

## **SOFT POWER E INDÚSTRIA CULTURAL: A POLÍTICA EXTERNA NORTE-AMERICANA PRESENTE NO COTIDIANO DO INDIVÍDUO**

Maíra Ouriveis<sup>1</sup>

### **Resumo**

Este artigo busca investigar a questão da construção do poder norte-americano através da cultura. Para tanto é relevante entender as relações internacionais não somente como um contexto onde os atores principais de tomada de decisão são os Estados, organizações internacionais ou até organizações não-governamentais. Mas ir além, e remeter a raiz da existência de todas essas formações: o indivíduo, seu desenvolvimento, suas atitudes e os reflexos destas em questões de abrangência global. Assim, buscamos entender a chamada Indústria Cultural para então relacionar este conceito com o de soft power e com outros que dizem respeito a sua estrutura do poder, como ele pode ser colocado em prática, como sua efetividade é verificada e como ele atinge os mínimos atos do indivíduo comum, realizando dessa maneira uma aproximação entre o campo das relações internacionais com os de sociologia e filosofia. Dessa forma é possível demonstrar a efetividade real de domínio que os EUA conseguem exercer internacionalmente pelos meios de comunicação, influenciando em padrões de vida e valores pessoais para assim no campo da política internacional abrir caminhos para que suas decisões sejam aceitas mais facilmente.

Palavras-chave: poder brando, Indústria Cultural, política externa, EUA, indivíduo.

### **Abstract**

<sup>1</sup> Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP) Campus de Marília e Mestranda em Ciências Sociais na Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP) – Campus de Marília

This paper investigates the issue of construction of American power through culture. Therefore, it is important to understand international relations not only as a context where the main actors of decision making are states, international organizations or even NGOs. But go further and refer to the root of the existence of all these formations: the individual, its development, attitudes, and reflections on these issues of global scope. Thus, we seek to understand the so-called Cultural Industry and then relate this to the concept of soft power and others that relate to power structure, how it can be put into practice, how its effectiveness is verified and how it reaches the smallest acts of the average individual, thus making a connection between the field of international relations with sociology and philosophy. Thus it is possible to demonstrate the effectiveness of the domain that the U.S. can engage internationally by the media, in influencing patterns of life and personal values to open paths in the field of international politics so its decisions are more easily accepted.

Keywords: soft power, Cultural Industry, foreign policy, USA, individual.

## **INTRODUÇÃO**

O século XX foi marcado por grandes guerras e por eventos com altos números de mortos: neste século se deu a Guerra Fria, as duas Guerras Mundiais, as bombas atômicas e o holocausto nazista. Tudo isso para que fosse protegido o interesse nacional por questões políticas e econômicas. Contudo na década de 1970 começa a ficar visível que as populações já não aceitavam tantas perdas em nome da manutenção e conquista de poder. Desde então o apelo dos países para métodos de conquista bélicos vem perdendo apoio. Agora, já no início da segunda década do século XXI, pode-se afirmar seguramente que para garantir suas conquistas e interesses os governos fazem uso cada dia mais de uma forma de poder mais branda, teoricamente menos agressiva, porém muito abrangente e devastadora. Joseph Nye Jr. (2002) definiu essa forma de execução de poder como soft power ou poder brando em oposição ao chamado hard power ou

poder bruto. O último é o poder exercido nas formas mais tradicionais como dominação militar e econômica. O outro, o poder exercido através de instrumentos como a cultura. O soft power foi escolhido para ser foco deste artigo por permear as relações do dia-a-dia e acabar sendo naturalizado, não recebendo atenção para que se tome consciência de como ele é erigido, quais são seus instrumentos de execução, quais suas conseqüências para o cotidiano das pessoas e o porquê de ser aceito praticamente sem resistência.

Os Estados Unidos estiveram envolvidos em todos os conflitos acima citados, bem como tomaram parte em outras disputas na busca da realização de interesses internos. Após o fim da Guerra Fria os EUA ganharam mais espaço dentro das relações internacionais devido a suas condições econômicas e políticas. Diversos estudos buscaram compreender como os norte-americanos conseguiram se destacar tanto no cenário internacional. Compreender os conceitos soft e hard power é necessário para entender como os EUA constroem sua política externa e como esta afeta não somente decisões de Estados e instituições, mas afeta o indivíduo em sua rotina. Fatos como o ataque ao World Trade Center em Nova Iorque, seguido da invasão americana do Afeganistão em 2001, e do Iraque em 2003, trouxeram a questão do poder americano para o centro, tornando-a alvo de várias críticas. A divulgação de dados que demonstraram que tanto a invasão do Iraque quanto a do Afeganistão envolveram diversas mortes e denúncias de tortura, ou seja, práticas de poder bruto que estão sendo cada vez mais condenadas, deixaram clara a importância do poder brando como alternativa na política externa.

Com um olhar superficial, o soft power pode ser visto como o poder pela cultura porém a apreensão mais a fundo desse conceito só será possível quando trabalhados os elementos que compõe esse poder, quais são os mecanismos que o fazem funcionar e qual o alcance dele. A cultura norte-americana está presente em todos os países do mundo, ultrapassa barreiras territoriais e agrada espectadores de diversas nacionalidades. Theodor W. Adorno e Max Horkheimer (1985) contribuem para essa discussão com o conceito de Indústria Cultural, que diz respeito mais especificamente às produções de Hollywood. É relevante refletir os motivos pelos quais os indivíduos sequer questionam a qualidade dessas produções culturais, e nem percebem a maneira como suas vidas são influenciadas pelo que consomem. Não é a intenção deste trabalho retratar os indivíduos

como vítimas, que aceitam tudo que lhes é imposto. A abordagem não pretende ter uma visão voltada para a vitimização do homem, mas sim entender a construção de suas opiniões e de seu senso crítico. Para tanto, faz-se uso do estudo de Hebert Marcuse (1969) sobre o homem unidimensional, um indivíduo que não tem capacidade de discernimento.

Este artigo também aborda a maneira como os indivíduos são alvos de mecanismos de controle e formação ligados a comunicação, tema de estudos de Gilles Deleuze (1990). Assim, toda a sociedade é controlada e limitada por algo que está disseminado nas relações rotineiras: a cultura. Até as questões de saúde são controladas por doutrinas diluídas nos meios de disseminação de informação. Michel Foucault (1988) colabora com esta reflexão com o conceito de bio-poder: a regulamentação da vida dos indivíduos em relação a sua saúde. Algo presente nos atos e pensamentos de qualquer indivíduo, e que também é concretizado e ratificado através de elementos da cultura. Este trabalho buscou relacionar conceitos de diversos campos de conhecimento como filosofia, sociologia e política externa. Essa abordagem ainda é rara nos estudos de relações internacionais, porém novas conjunturas que vêm ocorrendo têm deixado claro que os assuntos desse campo de estudo devem receber enfoques novos. A presente análise se faz necessária, uma vez que Estados e instituições são compostos por indivíduos, com seus valores, idéias e opiniões, elementos estes que, por sua vez, refletem na dinâmica internacional.

