possui um histórico conturbado. Por isso, a compreensão mútua e a empatia, valores tão propagados na área de relações públicas, são elementos fundamentais para a superação de conflitos entre as populações.

6.4 Análise conjunta

De um modo geral, a fórmula básica dos dois filmes está conectada, não apenas pela linha fílmica bollywoodiana do masala, mas pela própria cultura representada. Sendo o *soft power* dentro da indústria cinematográfica a capacidade das nações tornarem a si próprias atrativas para o mercado comercial internacional, as características favoráveis se tornam base para as tramas (TAYLOR; FRANCIS, 2016). No caso da Índia estes aspectos são traduzidos por meio de imagens e ações que representam a cultura milenar do subcontinente.

O elemento essencial na construção das tramas é justamente os costumes e valores hindus. De uma maneira ou de outra, valores universais como os da família, respeito e compreensão foram passados como mensagem ao público, por vezes de maneira mais explícita, e por outras de modo subliminar. Nye (2004) comenta que o *soft power* comumente enfatiza a cultura popular, pois ela consegue facilmente surtir efeitos em processos políticos ao conter imagens e mensagens subliminares que propagam em grandes proporções os objetivos e o *modus operandi* de um país.

Os valores primordiais indianos são vistos então como universais, de modo que podem gerar um atrativo cultural. Vale lembrar que uma das características do *soft power*, quando empregado no campo cultural, é permitir que o público estrangeiro encontre traços atrativos na cultura de um dado país - gerando, por consequência, uma mobilização para a criação de novos recursos a serem apreciados, ou mesmo como meio de contrapor recursos pouco atraentes, e a partir disto construir uma narrativa coerente que incorpora o novo e o belo a fim de ganhar a empatia do público (DENNISON; DWYER, 2021). Deste modo as mensagens familiares, de união e tolerância são bem vistas e nelas a indústria consegue criar uma imagem positiva da nação indiana para o exterior.

Com a repetição de valores similares em um universo extenso de filmes produzidos, não apenas uma mensagem é passada, mas esta também é legitimada. Ou seja, a partir da construção de personagens indianos que valorizam suas famílias, respeitam a diversidade dentro das suas comunidades e toleram as diferentes religiões, Bollywood constrói uma imagem fraterna da população do subcontinente. Como colocado por Lasbeck (2007), a imagem é efêmera e dinâmica, de modo que sua repetição constrói estímulos similares constantes, sedimentando uma percepção semelhante para uma compreensão positiva da família tradicional indiana. Ademais, a veiculação de uma mesma mensagem por diferentes meios a legitima.

Contudo, com a imagem sendo fluida, de modo que não sustente uma visão indiana pacífica e justa por si só, a legitimidade também é alcançada a partir do imaginário comum que se tem da Índia. O país com milhares de habitantes e cultura milenar possui características bem conhecidas ao redor do mundo, tal qual o sentimento de comunidade, a diversidade religiosa e a culinária exótica. Assim, o imaginário, sendo ele uma ficção ou realidade (MAFFESOLI, 2001) dá suporte à imagem criada pela indústria cinematográfica de pessoas boas que se preocupam com o bem-estar umas das outras para a manutenção da sua comunidade e seus costumes.

Deste modo, é a amálgama entre a imagem, imaginário e repetição da mensagem de valores de respeito, família e comunidade que consegue gerar a partir da familiaridade com o público ativo uma legitimidade nas ações que vão então repercutir na reputação do país. Como apontado por Riel (2013), a reputação vale-se do ato de calcular constantemente os prós e contras sobre algo, neste caso,

sobre a Índia com sua população e cultura. Com ela se baseando em componente emocionais, assim como grau de admiração, confiança e respeito, a imagem positiva de uma nação indiana é essencial, de forma que a manutenção de mensagens contínuas de família, superação, união e até mesmo do heroísmo típico do masala, repercutem na reputação indiana.

A partir do esforço contínuo, e do reconhecimento dos públicos desta reputação, os filmes bollywoodianos conseguem adentrar um campo para além apenas da indústria cinematográfica local. Ou seja, os longas-metragens em seu conjunto conseguem criar força para se tornarem um meio pelo qual as relações públicas podem agir. Como apresentado no primeiro capítulo, as relações públicas possuem diferentes conceituações, mas para a análise em questão, será considerado a forma pela qual um órgão governamental pode administrar a sua imagem pública. Afinal, as relações públicas, no caso internacionais, são um meio de comunicação constante entre o país e seus públicos que gerencia o comportamento da troca de informação entre as duas partes (GRUNIG, 2009).

