

Barbie - de conservadora a progressista



Por **BRUNO FABRICIO ALCEBINO DA SILVA***

O alcance massivo da Barbie tornou-a um símbolo da cultura de consumo e do padrão de beleza ocidental, exercendo uma influência marcante sobre as jovens latino-americanas.

A indústria cultural, incluindo o cinema, desempenha um papel poderoso na disseminação de valores, ideais e estereótipos em escala global. O filme *Barbie*, produzido pela Mattel, LuckyChap Entertainment, Mattel Films, Heyday Films, NB/GG Pictures, é um exemplo relevante desse fenômeno, com a maciça campanha de marketing nas redes sociais e demais mídias (TV, rádio, jornais etc.).

A grande quantidade de gente vestida de rosa nos cinemas e ruas, e a interação das pessoas com o conteúdo do filme que estreou no último dia 20, no Brasil, reforçam uma impressionante interação com as telas. Até o presidente da Colômbia, [Gustavo Petro](#), e sua vice, Francia Márquez, viraram alvos de críticas e memes por opositores e conservadores, depois da divulgação de um vídeo com trechos do filme da boneca Barbie para marcar a independência do país, comemorada em 20 de julho.

Todos esses fatores expressam a influência dos Estados Unidos na cultura global, incluindo o continente latinoamericano. Neste artigo, analisaremos como a Barbie, boneca surgida no final dos anos 1950 para exaltar um tipo de beleza anglo-saxônica da mulher loura, alta, moderna e sempre na moda, se transfigura para sensibilizar um mercado mundializado, plural e etnicamente variado, modernizando seu discurso para um feminismo cosmopolita.

Mesmo assim, a personagem é utilizada como uma ferramenta sutil para reforçar certos elementos da cultura norte-americana, perpetuar estereótipos na cultura do Sul global e possivelmente impactar as relações políticas entre os Estados Unidos e os países da América Latina. Pode-se acusar a nova Barbie de tudo, menos de ser conservadora. Evidência disso é o fato de ela ter se tornado alvo de críticas da extrema direita (bolsonarismo) e dos neopentecostais brasileiros ao abordar temas como a inclusão, personificada por uma das versões de Barbie interpretada por uma atriz transexual e o destaque da feminilidade e do empoderamento feminino na *Barbieland* (mundo fictício onde as personagens da Mattel dominam), em contraposição ao poder patriarcal da sociedade Ocidental, incomodando o público conservador^[1].

Diante disso, o “neoliberalismo progressivo”, segundo Nancy Fraser, justifica os avanços de pautas progressistas e o mantimento dos interesses mercadológicos na indústria cultural, isto é, uma aliança entre movimentos sociais e os setores financeiros, inclusive Hollywood, trataremos com mais detalhes a seguir.

A nova Barbie e a fragilidade da perfeição

O filme *Barbie* chegou aos cinemas com grande expectativa, mas vai muito além de uma vitrine para vender bonecas. Sob a direção de Greta Gerwig, a comédia/aventura de 1h 54m traz Margot Robbie no papel da estereotipada Barbie, e ao explorar o mundo mágico de *Barbieland*, o filme aborda temas sensíveis e questiona os estereótipos impostos pela própria

cultura Barbie.

A história acompanha a vida cotidiana das diversas Barbies de *Barbieland*, que vivem em harmonia, focadas em festas e escolha de roupas. No entanto, a protagonista começa a refletir sobre sua existência e percebe que sua vida perfeita talvez não seja tão real quanto parece. Ela decide explorar o mundo como ele é e se depara com questões de violência e padrões de beleza inalcançáveis, que estão longe da perfeição plástica do universo Barbie.

A representatividade das personagens é um dos pontos fortes do filme. Ao explorar a diversidade de profissões e características das Barbies de *Barbieland*, a obra se mostra inclusiva e representa diferentes trajetórias de vida (com Barbies ocupando os cargos/funções de presidente, diplomata, médica, física e vencedora do prêmio Nobel, advogada, juíza da Suprema Corte e etc.). Isso vai ao encontro de um importante diálogo com a diversidade sexual e as minorias, mostrando que todos merecem ser vistos e respeitados.

O filme também aborda questões de *bullying* e violência, principalmente quando a Barbie principal chega ao mundo real e se depara com situações hostis e zombarias por sua aparência e estilo de vida. Essas experiências revelam as dificuldades enfrentadas por muitas pessoas, especialmente adolescentes, que precisam lidar com padrões opressores impostos pela sociedade. A pegada anti-*bullying* do filme é uma importante mensagem de que a empatia, o respeito e a aceitação são fundamentais para criar um ambiente mais inclusivo e tolerante.