### **1 O poder e suas configurações: poder bruto e poder brando**

No início da década de 1990, Joseph Nye Jr. buscou diferenciar as formas de execução e manutenção de poder em seu livro "Bound to Lead: the Changing Nature of American Power"<sup>2</sup>: soft power e hard power (poder brando e poder bruto respectivamente). Compreender estes conceitos, como eles funcionam e de que maneira afetam a dinâmica das relações internacionais é relevante para compreender

<sup>2</sup> Fadado a liderar: a natureza mutável do poder americano.

a configuração atual dos países dentro do sistema internacional. Para contrapor os conceitos supracitados primeiramente é necessário que se faça a definição de poder. Este conceito diz respeito “a capacidade de obter os resultados desejados e, se necessário, mudar o comportamento dos outros para obtê-los” (NYE, 2002, p. 30). O hard power tem suas raízes em forças militares e econômicas e é a maneira de execução de poder mais tradicional, que ameaça e induz o outro de forma direta. Opondo-se a este, o soft power corre de modo indireto. Seduz e atrai por meio da venda de valores do país, de ideologias, fazendo com que outros o admirem por seu estilo de vida, produtos e cultura, conquistando mentes.

O poder exercido de forma bruta, com caráter militar, pode ser encontrado em ações de diplomacia coercitiva, ou seja, negociações que deixam claras as condições de ameaça ou também através de alianças militares. No campo econômico, poder pode aparecer em sanções e subornos. Situações emblemáticas que ilustram o uso do hard power são as invasões do Afeganistão e do Iraque ocorridas nos anos 2001 e 2003 respectivamente. Nestes momentos os Estados Unidos buscaram se impor e conquistar seus objetivos através da utilização de força bélica, típica da execução de poder duro. Por outro lado os EUA tem seu poder brando presente no mundo em meios de disseminação de informações como o cinema, a internet, as músicas, os programas de televisão e os intercâmbios (JOFFE, 2006).

As guerras, os ataques armados, as imposições e ameaças estão presentes desde os primeiros registros da história humana, e exatamente por ser considerada uma forma mais tradicional de execução do poder, é o mais conhecido. Por outro lado, o poder brando, apesar de não ser considerado tão tradicional, também ocorre há muito tempo. Este já estava presente, por exemplo, após a Guerra Franco-Purssiana, no século XIX, quando o governo francês, havendo sido derrotado na guerra, lançou mão de uma política de promoção de sua língua e literatura, fazendo isso através da Aliança Francesa, para que assim reconquistasse credibilidade, admiração e, conseqüentemente, cooperação (NYE, 2002). O controle sobre a execução do poder brando foge às mãos do governo podendo este ser posto em prática por empresas ou grupos não governamentais (NYE, 2002). O Estado como ator que executa de forma branda seu poder só terá sucesso na

obtenção de seus objetivos caso adote uma política externa convidativa.. Um artifício fundamental no momento da construção desta política é se apresentar favorável a valores que já são compartilhados e admirados, como erradicação da pobreza, disseminação da democracia e promoção da paz.

Para o fortalecimento do poder brando americano pode-se dizer que os EUA contam com as produções de Hollywood a seu favor. Estúdios, roteiristas e produtores fortalecem o poder brando de seu país ao lançar e divulgar mundialmente filmes carregados de ideais e modelos americanos. Mesmo que haja subsídio por parte dos governos europeus para estimular a produção de filmes locais, os filmes hollywoodianos ainda são os mais difundidos pelo globo. A televisão e o cinema, dominados por programas e filmes norte-americanos, rompem fronteiras levando consigo o estilo de vida de sua sociedade. Os seriados e as produções americanos exibem personagens, lugares, atitudes e discursos que são atrativos, geram uma determinada sedução, o espectador se identifica com o que assiste. É por meio de Hollywood que a fama de invencível e invulnerável dos EUA se propaga bem como seu renome de nação benevolente, protetora e solucionadora de conflitos. Os outros atores do poder brando que são, por exemplo, diversas empresas multinacionais têm em seus produtos e propagandas valores e padrões genuinamente americanos, que ao se fazerem presentes em outros países acabam por ser incorporados na cultura local. Estes atores são os responsáveis por boa parte do mundo ter absorvido os padrões comportamentais dos norte-americanos, sejam estes padrões de beleza, de saúde ou até mesmo de alimentação.

Nas últimas duas décadas ocorreu de forma marcante a intensificação da globalização e a revolução da informação, dois fatores de extrema importância na execução do poder de maneira branda. Essa chamada terceira revolução industrial diz respeito ao desenvolvimento de novas tecnologias e a expansão do número de usuários da internet, o que faz com que a cada dia que passa as informações circulem pelo mundo todo de forma mais veloz, chegando a um número muito maior de pessoas (NYE, 2002). Já a globalização quebrou diversas barreiras econômicas, principalmente tarifárias, causando assim uma intensificação no comércio de produtos importados. Por outro lado, há uma das faces da globalização que é conhecida como globalização social,

e é exatamente a abordagem desta que deixa clara a relevância de Hollywood e da internet como elementos responsáveis pela homogeneização cultural do mundo.

Os EUA se beneficiam destes fatores devido ao chamado americanocentrismo “[...] uma vez que grande parte da revolução da informação provém dos Estados Unidos e grande parte do conteúdo das redes de informação global normalmente é criada no país o que aumenta o ‘poder brando’ norte-americano.” (NYE, 2002, p. 140). Como afirma Joffe (2006), o poder brando não precisa de armas para viajar, mas se dissemina em boa parte das informações repassadas rapidamente por sites, blogs, seriados, filmes, e músicas no meio popular e, por serem produzidos em território americano, ajudam a espalhar sua cultura e a globalização em conjunto com a revolução da informação ajudam a intensificar esse fluxo. Cabe ressaltar que programas de intercâmbio também são elementos de disseminação de cultura, portanto colaboram para a construção do soft power. No Brasil, os programas de intercâmbio são um dos principais instrumentos de disseminação do poder brando, pois segundo Paulo Roberto de Almeida (2009) a concessão de bolsas de estudos e recepção de alunos lusófonos, principalmente da África, mostra uma das maneiras como o país busca fortalecer o seu poder.