Ainda que, muitas vezes, os produtos audiovisuais não sejam produzidos com o intuito de estabelecer-se como *soft power* do Estado indiano de forma intencional, é tarefa das relações públicas internacionais antecipar tendências de comportamento de seus públicos e *stakeholders*, assim como conhecer as culturas com as quais têm que interagir. Deste modo, a partir da indústria de cinema indiana hindu, diferentes públicos podem ser alcançados, baseados em suas diferentes mensagens. Como exemplificado individualmente com *Bajrangi Bhaijaan* (2015) e *Dangal* (2016), cada filme consegue se aproximar de uma comunidade diferente por características diferentes. Torna-se então função das relações públicas internacionais saber qual amostra fílmica viabiliza um diálogo positivo com qual público a fim de propagar os interesses da República da Índia (GRUNIG, 2009).

Ao remontarmos à concepção de Simões (1995) das relações públicas, a veiculação desses filmes entre as populações paquistanesa e chinesa tem, então, interesses políticos, pois visa legitimar o poder de decisão e de ação da Índia frente a seus vizinhos. Deste modo, os filmes são usados para influenciar os comportamentos de populações localizadas em dois países que possuem um histórico de hostilidades com a Índia.

Street (1995, apud KEUNE; FRANTS, 2017) sustenta que há uma conexão complexa entre a cultura popular comercial e o poder político. O autor cria o termo

para inferir como a cultura popular pode ser utilizada como uma poderosa ferramenta política por sua habilidade de articular sentimentos que contribuem na construção de laços afetivos entre os polos.

Assim, o conceito de *soft power* insere-se no campo das relações públicas internacionais, de forma que um produto cultural criado dentro de Bollywood possa ser exportado para atuar como um instrumento de persuasão da Índia no cenário internacional. Como observado nos dois filmes analisados, a indústria cinematográfica hindi conseguiu abrir espaço para diálogos com populações de países que de certo modo lhes são hostis, e a partir de valores familiares, imagens positivas e mensagens agradáveis conseguiu compor uma imagem amigável da nação indiana para, futuramente, lograr êxito dentro do sistema internacional.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscou-se estabelecer uma interface entre os campos das relações públicas e das relações internacionais a partir do estudo da indústria cinematográfica hindi como instrumento de *soft power* da República da Índia.

Para isso, foi necessário apresentar os conceitos básicos de ambas as áreas de conhecimento para se criar um esboço teórico que desse conta da análise do objeto. Durante as pesquisas para o estabelecimento do estado da arte, as definições bibliográficas encontradas eram apenas conceitos paralelos. Por este motivo, a reflexão das duas áreas como adjuntas e complementares tornou-se fundamental para a construção de um corpus teórico que permitisse interpretar e compreender o papel de Bollywood no contexto geopolítico indiano.

A contextualização histórica e política da Índia foi fundamental para o entendimento das relações atuais entre o referido país, o Paquistão e a China, pois ajudou na compreensão da importância de Bollywood para o subcontinente indiano. Por meio da leitura de notícias veiculadas em portais estrangeiros, periódicos e livros, foi possível ter uma ideia da dimensão da representatividade desta indústria no mundo e sua capacidade de influência entre os públicos.

Como apontado anteriormente, o objetivo desta pesquisa foi responder a seguinte questão: quais estratégias foram utilizadas para que Bollywood se convertesse num importante instrumento de *soft power* da República da Índia? Em outras palavras, objetivou-se compreender como Bollywood se converteu em instrumento de *soft power* da República da Índia a partir do consumo de seus filmes em países com um histórico de hostilidades - como é o caso de Paquistão e China. Ao empreender a análise de dois longas-metragens que alcançaram um grande êxito de bilheteria sob a ótica das relações públicas, ficou claro o papel de Bollywood nesse contexto.

De maneira geral, foram identificadas estratégias caras à área de relações públicas no tocante à promoção dos valores indianos fora de suas fronteiras. Por meio de filmes que difundiam valores indianos - ao mesmo tempo que contemplavam tradições dos países vizinhos - estabeleceu-se vínculos culturais que ajudaram a melhorar a imagem internacional do Estado indiano, sobretudo nos países que fazem fronteira à Índia na região da Caxemira.

Dessa forma, Bollywood se apresenta como um poderoso instrumento de política externa no tocante a gerar atratividade, familiaridade, receptividade, empatia, visibilidade internacional e reputação estatal para o país, pois o *soft power* se caracteriza por viabilizar diálogos que, a médio ou a longo prazo, de forma subliminar, fortalecem o posicionamento estratégico do país dentro do sistema internacional.