Além disso, ao expor a hipocrisia da diversidade e inclusão nas bonecas, o filme critica o consumismo exacerbado e o padrão irreal de beleza. Ele questiona a ideia de que basta incluir algumas representações diferentes (Barbie grávida, *plus size*, negra e asiática e etc.) para resolver problemas sociais, mostrando que a mudança deve ser mais profunda e verdadeira.

A abordagem da equipe executiva da empresa Mattel, composta apenas por homens, também é uma crítica à superficialidade das representações e ao patriarcado, que surge no filme como antagonismo ao mundo perfeito de *Barbieland*. Isso ressalta a importância de ter mais diversidade nos processos de criação, garantindo que diferentes perspectivas sejam consideradas para criar personagens mais complexos e realistas.

A protagonista do filme, ao confrontar o mundo real, se depara com questões de violência e padrões de beleza inalcançáveis, enfrentando situações hostis e zombarias por sua aparência e estilo de vida. A boneca é inclusive chamada de fascista por uma das coadjuvantes, essa reflexão sobre os padrões opressores e a necessidade de empatia e respeito ressoa com a crítica ao fascismo estético presente na obra cinematográfica. O fascismo é frequentemente associado à intolerância, ao autoritarismo e à exclusão de quem não se enquadra nos padrões estabelecidos. Segundo Eugênio Bucci: [“É incrível como até mesmo essa crítica extrema tenha encontrado lugar - e de honra - dentro da narrativa. A bonequinha de luxo, muito embora ordinária, é mesmo fascista. Mas não quer mais ser. Ela quer crescer. Ela quer um happy end no show que nunca termina”](#).

Portanto, *Barbie* se destaca como uma obra que vai além da propaganda de bonecas e apresenta temas importantes para a sociedade atual. Ele dialoga com a diversidade sexual, as minorias e os excluídos, enquanto reforça uma forte mensagem anti-*bullying*, tornando-se uma produção relevante e significativa em sua abordagem social. Transcendendo os clichês se torna uma crítica inteligente sobre os padrões de beleza, representatividade e cultura consumista da Barbie, tornando-se uma obra relevante e impactante.

A presença da Barbie na cultura latino-americana

A boneca Barbie, criada pela empresa Mattel nos Estados Unidos em 1959, se tornou um ícone global da cultura ocidental. Sua disseminação na América Latina ocorreu de maneira expressiva, e a Barbie logo se tornou uma referência de beleza, moda e estilo de vida aspiracionais para muitas meninas da região. O alcance massivo da Barbie, impulsionado por campanhas de marketing agressivas, tornou-a um símbolo da cultura de consumo e do padrão de beleza ocidental,

exercendo uma influência marcante sobre a autoestima e a percepção corporal das jovens latino-americanas. Porém, o novo filme tenta desmascarar toda essa construção de perfeição e de padrões de beleza inalcançáveis para a maioria da população.

Estereótipos culturais nos filmes da Barbie

Ao longo dos anos, a boneca Barbie explorou diferentes culturas e países, incluindo algumas versões inspiradas na América Latina (ver imagem 1) como a Barbie brasileira, vestindo fantasia representando o Carnaval, a Barbie argentina com trajes de tango, a Barbie mexicana com trajes típicos coloridos ou vestindo os tradicionais “traje de charro” e a versão da boneca venezuelana, com trajes típicos de dança do país, conhecida como “El Joropo”.

Imagem 1 – Bonecas da coleção *Dolls of the World*, representando a cultura latino-americana (Brasil, Argentina, México e Venezuela, respectivamente)



Entretanto, é necessário analisar criticamente como essas representações podem perpetuar estereótipos e simplificações culturais. Por vezes, os filmes da Barbie, anteriores à estreia de 2023, especialmente as animações, retratam os países latino-americanos de forma genérica (e de forma indireta), enfatizando elementos superficiais como danças folclóricas, praias exuberantes e a fauna exótica (como os filmes: *Barbie em A Princesa da Ilha* [2007] e *Barbie e as Três Mosqueteiras* [2009]). Essas representações podem negligenciar a diversidade cultural, histórica e social dos países latino-americanos, contribuindo para uma visão reducionista da região.