Basicamente o poder brando está diretamente relacionado à credibilidade do país. Quanto mais capacidade de disseminação de poder brando ele dispuser, mais crédito ele terá perante o sistema internacional, “o país que consegue legitimar seu poder aos olhos dos demais encontra menor resistência para obter o que deseja. Contando ele com uma cultura e uma ideologia atraentes, os outros se mostram mais dispostos a acompanhá-lo.” (NYE, 2002, p. 39). A decisão tomada durante o governo de George W. Bush de que os EUA não ratificariam o Protocolo de Kyoto acarretou uma queda na aceitabilidade deste país frente aos outros no cenário internacional. Nos dias de hoje, as questões ambientais são umas das principais causas admiradas e prezadas. A decisão dos formuladores da política externa americana de não colaborar com o objetivo proposto foi interpretada como a má vontade dos norte-americanos de colaborar para um objetivo comum. Uma postura arrogante degenera o poder brando, que por sua vez acaba refletindo de maneira negativa no poder bruto, como no momento em que

[...] os americanos queriam persuadir o governo turco a permitir a passagem da Quarta Divisão de Infantaria pela Turquia para entrar no Iraque pelo norte. O governo turco poderia ter se disposto a conceder, mas o parlamento disse “Não”, por que os Estados Unidos se tornaram tão impopular, suas políticas percebidas como tão ilegítimas, que eles não estavam querendo autorizar essa passagem de tropas pelo país. (NYE, 2004, tradução nossa)<sup>3</sup>

Nye afirma que a política externa norte-americana tem deixado o soft power em segundo plano e caso os EUA desejem manter-se hegemônicos é necessário voltar mais atenção para esse campo já que o poder bruto tem sido reprovado principalmente por três motivos. Primeiramente por acarretar altos custos. Também devido a não tolerância do sistema internacional a atitudes colonialistas. E por último, por causa do grande número de baixas ocasionadas por guerras. Desse modo, a aposta no poder brando deve ser cada vez maior. Nye demonstra o descaso americano em relação ao poder brando ao afirmar que se fosse gasto 1% do orçamento militar no programa de diplomacia pública, o investimento já seria quadruplicado (NYE, 2004). Essa informação do autor também retrata que o principal agente fortalecedor do poder brando americano não é o governo, mas sim os atores particulares, como os estúdios hollywoodianos.

O aumento da atenção voltada ao soft power se deve em grande parte aos ataques de 11 de setembro de 2001 uma vez que a derrubada das torres do World Trade Center representaram o primeiro ataque sofrido pelos EUA em seu território continental. Apesar deste país ter participado de diversas disputas internacionais, sempre as guerras se davam em território estrangeiro. O território americano nunca havia sido penetrado por forças bélicas estrangeiras. (PECEQUILLO, 2001). Dessa maneira, este ataque significou a quebra do mito de invencibilidade americana. A relevância do poder brando foi sentida quando os EUA começaram a invasão do Afeganistão e, dois anos depois, do Iraque. Ficou claro que para que estas ocupações dessem certo os EUA não poderiam fazer tudo sozinhos, eles inevitavelmente necessitariam da cooperação de outros governos. Em um

<sup>3</sup> the Americans wanted to persuade the Turkish government to send the Fourth Infantry Division across Turkey to enter Iraq from the north. The Turkish government might have been willing to concede, but the Turkish parliament said, “No,” because the United States had become so unpopular, its policies perceived as so illegitimate, that they were not willing to allow this transfer of troops across the country.

contexto onde os EUA fossem vistos com admiração e apoio a seus valores e objetivos, uma situação como a que ocorreu com a Turquia não teria ocorrido. A postura petulante dos norte-americanos afastou diversos países que em outro cenário os apoiariam.

Até mesmo as forças militares exercem papel importante na construção do soft power. Uma invasão justificada pela deposição de um ditador, ou uma intervenção militar em um país em nome dos direitos humanos é vista como legítima e feita em nome de valores compartilhados. Ataques justificados por motivos financeiros, como a existência de petróleo no local ocupado, costumam ser condenados pelos outros Estados. O desenrolar das ações militares também influenciam. Um exército que invade outro país, e causa morte de muitos civis é repudiado. A atuação dos EUA nas guerras no Oriente Médio no início deste século demonstram como o hard power pode prejudicar o poder brando. Dentro dos EUA o governo perdeu popularidade devido à grande ocorrência de fogo amigo, quando soldados americanos atacam seus próprios colegas, por confundi-los com membros das tropas inimigas.

Mesmo com a imagem prejudicada depois do envolvimento nessas guerras, “os Estados Unidos são, de longe o maior exportador de filmes e programas de televisão do mundo, muito embora a ‘Bollywood’ indiana produza mais filmes por ano” (NYE, 2002, p. 76), e com isso eles ainda despertam o interesse de jovens que querem vivenciar a rotina americana do high school,<sup>4</sup> atraem migrantes que tanto vêem nos filmes os EUA como um lugar de liberdade e igualdade e recebem visitas de milhões de estrangeiros por ano que vão até o território americano com a intenção de comprar produtos das mais diversas marcas.

## **2 A Indústria Cultural e a execução do soft power**

Tendo em vista que “estudar e pesquisar a transformação das sociedades modernas a partir dos meios de comunicação de massa se constitui em fator essencial para diversos campos e/ou ciências” (COSTA, 2003, p. 1), é necessário que as relações

<sup>4</sup> High school corresponde ao ensino médio e é um tema sempre abordado nos filmes americanos.

internacionais também tenham suas questões analisadas através do ângulo da cultura e da comunicação. O conceito de Indústria Cultural (ADORNO e HORKHEIMER, 1985) surge com o objetivo de definir a existência da arte como produto, feita apenas para ser consumida pelo espectador. Cabe aqui explicar o porquê da criação deste novo conceito ao invés da utilização do termo cultura de massa já existente. Por cultura de massa se compreende uma cultura advinda do povo, por ele produzida. Esta definição não dava conta do tema que Adorno e Horkheimer pretendiam abordar. A nova definição foi criada para denotar uma cultura fabricada que tem as massas como público alvo e principais consumidores. Ou seja, não é produzido por eles e sim para eles. Como a própria nomenclatura já explicita, a Indústria Cultural não passa de uma fábrica de produtos culturais, sejam eles filmes, programas de televisão ou músicas. É de grande relevância a compreensão do conceito de Indústria Cultural para que se possam estudar as implicações desta para a sociedade e para o sistema internacional, já que os produtos desta indústria são os mais consumidos atualmente, por ela possuir um grande alcance, chegando a todos os países do planeta.

A Indústria Cultural possui um caráter completamente comercial, “sua produção é em grande escala – basta ver as tiragens dos jornais e as audiências da televisão e do rádio –; tem um baixo custo, porque se beneficia da economia de escala; é padronizada, pois é a eterna repetição do mesmo.” (FADUL, 1994, p. 56) e funciona como qualquer outra indústria: atenta a custos, distribuição e retorno de lucros. Esses bens de consumo são feitos em série, seguindo fórmulas prontas, garantias de sucesso, de recorde de público e arrecadação. A característica da Indústria Cultural que merece mais atenção é a de que seus produtos dão maior importância à forma do que ao conteúdo. Há muito mais investimento no desenvolvimento da técnica do que na elaboração do tema que será apresentado. O que está projetado na tela pretende somente divertir, e não exigir nenhum esforço de compreensão de quem assiste. É gasto muito mais dinheiro e tempo na produção de efeitos especiais do que na pesquisa e formulação de temas relevantes. As produções do cinema produzem e reproduzem temáticas e enredos que são garantias de sucesso nas bilheterias. Não há necessidade de criação e inovação quando os estúdios e produtores têm a certeza de que a reprodução quase que fiel do

filme anterior levará milhares de espectadores às salas de projeção, trazendo assim o lucro que toda empresa do sistema capitalista preza.