Finalmente, com os resultados alcançados, espera-se que este estudo contribua para o debate dentro do campo das relações públicas, sobretudo no que diz respeito às relações públicas internacionais - uma subárea do conhecimento que expressa o atual estágio de reflexão teórica e de internacionalização da atividade. Dessa forma, espera-se que a presente monografia sirva de estímulo para o desenvolvimento de novos estudos que abordem a utilização de estratégias de relações públicas como um importante recurso para o fortalecimento da política externa dos Estados nacionais no século XXI.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Imagined Communities**: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Nova York: Verso, 1983. E-book. Disponível em: https://is.muni.cz/el/1423/jaro2016/SOC757/um/61816961/Benedict_Anderson_Imagined_Communities.pdf. Acesso em: 03 set. 2022.

ANDRADE, Luis Carlos de Souza. Identidade corporativa e a propaganda institucional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

BAJRANGI Bhaijaan. Direção: Kabir Khan. Produção: Salman Khan; Rockline Venkatesh. Intérpretes: Salman Khan, Kareena Kapoor Khan, Nawazuddin Siddiqui, Harshaali Malhotra e outros. Roteiro: Kabir Khan; Parveez Sheikh; V. Vijayendra Prasad. Música: Julius Packiam; Pritam. Mumbai: Eros International, 2015. (159 min). Disponível em: <https://www.hotstar.com/in/movies/bajrangi-bhaijaan/1000071777>. Acesso em: 06 set. 2022.

BAJRANGI Bhaijaan. In: Wikipedia, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Bajrangi_Bhaijaan. Acesso em: 17 set. 2022.

BALLERINI, Franthiesco. **Poder Suave** (Soft Power). 1. ed. São Paulo: Summus, 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BOSE, Derek. **Produção e Distribuição do Cinema Indiano em Cinema no mundo**: indústria política e mercado. Ásia, vol. III. Organização Alessandra Meleiro. São Paulo: Escritura Editora, 2007.

BRITANNICA. **India**. Disponível em: <https://www.britannica.com/place/India/Government-of-India-Act-of-1858>. Acesso em: 02 mar. 2022.

CARMO, Gabriel Egidio do. **Independência e partilha da Índia (1947)**. Disponível em: <https://suburbanodigital.blogspot.com/2021/06/mapa-independencia-e-partilha-da-india.html>. Acesso em: 15 mar. 2022.

CARR, E. H. **The Twenty Years Crisis 1919-1939**. 2. ed. Reimpressão. London: The Macmillan Press LTD, 1981.

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA). **The World Factbook**. 2015. Disponível em: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/in.html>. Acesso em: 11 set. 2022.

CHRISTOFOLETTI, Rodrigo, org. 2017. **Bens Culturais e Relações**

Internacionais: O Patrimônio como Espelho do 'Soft Power'. Santos (São Paulo): Leopoldianum. 466p.

COLLINGHAM, Lizzie. **Curry: a tale of cooks and conquerors**. Oxônia: Oxford University Press, 2006. 352 p.

CAIN, Rob. Are Bollywood's Three Khans The Last Of The Movie Kings?. **Forbes**, [S.l.: s.n.], 26 março 2016. Media. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/robcaain/2016/03/20/are-bollywoods-three-khans-the-last-of-the-movie-kings/>. Acesso em: 04 set. 2022.

CAIN, Rob. 5 Key Reasons For 'Dangal's' Massive Success In China. **Forbes**, [S.l.: s.n.], 31 maio 2017a. Media. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/robcaain/2017/05/31/5-key-reasons-for-dangals-massive-success-in-china/?sh=304810bd35be>. Acesso em: 04 set. 2022.

CAIN, Rob. 'Dangal' Tops \$300 Million, Becoming The 5th Highest-Grossing Non-English Movie Ever. **Forbes**, [S.l.: s.n.], 12 junho 2017b. Media. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/robcaain/2017/06/12/dangal-joins-300-million-club-now-the-5th-biggest-non-english-movie-ever/?sh=398a6e353ca2>. Acesso em: 04 set. 2022.

CHANDRAN, Rina. Bollywood movie 'Dangal' a blockbuster in China. **Reuters**, Mumbai, 29 mai. 2017. Thomson Reuters Foundation. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/china-leisure-women-dangal-idINKBN18P0KG>. Acesso em: 18 set. 2022.