Influência na política externa dos países da América Latina

A indústria cinematográfica é uma ferramenta poderosa de *soft power*, e os filmes da Barbie podem ter efeitos sutis nas relações dos Estados Unidos na América Latina. A representação de um comportamento que se poderia chamar de liberal-progressista – em alusão ao neoliberalismo progressista, cunhado por Nancy Fraser – nos filmes pode contribuir para uma percepção positiva do Ocidente como terra da tolerância e da democracia, associando os EUA a ideais de modernidade, progresso e aspirações de consumo.

No entanto, é importante reconhecer que a influência estadunidense na cultura latino-americana não é unidirecional. A América Latina também tem uma rica diversidade cultural que influencia a cultura global. Além disso, a presença da Barbie nos países latino-americanos também pode ser vista como uma expressão da cultura de consumo globalizada e do poder das empresas multinacionais. Mas é preciso aqui diferenciar culturas nacionais de indústria cultural, na acepção de Adorno e Horkheimer.

Os conceitos de *soft power* (poder brando) e *hard power* (poder bruto) cunhados por Joseph Nye Jr. no livro “*Bound to Lead: the Changing Nature of American Power*” [1990], podem explicar o fenômeno do filme *Barbie* globalmente, e especialmente na América Latina. Inicialmente é necessário considerar a definição de poder para Nye (2002, p.30) como: “a capacidade de obter os resultados desejados e, se necessário, mudar o comportamento dos outros para obtê-los”. Diante disso, o poder bruto é relacionado a formas tradicionais de execução de poder, como forças militares e econômicas, enquanto o poder brando atua de maneira mais indireta, seduzindo e atraindo por meio de valores, ideologias, cultura e estilo de vida. O *soft power* busca conquistar mentes e corações para influenciar positivamente a percepção de um país no cenário internacional.

No contexto da cultura latino-americana e da influência estadunidense, a indústria cinematográfica, incluindo o filme da Barbie, é destacada como uma ferramenta essencial do poder brando dos Estados Unidos. Através dos estúdios de Hollywood, roteiristas e produtores, promovem e difundem valores e modelos norte-americanos (evidenciando os avanços e retrocessos na cultura e sociedade local), o que pode influenciar a cultura e a percepção dos espectadores em todo o mundo, incluindo a América Latina. Podemos observar esse alcance no fim de semana de estreia do filme “*Barbie*” (2023) na região (ver tabela 1), com uma arrecadação substancial de mais de 53 milhões de dólares (cerca de 250 milhões de reais).

Tabela 1 – Arrecadação na América Latina no fim de semana de estreia (20 a 23/07)

Mercado	Data de lançamento	Abertura	Saldo Bruto
Argentina	20 de julho de 2023	US\$ 4.600.000	US\$ 4.600.000
Brasil	20 de julho de 2023	US\$ 17.600.000	US\$ 17.600.000
Colômbia	20 de julho de 2023	US\$ 4.442.404	US\$ 4.442.404
México	21 de julho de 2023	US\$ 22.691.954	US\$ 22.956.841
Peru	20 de julho de 2023	US\$ 3.700.000	US\$ 3.700.000
Total	—	US\$ 53.034.358	US\$ 53.299.245

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da [Box Office Mojo](#).

O poder brando dos Estados Unidos, através da disseminação de sua cultura por meio do cinema, programas de televisão e músicas, desempenha um papel significativo na homogeneização cultural global, pois a disseminação rápida e abrangente de informações através da internet e a facilidade de acesso alavancam seu potencial. As produções de Hollywood, em particular, têm uma presença marcante na América Latina, e a influência desses filmes pode reforçar estereótipos e padrões comportamentais estadunidenses na região (ou desconstruí-los).

No entanto, é importante considerar que, assim como o poder brando dos Estados Unidos influencia a cultura latino-americana, a América Latina também tem sua própria riqueza cultural que pode exercer influência global. A troca de valores e ideias é uma via de mão dupla, e a diversidade cultural latino-americana também contribui para moldar a

percepção internacional sobre a região.