De acordo com Walter Benjamin (1987) até as obras de arte já eram alvo de reproduções. As cópias eram feitas por discípulos, para exercitar seus traços, por mestres para difundir as obras ou, também, por pessoas que apenas queriam lucrar sobre a obra de outrem. Outras técnicas, que não a reprodução a mão, surgiram posteriormente, como a xilogravura, estampa em chapa de cobre, água-forte, litografia e, por fim, a fotografia. Este foi um acontecimento que mudou os rumos da arte, afinal “pela primeira vez no processo de reprodução da imagem a mão foi liberada das responsabilidades artísticas mais importantes, que agora cabiam unicamente ao olho.” (BENJAMIN, 1987, p. 167). O cinema falado juntou a fotografia em movimento com a reprodução técnica do som e ocasionou uma mudança na maneira de se apreender as obras de artes. O indivíduo perde o costume de focar o olhar em uma pintura, por exemplo, analisá-la por minutos, perceber seus detalhes, compreender o sentido daquilo que está ali representado. A fotografia é divulgada acompanhada, obrigatoriamente, de legendas, já mostrando qual o caminho de interpretação se deve seguir.

Antigamente a obra de arte possuía outro papel na sociedade. Segundo Benjamin (1987) sua produção, na grande maioria das vezes, ocorria devido a certo ritual, possuía comumente algum sentido religioso, místico, e acontecia em torno de certo culto. A produção de arte em velocidade acelerada e desconectada deste contexto alterou a definição do que é arte atualmente. As produções do cinema, em especial o de Hollywood, não se encaixam mais na definição de obra de arte, são apenas mercadorias, voltadas exclusivamente para o consumo e lucro. Se antigamente as obras de arte eram resguardadas e poucos tinham a oportunidade de vê-las, hoje, devido aos preços altos das produções cinematográficas, para que haja lucro, os filmes devem alcançar um grande número de espectadores.

A reprodutibilidade técnica do filme tem seu fundamento imediato na técnica de sua produção. Esta não apenas permite, da forma mais imediata, a difusão em massa da obra cinematográfica, como a torna obrigatória. A difusão se torna obrigatória, porque a produção de um

filme é tão cara que um consumidor que poderia, por exemplo, pagar um quadro, não pode mais pagar um filme. (BENJAMIN, 1987, p. 172)

Hollywood foi o principal fator responsável pela transformação do cinema em produto. O local chamou a atenção dos cineastas em meados do século XX por seu clima ameno e o sol durante quase o ano inteiro, possibilitando que fossem feitas filmagens externas durante todas as estações. Atualmente, o termo Hollywood é utilizado não apenas para se referir aos filmes produzidos nesse local, mas para tratar de todos os filmes de origem americana. Uma das características hollywoodianas é o zelo pela perfeição. As cenas são editadas até que saiam da maneira mais perfeita possível. A iluminação, as cores, a continuidade, a fala, os movimentos, tudo deve estar na tela sem nenhuma imperfeição. Tudo está intencionalmente posicionado, cada movimentação de câmera tem o objetivo de ressaltar determinado elemento da cena. Esta perfectibilidade dos filmes também é um dos elementos de sedução do espectador. A vida perfeita da tela é a vida desejada do indivíduo que não encontra isso no seu cotidiano. Tanto os filmes de ação, quanto os de romance, possuem roteiros e cenas que são previsíveis. Quando o filme começa já se pode imaginar como ele irá terminar. Os sons e músicas em cada cena já deixam o espectador ciente do que irá acontecer. A maneira como a cena irá se desenrolar é perfeitamente previsível, uma vez que o ouvido e os olhos dos indivíduos já estão treinados e muito acostumados a verem e ouvirem aquilo diversas vezes. Por meio da repetição de clichês a Indústria Cultural acaba por influenciar a criação e adoção de modelos de comportamento na rotina do indivíduo. As cenas tantas vezes reproduzidas repetem os comportamentos genuínos do galã, do vilão, da mocinha, do pobre e do rico, mostram atos que são motivados por valores morais, e de determinada maneira são absorvidas pelo imaginário dos espectadores. Isso acontece não através de discursos, mas sim por meio da repetição de histórias semelhantes inúmeras vezes

A palavra que não é simples meio para algum fim parece destituída de sentido, e as outras parecem simples ficção, inverdade. Os juízos de valor são percebidos ou como publicidade ou como conversa fiada. A ideologia assim reduzida a um discurso vago e descompromissado nem por isso se torna mais transparente e, tampouco, mais fraca. Justamente

sua vagueza, a aversão quase científica a fixar-se em qualquer coisa que não se deixe verificar, funciona como instrumento da dominação. (...) A indústria cultural tem a tendência de se transformar num conjunto de proposições protocolares e, por isso mesmo, no profeta irrefutável da ordem existente. (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 122)

Cabe nesse momento retomar o conceito de soft power tendo em vista que a Indústria Cultural muito contribui para o fortalecimento deste. Tendo consciência da importância do cinema para a consolidação da política externa norte-americana, existem registros que ressaltam a participação do governo americano nas idéias e os temas cinematográficos retratados nas telas (FILHO, 2008). Hollywood, “a maior fonte de propaganda política do tipo soft power” (FILHO, 2008, p. 14), conta com grande ajuda dos governistas dos EUA para produzir seus grandes sucessos mundiais. Roteiristas, diretores, executivos, produtores, atores e outros profissionais da mídia, seja ela TV, cinema ou publicidade, recebem convites para treinamentos, mesas redondas e até visitas a locais restritos. Tudo isso é planejado para que o cinema venda valores e idéias que necessitam de apoio como a importância do alistamento no exército e o significado de conceitos novos como “guerra ao terror”. Até mesmo instituições de serviço secreto como a CIA<sup>5</sup> e o FBI<sup>6</sup>, mantêm parcerias desse tipo.

Nas telas dos cinemas aparecem retratados o zelo pela paz, a disseminação da democracia, o respeito pela diversidade cultural: valores que passam a ser alvo de admiração e inspiram a formação dos indivíduos. A identificação e introjeção desses valores na vida do espectador ocorre devido à experiência que o cinema proporciona, onde o indivíduo percebe a rua como um prolongamento do filme que acabou de assistir, já que, “quanto maior a perfeição com que suas técnicas duplicam os objetos empíricos, mais fácil se torna hoje obter a ilusão de que o mundo exterior é o prolongamento sem ruptura do mundo que se descobre no filme” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 104).