DANGAL. Direção: Nitesh Tiwari. Produção: Aamir Khan; Kiran Rao; Siddharth Roy Kapur. Intérpretes: Aamir Khan; Fatima Sana Shaikh; Sanya Malhotra; Sakshi Tanwar; Aparshakti Khurana; Zaira Wasim; Suhani Bhatnagar; Ritvik Sahore; Girish Kulkarni e outros. Roteiro: Piyush Gupta; Shreyas Jain; Nikhil Mehrotra; Rajshri Sudhakar; Nitesh Tiwari. Música: Pritam. Mumbai: UTV Motion Pictures, 2016. (161 min). Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80166185>. Acesso em: 18 ago. 2022.

DENNISON, Stephanie; DWYER, Rachel (org.). **Cinema and Power: configuring the national and transnational in geo-politics**. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2021. 242p.

DEUTSCHE Welle. Can movies bring India and Pakistan closer? **Learn German**, [S.l.: s.n.], [ca. 2017]. Asia. Disponível em: <https://learngerman.dw.com/en/can-movies-bring-india-and-pakistan-closer-together/a-18644439>. Acesso em 17 set. 2022.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 07 set. 2022.

GIDDENS, Anthony. Mundo em descontrole. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2007

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 07 set. 2022.

GODOY, Arlinda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. São Paulo, 1995. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/20594>. Acesso em: 07 set. 2022.

GOKULSING, Moti K.; DISSANAYAKE, Wimal. **Indian Popular Cinema: A Narrative of Cultural Change**. Oakhill: Trentham, 2004. 163p.

GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Paulo: Difusão, 2009.

GUNDLACH, Gregory T.; WILKIE, William L. The American Marketing Association's New Definition of Marketing: Perspective and Commentary on the 2007 Revision. **Journal of Public Policy & Marketing**. [S.l.: s.n.], v. 28, n.2, p. 259-264, set./nov. 2009. Disponível em: https://www.unf.edu/~ggundlac/pdfs/pub_07.pdf. Acesso em 15 out. 2022.

HT Correspondent. Thaw in ties with Pakistan? Bajrangi Bhaijaan does it. **The Hindustan Times**, Chandigarh, 21 julho 2015. Chandigarh News. Disponível em: <https://www.hindustantimes.com/chandigarh/thaw-in-ties-with-pakistan-bajrangi-bhaijaan-does-it/story-ANSWnH3LoI7YzUkAM3Z1kl.html>. Acesso em: 17 set. 2022.

IASBECK, L. C. A. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. **Organicom**, São Paulo, v. 4 n. 7, p. 87-97, jul./dez. 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138945/134293>. Acesso em: 27 ago. 2022.

IFENG. 《小萝莉的猴神大叔》：呆萌版《西游记》. IFENG, [S.l.: s.n.], 04 mar. 2018. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190209232317/http://wemedia.ifeng.com/50869554/wemedia.shtml>. Acesso em: 14 set. 2022.

IYER, Meena. Danganl Movie Review. **The Times of India**, [S.l.: s.n.], 25 jan. 2017. Movie Reviews. Disponível em: <https://archive.ph/20170524031746/http://timesofindia.indiatimes.com/entertainment/hindi/movie-reviews/danganl/movie-review/56102623.cms>. Acesso em: 04 set. 2022.

JABLIN, F. M. Organizational entry, assimilation and disengagement/exit. In: JABLIN, F. M.; PUTNAM, L. (orgs). **The new handbook of organizational communication**. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications, 2001.

KEUNE, Oliver; FRANTS, Valeriya. Cinema as an Element of a State's Soft Power System. **Discourse**. v. 27, p. 154-162, 27 fev. 2017. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/324682933_Cinema_as_an_Element_of_a_State's_Soft_Power_System. Acesso em: 20 set. 2022.

KHAN, Salman. Thanku Pakistan censor board for your generosity. [S. l.], 16 jul. 2015. Twitter: @BeingSalmanKhan. Disponível em: <https://twitter.com/BeingSalmanKhan/status/621629758476955648>. Acesso em: 17 set. 2022.

KUNSCH, Margarida Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003. 424p.

LEWICKI, R. L.; SAUNDERS, D. M.; MINTON, J.W. Como negociar e utilizar o poder da negociação. In: LEWICKI, R. L.; SAUNDERS, D. M.; MINTON, J.W.. **Fundamentos da negociação**. Porto Alegre: AMGH, 2002. p. 162-181.

LATTIMORE, Dan; BASKIN, Otis; HEIMAN, Suzette T; TOTH, Elizabeth L. **Relações Públicas: Profissão e Prática**. São Paulo: Mc Graw Hill, 2012.

LIST of highest-grossing non-English films. In: Wikipedia, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_highest-grossing_non-English_films. Acesso em: 15 set. 2022.