Assim, no filme *Barbie*, podemos notar que a sociedade de *Barbieland* espelha algumas características da cultura americana, refletindo uma visão estereotipada e idealizada desse país. As festas, o estilo de vida extravagante e as profissões glamorosas representadas pelas diversas Barbies são exemplos de como a cultura norte-americana é retratada e romantizada na obra. Essa representação pode, inadvertidamente, reforçar estereótipos e padrões comportamentais estadunidenses na mente da audiência. No entanto, o novo filme traz um olhar mais progressista e inclusivo, desafiando essa tendência de homogeneização cultural e reforço de estereótipos. Ao apresentar uma grande variedade de Barbies, com diferentes etnias, cores de pele, origens culturais e padrões corporais, o filme busca representar a diversidade da sociedade contemporânea de forma mais autêntica e inclusiva.

A indústria cultural e a sociedade unidimensional na América Latina

A indústria cultural, conceito desenvolvido por Theodor Adorno e Max Horkheimer em *Dialética do Esclarecimento* [1944] e a sociedade unidimensional, teoria elaborada por Herbert Marcuse em *O Homem Unidimensional* [1964], podem ser relacionadas ao conceito de *soft power* e aos filmes de Hollywood e sua influência na cultura latino-americana.

Indústria cultural e *soft power*

A indústria cultural, segundo Adorno e Horkheimer, é um sistema de produção de cultura e entretenimento que busca padronizar e homogeneizar a experiência humana, reduzindo-a a mercadorias de consumo. Esse processo leva à criação de uma cultura de massa que não apenas reflete, mas também molda a mentalidade das pessoas, criando uma falsa sensação de liberdade e escolha, mas, na realidade, limitando sua capacidade de pensar e agir criticamente. Essa padronização cultural contribui para a disseminação do *soft power*, pois promove valores, ideias e estilos de vida que podem atrair e influenciar as pessoas em todo o mundo, tornando-as receptivas à cultura do país produtor.

O *soft power*, como discutido anteriormente, refere-se à capacidade de influenciar e atrair outros países por meio de meios culturais, ideológicos e econômicos, em vez de coação militar ou econômica. A indústria cultural é uma das principais formas de *soft power* exercido pelos Estados Unidos, pois suas produções, como o filme da *Barbie*, as músicas, os programas de TV e outros conteúdos de entretenimento, podem alcançar públicos globais, incluindo a América Latina, e disseminar valores e ideais que promovem uma imagem positiva dos Estados Unidos e de sua cultura.

A sociedade unidimensional e influência estadunidense na cultura latino-americana

A sociedade unidimensional, conforme aponta Herbert Marcuse, refere-se a uma sociedade em que o pensamento e a cultura são controlados e manipulados pelas forças dominantes, como a indústria cultural, o governo e as corporações. Nessa sociedade, as pessoas são alienadas, tornam-se consumidores passivos e não questionam o *status quo*. A indústria cultural, com suas produções padronizadas, contribui para essa unidimensionalidade, limitando a diversidade de ideias e perspectivas e reforçando os valores e crenças dominantes. Segundo Marcuse, “enquanto o capitalismo e a tecnologia se desenvolviam, a sociedade industrial avançada exigia crescente adaptação ao aparato econômico e social e submissão à dominação e à administração cada vez maiores. Por isso, uma ‘mecânica de conformismo’ espalhou-se por toda a sociedade. [...] o indivíduo perdeu as feições iniciais de racionalidade crítica (isto é, autonomia, discordância, o poder de negação), produzindo, assim, uma ‘sociedade unidimensional’ e um ‘homem unidimensional’” (KELLNER, 2015, p. 15-16).

No contexto da influência estadunidense na cultura latino-americana, a sociedade unidimensional pode ser observada na medida em que a disseminação de uma cultura de consumo globalizada, com base em valores e ideais americanos, pode reduzir a diversidade cultural e a expressão local nos países da América Latina, ou seja, a perda da racionalidade crítica local. Contudo, no filme contemporâneo *Barbie* observa-se uma mudança significativa nesse cenário. Através de uma enorme variedade de Barbies, de diferentes etnias, cores e padrões corporais, o filme abraça a diversidade e busca representar de forma mais inclusiva a sociedade atual. A inclusão de uma atriz transexual, Hari Nef, interpretando a

a terra é redonda

Barbie médica, é um exemplo claro de como o filme procura representar e dar visibilidade ao público LGBTQIA+, abrindo espaço para uma discussão sobre representatividade e inclusão no cinema e na sociedade.

Essa abordagem representa um avanço positivo, uma vez que desafia os estereótipos tradicionais e ultrapassa a visão unidimensional que a Barbie muitas vezes representou no passado. Ao incluir personagens diversos e apresentar histórias que refletem a realidade de diferentes grupos sociais, o novo filme “Barbie” se destaca como uma obra mais sensível e atualizada, capaz de dialogar com uma sociedade cada vez mais consciente da importância da diversidade e da representatividade.