5 Central Intelligence Agency (CIA), em português Agência Central de Inteligência, fornece informações em relação a segurança nacional para políticos seniores americanos, bem como realiza atividades secretas por pedido do presidente. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/curiosidades/a-diferenca-entre-fbi-cia.htm>

6 Federal Bureau of Investigation (FBI), em português Escritório de Investigação Federal, tem responsabilidades de investigação criminal e de inteligência dos Estados Unidos. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/curiosidades/a-diferenca-entre-fbi-cia.htm>

O que garante que os produtos da Indústria Cultural serão aceitos e bem sucedidos é que o estabelecimento de padrões da produção é resultado das necessidades dos espectadores. Estes têm a necessidade de aproveitar seu tempo livre, precisam de diversão quando não estão se dedicando ao trabalho. Dessa maneira, o tempo de diversão segue a mesma lógica que o tempo dentro do ambiente de trabalho, tendo em vista que

A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu um tal poderio sobre a pessoa em seu lazer e sobre a sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão, que esta pessoa não pode mais perceber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho. O conteúdo não passa de uma fachada desbotada: o que fica gravado é a seqüência automatizada de operações padronizadas. Ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença incurável de toda diversão. O prazer acaba por se congelar no aborrecimento, porquanto, para continuar a ser um prazer, não deve mais exigir esforço e, por isso, tem de se mover rigorosamente nos trilhos gastos das associações habituais. O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática – que desmorona na medida em que exige pensamento –, mas através de sinais. Toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada. Os desenvolvimentos devem resultar tanto quanto possível da situação imediatamente anterior, e não da idéia do todo. (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 113)

O que motiva o espectador a buscar estes enlatados culturais é a promessa de que nestes ele encontrará a fuga da rotina, verá projetado nas telas os objetos que deseja consumir e o estilo de vida que gostaria de ter. Os produtos desta indústria vendem ilusão. Nenhum termo seria melhor colocado aqui do que o de venda. A Indústria Cultural na sociedade capitalista é extremamente relevante, “as cifras publicadas dos rendimentos

de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos.” (ADORNO E HORKHEIMER, 1985, p. 100). Este é um dos fatos que deixa mais nítido o papel de mercadoria, e nada mais do que isso, que a cultura exerce no sistema atual. Enchendo a vida do espectador de espetáculos, a Indústria Cultural apenas tem a intenção de divertir, não tem comprometimento com o esclarecimento do indivíduo, “[...] destaca-se seu poder em destituir dos indivíduos a autonomia em julgar e decidir.” (SILVA, 2005, p. 2). Já que o caráter crítico do espectador não é trabalhado, cada vez mais ele aceita o que lhe é mostrado. Como Adorno e Horkheimer (1985) afirmam, a cultura não ajuda somente a refrear os instintos bárbaros, mas também colabora para que os instintos revolucionários não sejam atçados.

Sem a capacidade de questionar, o indivíduo acaba adotando facilmente para seu cotidiano os padrões exibidos nos filmes. O que é projetado na tela de cinema como sendo belo, repetidamente retratado como tal, acaba sendo julgado pelo espectador em seu cotidiano como belo. A exposição do indivíduo a produções enlatadas do cinema, da televisão e do rádio, desde quando é criança, forma mentes de forma contínua. A maneira de se vestir é influenciada pelo que está nos filmes. Os padrões de consumo são vistos nas atitudes dos personagens dos filmes também. Isso facilita muito a internacionalização de determinadas marcas de produtos, como as tão consumidas Coca-Cola, Nike, Wilson, Apple por exemplo. Ou aquelas que já mexem com o ideário dos pequenos, como as BBarbies e a grande símbolo de promessa de diversão que é a Disney. Não se pode esquecer ainda do fetiche em torno do padrão de alimentação fast-food, típico de um sistema de produção capitalista, onde a alimentação deve ser feita de forma rápida, para que não se perca tempo, e tendo como seu maior exemplo a rede norte-americana de lanchonetes McDonald’s.

O poder brando que essa indústria possui vai além de apenas determinar quais produtos serão alvo do desejo do espectador. Ao retratar nas telas os valores e moral da sociedade americana ela altera a configuração das sociedades onde os espectadores vivem, já que estes desejam trazer para perto de si, para a sua rua, o que foi visto na tela. A repetição de enredos onde os Estados Unidos aparecem como um território de igualdade, liberdade, possibilidade de ascensão social e de tolerância à diversidade

geram mundo um sentimento de empatia afora. Os inúmeros filmes de guerra ou os filmes onde o planeta encontra-se ameaçado por ataques alienígenas ou catástrofes naturais retratam os EUA como o grande salvador, solucionando problemas políticos, encontrando espões ameaçadores, afastando perigos sociais, prevendo e evitando ataques, dentre tantos outros roteiros já bem conhecidos por qualquer pessoa que leia ao menos os resumos dos lançamentos de Hollywood. O FBI, bem como a CIA, costumam aparecer constantemente resolvendo e prevendo situações de ameaça à ordem nacional, ou mesmo mundial. A maioria das ameaças externas costumam estar voltadas para símbolos de poder dos EUA: o Pentágono, a Casa Branca ou a Estátua de Liberdade. Os heróis das telas desejam salvar o mundo, e para tanto necessitam salvar Nova Iorque, por exemplo. Portanto, “essa visão suscita na concepção da cidade como a capital do mundo ou a capital do império. Sendo salva, salva-se, por analogia, a hegemonia e, por extensão, todo o mundo. (FILHO, 2008, p. 15). Sendo assim, o final do filme mostra ao espectador a capacidade dos EUA em preservar o *modus vivendi* da sociedade.

A aceitação em nível pessoal dos modelos e padrões americanos acaba se refletindo nas relações internacionais. A admiração pelos norte-americanos, ocasionada devido à exposição intensa aos produtos da Indústria Cultural, facilita as ações políticas destes no cenário internacional. A boa impressão em relação à sociedade norte-americana abre portas para este Estado mundo afora. Sua influência é tamanha que ocasiona uma determinada padronização cultural nas mínimas ações dos indivíduos.

### **3 O soft power no cotidiano do indivíduo: biopoder, sociedade unidimensional e sociedade de controle**

O homem é um ator histórico, que sofre modificação de acordo com o contexto em que vive. A política, a economia e a cultura estão intimamente ligadas, e são fatores determinantes para a vida social e pessoal dos indivíduos. Dentro de um sistema capitalista, em uma sociedade industrializada, o homem sofre influências desse determinado contexto e passa a ter características típicas de sua época, em relação

a seus valores, necessidades e opiniões. Segundo Marcuse (1969), numa sociedade altamente industrializada, a qual ele chama de unidimensional, que integra o indivíduo a um sistema de produção e de consumo, a ideologia de tal cenário é definida por esses fatores de industrialização e produção. Esta sociedade tem como objetivo maior organizar e explorar a produtividade seja ela científica, técnica ou mecânica “[...] e esta produtividade mobiliza a sociedade em seu todo, acima e além de quaisquer interesses individuais ou grupais.” (MARCUSE, 1969, p. 25). Para que haja a organização da sociedade como um todo, é necessário que haja a formação de cada um dos indivíduos da maneira desejada. O indivíduo não chega a questionar a organização deste contexto, a razão de tamanha importância dada a produção, pois essa ponderação não faria sentido. Ao ver suas necessidades serem atendidas cada dia mais por essa sociedade, o indivíduo se satisfaz com aquilo que o rodeia.