MACHADO, Neka. Identidade e imagem: elementos formadores da reputação. In: DORNELLES, Souvenir (org.). **Relações Públicas, quem sabe, faz e explica**. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.

MAFFESOLI, M. O imaginário é uma realidade. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 15, ago. 2001.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. 488p.

MEHTA, Rini Bhattacharya. **Unruly cinema: history, politics, and Bollywood**. Illinois: University of Illinois Press, 2020. 232 p.

MENON, Shivshankar. **India and asian geopolitics: the past, presente**. Washington, DC: Brookings Institution Press, 2021. 416 p.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 1989.

NYE JR., Joseph S. **Soft power: the means to success in world politics**. Washington, DC: PublicAffairs, 2005. 191 p.

ORMAX MEDIA PVT. LTD. **Ormax Media**: Box Office Report 2019. 2019. Disponível em:
<https://creativefirst.film/wp-content/uploads/2020/05/OrmaxBoxOfficeReport-2019.pdf>
 .Acesso em: 11 set. 2022.

PEERS, Douglas M. **India under colonial rule**: 1700–1885. London:Taylor and Francis, 2013. 180 p.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodología de la investigación**. México: McGraw-Hill, 1991. Disponível em:
https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf. Acesso em 08 set. 2022.

SINGH, Prashant..Aamir Khan refuses to release Dangal in Pakistan without national anthem. **The Hindustan Times**, [S.l.: s.n.], 06 abril 2017. Bollywood. Disponível em:
<https://www.hindustantimes.com/bollywood/aamir-khan-refuses-to-release-dangal-in-pakistan-without-national-anthem/story-KtqPyvubgNfeyJSnqSoJwO.html>. Acesso em: 04 set. 2022.

RIEL, Van C. **Reputação**: o Valor Estratégico do Engajamento de Stakeholders. Tradução. [s.l.] Elsevier Editora, 2013.

ROWANWINDWHISTLER. **Império mogol em seu zênite**. 2020. Disponível em:
<http://www.commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=92865750>. Acesso em: 23 fev. 2022.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas**: função política. São Paulo: Summus, 1995.

THUSSU, Daya Kishan. **The soft power of popular cinema** – the case of India. Journal of Political Power, [S.l.: s.n.], v.9, n. 3, p. 415-429, 19 set. 2017. Disponível em:
<https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/download/adb6ee801eb8e42fde333976d47d8e6649d101744ffbd2ff05cd87d48f28788a/111392/The%20soft%20power%20of%20popular%20cinema-DT-16%20July%202016%20%281%29.pdf>. Acesso em: 20 set. 2022.

THE ECONOMIC TIMES. Bollywood star Aamir Khan's fans in China celebrate his birthday at Indian Embassy. **The Economic Times**, [S.l.: s.n.], 14 mar. 2021. Politics. Disponível em:
<https://economictimes.indiatimes.com/news/politics-and-nation/bollywood-star-aamir-khans-fans-in-china-celebrate-his-birthday-at-indian-embassy/articleshow/81496899.cms>. Acesso em: 20 set. 2022.

THE FILM & TELEVISION PRODUCERS GUILD OF INDIA LTD. **Certified Films 2016-2017**. 2018. Disponível em:
<http://producersguildindia.com/Pdf/Certified%20Films%202016-17.pdf>. Acesso em: 11 set. 2022.

THE FILM & TELEVISION PRODUCERS GUILD OF INDIA LTD. **Certified Films**

2017-2018. 2019. Disponível em:
<http://producersguildindia.com/Pdf/List%20of%20Certified%20Films%202017-18.pdf>.
Acesso em: 11 set. 2022.

THE FILM & TELEVISION PRODUCERS GUILD OF INDIA LTD. **Certified Films 2018-2019.** 2020. Disponível em:
<http://producersguildindia.com/Pdf/Certified%20Films%202018-19.pdf>. Acesso em:
11 set. 2022.

TILLY, Charles. Globalization Threatens Labor's Rights. *International Labor and Working-Class History*, Cambridge, v. 47

VERGARA, Sylvia Constant. **Tipos de pesquisa em administração**. Rio de Janeiro, 1990.

YAU, Elaine. Why Indian films like Dangal and Toilet are so popular in China: similar problems. **South China Morning Post**, [S.l.: s.n.], 11 dez. 2018. Film & TV. Disponível em:
https://www.scmp.com/culture/film-tv/article/2177193/why-indian-films-dangal-and-toilet-are-so-popular-china-similar?module=perpetual_scroll_0&pgtype=article&campaign=2177193. Acesso em: 18 set. 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.