À vista disso, as teorias da indústria cultural e da sociedade unidimensional de Adorno, Horkheimer e Marcuse podem ser relacionadas ao conceito de *soft power* e à influência do filme *Barbie* (com uma nova pegada inclusiva e representativa) e da cultura estadunidense na América Latina. A indústria cultural desempenha um papel significativo na disseminação do *soft power* dos Estados Unidos, promovendo valores e estilos de vida americanos em escala global. No entanto, essa influência pode contribuir para uma sociedade unidimensional, limitando a diversidade cultural e a expressão local na América Latina.

É fundamental estar ciente desses mecanismos de influência para promover uma compreensão mais crítica e reflexiva da cultura e da política internacional. A própria indústria cultural enxerga a necessidade de mudanças e avanços nas pautas de direitos das minorias e diálogo com o grande público, diverso e multifacetado, e é justamente isso que a nova obra cinematográfica da Barbie entrega.

Lá e de volta outra vez

A indústria cultural *mainstream* pode parecer inclusiva e progressista, mas ainda assim seguir uma lógica cultural dominante e comercial. Podemos observar isso no filme *Barbie*, [alguns consideram a obra um “acerto de contas” e uma “retratação”](#) em relação ao papel negativo que a boneca desempenhou na educação lúdica das meninas durante décadas.

De fato, a indústria do entretenimento tem um histórico de abordar questões sociais importantes, incorporando temas relevantes em suas produções. No entanto, muitas vezes, essas produções ainda seguem uma estrutura narrativa que enfatiza o individualismo e o consumo, enquanto abordam superficialmente questões sociais mais complexas, esse é justamente o “pulo do gato”, atrair o grande público e sublimar toda a cadeia comercial envolvida nas obras.

Quanto à Barbie, é inquestionável a questão dos negócios e dos milhões de dólares envolvidos em torno da marca, as ações da Mattel subiram 18% no acumulado do último ano. [Em junho, o avanço foi superior a 15% na Nasdaq, enquanto a Hasbro, concorrente da empresa, teve avanço de apenas 4,75% dos seus ativos no mesmo período.](#) Essa é uma questão central a ser abordada ao discutir a indústria cultural e suas produções aparentemente progressistas. Por um lado, temos um filme que busca trazer representatividade e inclusão, desafiando estereótipos e promovendo valores mais progressistas. Por outro lado, a Barbie continua sendo um produto comercial, parte de uma grande estratégia de marketing e vendas, que visa gerar lucros para as empresas envolvidas, seja em bilheteria, como evidenciamos anteriormente, e/ou licenciamento (de roupas, sapatos e até alimentos como a rede de *fast food*, Burger King, com o combo da Barbie).

Essa tensão entre os ideais progressistas e os interesses comerciais é uma questão complexa a ser considerada ao analisar a influência da indústria cultural. O filme *Barbie* pode ser uma tentativa genuína de evoluir e se adaptar aos tempos atuais, refletindo preocupações e valores sociais mais abrangentes. No entanto, também pode haver a preocupação de que, ao abordar questões importantes, ele possa ser uma forma de capitalizar sobre tendências de consumo e a busca por uma imagem mais positiva para a marca.

O importante é reconhecer que a indústria cultural, incluindo o cinema, é uma combinação complexa de elementos artísticos, comerciais e sociais. Ao analisar produções como o filme da Barbie, é necessário avaliar criticamente tanto o

conteúdo apresentado quanto o contexto em que está inserido, levando em consideração as motivações comerciais e os objetivos artísticos e sociais. Isso permite uma visão mais abrangente e crítica da influência cultural e de como as produções cinematográficas podem impactar a percepção das pessoas.

No entanto, mesmo com essas mudanças, é relevante questionar até que ponto a indústria cultural está genuinamente interessada em promover a diversidade e a inclusão ou se está apenas respondendo às pressões do mercado e às mudanças nas percepções sociais, podemos encontrar a “pegadinha” justamente aí. Isso não significa que o filme não possa ser apreciado por suas mensagens positivas e sua tentativa de avançar em direção à diversidade, mas é essencial ser crítico em relação à interseção entre a mensagem do filme e os interesses comerciais da indústria cultural.