As necessidades humanas possuem caráter histórico e sofrem influência dos padrões predominantes. Em diferentes configurações de espaço e tempo muitas das necessidades do homem sofrem alterações devido às condições que o cercam. As necessidades podem ser classificadas como as falsas e as verdadeiras. As falsas seriam as impostas, moldadas de acordo com os interesses do sistema em vigor. Dentro das necessidades do sistema atual estão as de distrair-se, comportar-se, descansar, consumir de acordo com os anúncios e amar e odiar o que é amado e odiado por todos. Tais necessidades são criadas para reprimir fatores que atrapalhariam o funcionamento da sociedade, são necessidades que buscam manter a ordem vigente para que o sistema funcione em perfeitas condições de produtividade e consumo. Já as necessidades verdadeiras são aquelas inquestionáveis e básicas, pois sem estas qualquer outra necessidade falsa sequer poderia ser criada. São “as únicas necessidades que têm direito indiscutível à satisfação são as necessidades vitais – de alimento, roupa e teto ao nível alcançável da cultura.” (MARCUSE, 1969, p. 27).

Para que o homem tenha capacidade de otimizar a utilização dos recursos materiais e intelectuais a sua volta, ele deveria determinar, por si só, por seu próprio julgamento quais são as suas necessidades que devem ser supridas e quais as prioridades de satisfação. O grande problema é que ele está tão permeado pela ideologia da

sociedade unidimensional que não consegue criticar aquilo que vive e nem ver alternativas melhores. Ele só pode se libertar das imposições quando cria consciência de que se encontra em estado de servidão “[...] e o surgimento dessa consciência é sempre impedido pela predominância de necessidades e satisfações que se tornaram, em grande proporção, do próprio indivíduo.” (MARCUSE, 1969, p. 28). Cabe questionar o porquê de o homem aceitar tão facilmente estas imposições. Isso acontece devido “[...] a mimese: uma identificação imediata do indivíduo com a sua sociedade e, através dela, com a sociedade como um todo” (MARCUSE, 1969, p. 31). A Indústria Cultural através de seus produtos, que buscam mostrar ao indivíduo que a rua é uma extensão do filme visto na tela, provoca semelhante sentimento em seus espectadores. Fruto, também, de uma sociedade industrializada onde a cultura se torna produto feito em série, dentro da lógica capitalista, a Indústria Cultural faz com que os indivíduos se identifiquem com o roteiro do filme e o façam os roteiros de suas vidas. O sucesso destes filmes se dá porque seus modelos são resultado da necessidade dos consumidores, como a necessidade de distrair-se e de descansar. O cinema hollywoodiano se propõe exatamente a isso, distrair e fazer com que o espectador descanse. Os filmes mostram ao indivíduo aquilo que ele espera ver: o amor por coisas que ele tem para si que são coisas que devem ser amadas, ou então o ódio por coisas que sabe-se que se deve odiar. Vendo-se na tela e trazendo os filmes para sua realidade o homem absorve a ideologia disseminada na sociedade, identifica-se com ela e a adota para si

Os meios de transporte e comunicação em massa, as mercadorias casa, alimento e roupa, a produção irresistível da indústria de diversões e informação trazem consigo atitudes e hábitos prescritos, certas reações intelectuais e emocionais que prendem os consumidores mais ou menos agradavelmente aos produtores, e através destes, ao todo. Os produtos doutrina e manipulam: promovem uma falsa consciência que é imune a sua falsidade. E, ao ficarem esses produtos benéficos à disposição de maior número de indivíduos e de classes sociais, a doutrinação que eles portam deixa de ser publicidade; torna-se um estilo de vida. É um bom estilo de vida – muito melhor do que antes – e, como um bom estilo de vida, milita conta a transformação qualitativa. (MARCUSE, 1969, p. 32)

Em tal configuração de sociedade, pensamentos oposicionistas não têm espaço. Primeiro por que não faria sentido criticar um sistema que aparentemente supre todas as suas necessidades. Segundo por que o indivíduo sequer tem capacidade intelectual de se opor à ordem vigente, ele teve chances mínimas de formar uma visão crítica. Por ter suas necessidades supridas, a pessoa não reconhece o problema no sistema que a está dominando. Assim, o homem encontra-se sob o poder do governo da sociedade industrial, não apresenta nenhuma ameaça ao status quo e esta sociedade está sob controle, devido a esta visão unidimensional da situação ao seu redor. A Indústria Cultural tem responsabilidade em grande parte pela formação do indivíduo dessa maneira. Não possuir autonomia de pensamento é uma das características básicas para a descrição do conceito de homem unidimensional, e pode-se caracterizar esse tipo de indivíduo como tendo

[...] uma crença quase cega na técnica e na sociedade unidimensional e um grande conformismo em relação a estas. [...] O Homem Unidimensional é um ser totalmente alienado que se encontra nos seus objetos e nos estereótipos, idéias e reações prescritas pela sociedade industrial e do consumo (AGOSTINHO, 2006, p. 4).

Em relação às formas de controle, Deleuze (1990) apresenta uma nova configuração. Ele acredita que está tendo início uma chamada sociedade de controle, que se diferencia das sociedades disciplinares de Foucault. Historicamente, pode-se afirmar que “[...] sociedades disciplinares podem ser situadas num período que vai do século XVIII até a Segunda Grande Guerra, sendo que os anos da segunda metade do século XX estariam marcados por seu declínio e pela respectiva ascensão da sociedade de controle.” (COSTA, 2004, p.161). Isso não significa que as sociedades disciplinares deixaram de existir quando surgiu a sociedade de controle: são conceitos complementares. Ambas modalidades de exercício de poder existem atualmente, porém verifica-se o crescimento e fortalecimento da sociedade de controle. Facilmente pode-se perceber que hoje os mecanismos de controle são de alguma forma quase que imperceptíveis. O controle

não é mais feito sobre o indivíduo dentro de ambientes fechados.