Em suma, o diálogo interno sobre os limites e contradições da indústria cultural é fundamental para uma análise completa. A indústria cultural não é homogênea, e suas produções podem conter elementos progressistas e comerciais ao mesmo tempo. O desafio é analisar essas nuances e compreender como a cultura e o comércio estão intrinsecamente conectados nesse cenário de entretenimento globalizado.

O “neoliberalismo progressivo” e seu impacto na cultura

Podemos perceber uma conexão entre a hegemonia da indústria cultural e o sistema econômico predominante. O “neoliberalismo progressivo”, segundo Nancy Fraser (2018), é descrito como uma aliança entre as principais correntes liberais dos novos movimentos sociais (feminismo, antirracismo, multiculturalismo, ambientalismo e direitos LGBTQIA+) e os setores financeiros e simbólicos de destaque da economia dos EUA (Wall Street, Vale do Silício e Hollywood).

É substancial destacar os conceitos de distribuição e reconhecimento para a filósofa estadunidense: “O aspecto distributivo transmite uma visão sobre como a sociedade deve alocar bens divisíveis, especialmente renda. Este aspecto fala sobre a estrutura econômica da sociedade e, ainda que obliquamente, às suas divisões de classe. O reconhecimento expressa um senso de como a sociedade deve atribuir respeito e estima, as marcas morais do deleito de associação e do pertencimento. Focado na estrutura de status da sociedade, este aspecto refere-se às suas hierarquias de status” (FRASER, 2018, p. 45). De certa maneira, a cultura e o capital econômico ficam em polos distintos.

A partir disso, essa conexão é significativa porque destaca como a indústria do entretenimento, incluindo Hollywood, está envolvida nessa aliança. O bloco progressista-neoliberal combina aspectos econômicos expropriativos e plutocráticos com uma política liberal-meritocrática de reconhecimento. O componente distributivo é neoliberal, visando liberalizar e globalizar a economia, o que levou à financeirização e desindustrialização, impactando negativamente a classe trabalhadora e a classe média enquanto beneficiava os mais ricos.

Por outro lado, o bloco progressista-neoliberal adota uma política de reconhecimento superficialmente igualitária e emancipatória, buscando atrair os movimentos sociais progressistas para a causa. O *ethos* de diversidade, empoderamento, pós-racialismo, multiculturalismo e ambientalismo foi adotado, mas interpretado de maneira compatível com a economia neoliberal, o que contribuiu para a legitimação dessas políticas. É justamente essa apropriação que a indústria cultural estadunidense faz, capta as principais questões do momento e transforma em algo palpável ao grande público, o filme *Barbie* é um dos muitos casos dessa expressão.

Por fim, essa análise pode ser aplicada ao filme *Barbie*, onde podemos identificar uma tentativa de abordar questões sociais importantes, como representatividade e diversidade, mas ainda inserido em um contexto comercial que visa promover a marca e a lucratividade. Assim como o “neoliberalismo progressivo” buscou reembalar suas políticas econômicas com uma retórica progressista para alcançar hegemonia, o filme pode ter adotado um discurso mais inclusivo para atrair um público mais amplo, ao mesmo tempo que continua sendo parte da indústria cultural *mainstream*, sujeita a interesses comerciais e lucrativos.^[1]

***Bruno Fabricio Alcebino da Silva** é bacharel em Ciências e Humanidades pela Universidade Federal do ABC.

Referências

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1985.

FRASER, Nancy. Do neoliberalismo progressista a Trump - e além. *Política & Sociedade* - Florianópolis - Vol. 17 - Nº 40 - Set./Dez. de 2018.

KELLNER, Douglas. Introdução à 2ª edição. In: MARCUSE, H. *O Homem Unidimensional: estudos da ideologia da sociedade industrial avançada*. São Paulo: Edipro, 2015.

MARCUSE, H. *O Homem Unidimensional: estudos da ideologia da sociedade industrial avançada*. São Paulo: Edipro, 2015.

NYE Jr., J. S. *O paradoxo do poder americano: porque a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada*. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo, Ed. da UNESP, 2002.

NYE Jr., J. S. *Bound to Lead: the Changing Nature of American Power*. Basic Books (AZ); Revised ed; 1990.

Nota

[1] Agradeço as sugestões e a colaboração fundamental de Gilberto Maringoni.

**A Terra é Redonda existe graças aos nossos leitores e apoiadores.
Ajude-nos a manter esta ideia.**

[CONTRIBUA](#)