O conceito foucaultiano trata do disciplinamento através da reclusão do indivíduo em escolas, quartéis, presídios, hospitais, etc. Entretanto Deleuze afirma que nas sociedades de controle o homem é controlado continuamente de forma aberta e através de uma comunicação instantânea. Para o autor, “é possível que as mais duras reclusões cheguem a nos parecer parte de um passado feliz e benévolo frente às formas de controle em meios abertos que se aproximam.” (DELEUZE, 1990, p. 244, TRADUÇÃO NOSSA).<sup>7</sup> A sociedade de controle se torna mais eficaz do que a disciplinar pois o indivíduo em momento algum fica recluso para ser controlado, assim dificilmente irá perceber que o poder está agindo sobre ele. O homem não percebe que está sendo formado dentro de uma sociedade que o controla, não existem os muros para mostrarem para ele que ele está limitado, nem existem os agentes penitenciários que deixam claro para o indivíduo que ele está sendo vigiado e que caso desrespeite as regras, ele sofrerá algum tipo de punição. Os mecanismos de controle da sociedade de controle causam a sensação de liberdade. O raciocínio típico do homem unidimensional o faz crer que ele é livre e é exatamente a crença em sua liberdade que o torna mais passivo. Um dos mecanismos de controle é a dominação exercida por meio da Indústria Cultural. Por mostrar esses modelos e padrões de comportamento ela contribui para o controle tendo em vista que ao estar em constante contato com essas produções, carregados de valores a serem seguidos ou condenados, o indivíduo se encontra em eterno controle e formação.

Deleuze (1973) comenta que o poder moderno é a habilidade de controlar. Seguindo essa mesma linha de raciocínio, Foucault (1988) cunhou os termos bio-poder e bio-política. Estes dois conceitos são de extrema importância para compreender elementos do dia-a-dia dos indivíduos da contemporaneidade, já que estes exercem importante papel nas sociedades disciplinares e também na sociedade de controle. Ambos conceitos demonstram a maneira como são erigidas as políticas de saúde modernas. Como o próprio nome deixa claro, a bio-política diz respeito a políticas que governam a vida do indivíduo. Apesar dessas políticas serem voltadas para as atitudes

<sup>7</sup> Es posible que los más duros encierros lleguen a parecer parte de un pasado feliz y benévolo frente a las formas de control en medios abiertos que se avecinan

do cotidiano do indivíduo, o objetivo final delas é de regulamentar a vida da sociedade como um todo. A mudança dos mecanismos de poder se deu na época Clássica:<sup>8</sup> até aquele momento poder era o direito que o soberano possuía de detenção das coisas, de corpos, de tempo, da vida. O soberano tinha o privilégio de tomar posse da vida do outro e suprimi-la, caso desejasse. Porém, depois dessa época o poder passou a ter outra função e a ser “[...] destinado a produzir forças, a fazê-las crescer e ordená-las mais do que a barrá-las, dobrá-las ou destruí-las.” (FOUCAULT, 1988, p. 148). Se anteriormente o poder era o direito do soberano de causar a morte ou deixar viver, com essa mudança ele foi substituído por um poder de causar a vida ou devolver à morte. O poder deixou de ter a função de controlar a morte, para o objetivo de gerir a vida, e essa gestão é voltada para as mínimas atitudes dos indivíduos. É uma gestão calculista da vida, com preocupações voltadas aos níveis de saúde pública, habitação, migração, e outros fatores como natalidade e mortalidade. São desenvolvidas técnicas para que se consiga a sujeição dos corpos e para que haja controle sobre as populações. Essas técnicas podem ser definidas como tecnologias políticas que buscam trabalhar e intervir no corpo do indivíduo, em sua saúde, nos seus modos de alimentação e habitação, seus padrões de vida e em todo seu ambiente de existência. Os mecanismos do poder foram voltados ao corpo e à vida, bem como a tudo relacionado a ela e ao sexo, como o que a faz proliferar e o que reforça a espécie. Em suma, pode-se dizer que o bio-poder

trata-se de um conjunto de processos como a proporção dos nascimentos e dos óbitos, a taxa e reprodução, a fecundidade de uma população, etc. São esses processos de natalidade, de mortalidade, de longevidade que, justamente com uma porção de problemas econômicos e políticos (os quais não retomo agora), constituíram, acho eu, os primeiros objetos de saber e os primeiros alvos de controle dessa biopolítica (FOUCAULT, 2005, p. 289-290).

O capitalismo teve papel fundamental no processo de socialização do corpo do homem como força de trabalho. O bio-poder encontra-se diretamente ligado ao

<sup>8</sup> A época Clássica é compreendida entre os séculos XVI e XVIII.

sistema capitalista de produção, já que através da bio-política executa-se o cálculo da força de suas populações, e busca-se a manutenção dessas em condições saudáveis para que exerçam produtivamente suas funções econômicas. “O biopoder dá amparo à bio-regulamentação pelo Estado moderno – cujas ações se voltam não por fazer morrer (caso da soberania medieval), mas em fazer viver, em encompridar o ciclo produtivo do que se chama vida humana coletiva.” (GALLO, 2002, p. 57). A imposição para a sociedade de como ela deve lidar com sua vida, é uma dessas formas de controle, pois limita a ação do indivíduo, fazendo com que ele aja de acordo com o esperado, e conveniente. Para que isto se torne mais claro, pode-se citar o chamado estilo fitness de vida. Este padrão de atitude muito divulgado nas mídias, com canais que só tratam deste assunto ou programas que apresentam a maneira de se manter saudável com a combinação de exercícios físicos moderados, consumo balanceado de alimentos e adoção de um dia-a-dia menos estressante. Os filmes mostram este estilo de vida. Como tal comportamento é visto como correto, ele é apresentado nos filmes ligado aos personagens tidos como bons, alvos de admiração do espectador.

Há em contrapartida o estilo de alimentação fast food, que consiste em alimentos de preparo rápido, de baixo preço, e também de baixo valor nutritivo. Este padrão de alimentação é incompatível com o estilo fitness, porém a bio-política é tão efetiva que até as redes de alimentação tiveram que alterar seus cardápios para que não fossem tão criticadas. A maioria das redes começaram a apresentar sucos como opção aos refrigerantes, cenouras ao invés de batatas fritas, maçãs como sobremesa e a introdução de saladas nos menus. O fitness se tornou um estilo de vida tão forte que já possui grande fatia do mercado voltada para produtos dessa natureza, como revistas semanais, livros sobre dietas saudáveis e roupas voltadas para a prática de esportes mas que também são usadas no dia-a-dia por quem leva o fitness como modo de conduta em todos os momentos de seu cotidiano. Com os padrões de comportamento massificados, as taxas de mortalidade, natalidade, longevidade, dentre outros indicadores, podem ser transformados em índices numéricos e assim são mantidas dentro do desejável. Dessa maneira podem ser empregadas as potencialidades do homem para algo útil, já que este se mantém saudável e produtivo. Em uma população que tem seus índices de

saúde estáveis e semelhantes, há uma maior capacidade de previsão e intervenção sem maiores surpresas.

Retomando a importância da Indústria Cultural no fortalecimento do bio-poder, cabe voltar a atenção ao fato já tratado de que os filmes, por serem produzidos dentro dos Estados Unidos, carregam consigo os valores e hábitos da sociedade americana. As produções desta indústria de filmes realizam um papel necessário na sociedade capitalista, tendo em vista que “as mudanças econômicas do século XVIII tornaram necessário fazer circular os efeitos do poder, por canais cada vez mais sutis, chegando até os próprios indivíduos, seus corpos, seus gestos, cada um de seus desempenhos cotidianos.” (FOUCAULT, 2007, p.118). O bio-poder pode ser apontado como um dos elementos do poder brando dos EUA, porque muitas vezes seus modelos de conduta saudável são relacionados a valores e idéias americanos. Vale lembrar que o bio-poder não é de criação e disseminação apenas da sociedade americana, ele se encontra presente em todo Ocidente. Contudo, os EUA possuem a seu favor o “americanocentrismo” das informações, conceito de Nye (2002): boa parte das informações mundiais são produzidas dentro do território americano, além de que estes possuem muito mais tecnologia para divulgação. Por isso, as pesquisas americanas de dieta saudável e novos métodos de se manter em forma chegam a muito mais lugares e de uma maneira muito mais rápida que as de outros países.

Por ter um enorme alcance, o cinema é um ótimo divulgador da bio-política. Também exerce de maneira impecável o papel de vigia em uma sociedade de controle de Deleuze, pois ajuda a formar o indivíduo de forma contínua, por causa da eterna exposição da pessoa às produções hollywoodianas. Os padrões americanos também estão sendo levados para a sociedade de controle: o controle é baseado nos julgamentos americanos de como se deve agir. Tudo isso pode ser caracterizado como elementos da mecânica de fortalecimento do poder brando executado pela política externa americana. A incapacidade do homem unidimensional de pensar por si só, o leva a seguir as doutrinas de saúde que lhe são impostas. Ele apenas segue aquilo que a Indústria Cultural apresenta a ele como sendo algo positivo e benéfico. Em outras palavras, a sociedade de controle e a realidade do homem unidimensional criam o ambiente de

aceitação do poder brando. Os padrões de comportamento em relação à saúde, ligados à biopolítica, são exemplo disso, já que são importados de modelos norte-americanos. Sendo assim, grande parte da vida rotineira do indivíduo tem embutida em si valores e imagens vindas de fora e isso já abre espaço para maior identificação, interesse e admiração pelo modo de vida americano.

## **CONCLUSÃO**

Os estudos em torno das relações de poder no sistema internacional têm inúmeras abordagens e podem ser enfocados por diversos ângulos. Dentro desse campo de estudo muita atenção é dedicada à questão do poder. O poder brando ganhou espaço para ser mais discutido na política externa de diversos países e foi reconhecida sua importância para a conquista de objetivos dos Estados. Os Estados Unidos passaram por uma crise em seu campo de execução de poder no início deste século: as guerras em que se envolveram, o número de mortos e as indisposições com os outros países do sistema elucidaram a relevância da boa imagem para a realização de ações que buscam satisfazer os interesses nacionais. A Indústria Cultural há muito tempo contribui para a construção da boa imagem americana: os filmes hollywoodianos são os mais consumidos mundo afora. Ela é a expressão máxima do soft power dos EUA. Nem mesmo o governo americano gasta tanto dinheiro na construção da imagem do país e na venda dos valores de sua sociedade. A transformação da cultura em produto enlatado, pronto para consumo, tornou-se o instrumento perfeito para a disseminação do poder brando. Os filmes com enredos fracos são facilmente aceitos pelos espectadores exaustos de seus trabalhos e sem o menor estímulo para se esforçar na compreensão de filmes que não tenham a proposta apenas de diverti-los. Essa indústria ajuda no fortalecimento desse poder devido à repetição de cenas semelhantes em seus filmes que acabam passando valores típicos do país. É a admiração pela vida assistida na tela que facilita a execução do poder brando. Além disso, a Indústria Cultural agora não vende mais seus produtos em salas de cinema. Dentro de casa, em seus computadores, as pessoas conseguem buscar na internet os filmes hollywoodianos, não sendo nem necessário que aguardem

os filmes chegarem às salas de projeção mais próximas. A Indústria Cultural chega ao quarto de qualquer indivíduo, permeia os momentos e espaços mais íntimos.

A sensação de insegurança que tomou conta do sistema internacional em 2001 com os ataques às Torres de Nova Iorque tem a ver com o fato de os EUA nunca terem sofrido um ataque em território nacional. Mas muito dessa sensação de insegurança não está relacionada a esse fato histórico de que o território americano nunca havia sido violado. A sensação de que os EUA são responsáveis por manter o sistema internacional seguro e são uma nação invencível e invulnerável se deve à imagem construída pelo país através da sua cultura. Essa imagem só consegue ser construída devido ao caráter unidimensional dos indivíduos em uma sociedade altamente industrializada, que aparentemente satisfaz suas necessidades, e sendo assim não necessita passar por questionamentos. O indivíduo, neste contexto, não possui condições de se tornar intelectualmente autônomo quando inserido em uma sociedade que tem como ideologia apenas a produção e o consumo. Permeadas por essa ideologia, as massas não vêem problemas em a cultura se transformar em produto. Sem a possibilidade de formar um senso crítico, as pessoas nem sequer questionam os efeitos desses fatores em suas vidas. O poder brando tem adquirido cada dia mais força por ter havido a percepção que numa sociedade unidimensional ele dificilmente sofrerá oposições. Ele permeia o cotidiano do indivíduo, faz parte de sua formação, a todo instante desde seu nascimento está presente de alguma forma. O indivíduo sequer percebe que está sendo controlado

A questão da sociedade de controle possui estreito vínculo com os outros três conceitos: poder brando, Indústria Cultural e homem unidimensional. Não há dúvidas de que a Indústria Cultural tem influência na formação do homem. Ela colabora muito para que ele se torne um ser passivo diante da realidade. E são exatamente os produtos da cultura e da comunicação que realizam os controles nessa sociedade: por ser um poder que chega sem se perceber, ele controla muito mais facilmente. Os conceitos de biopolítica e bio-poder são fundamentais para compreender como se dá esse controle e como ele de fato está presente na rotina dos indivíduos. Esse novo poder também pode ser considerado brando, e também tem seus modelos de comportamento levados para o mundo todo através da Indústria Cultural. Elementos como álcool e tabaco são alvo de

repressão do bio-poder, por encurtarem e diminuírem a qualidade da vida do indivíduo. Nos filmes, eles aparecem sempre ligados a personagens mal-vistos, considerados de mau caráter. Quando associados a pessoas vistas como boas, a bebida e o fumo estão ligados a momentos de depressão, de crise, onde a pessoa ao se recuperar da debilidade emocional, não faz mais uso desses elementos. Vale lembrar que na maioria dos filmes produzidos até o início da segunda metade do século passado, o cigarro era sinônimo de status. Cachimbos, piteiras e muita fumaça davam o tom de riqueza e sofisticação para as cenas. Com o fortalecimento da bio-política mais regras na sociedade foram sendo criadas para o banimento do cigarro, ao mesmo tempo em que nos filmes ele foi desaparecendo e passou a ser relacionado a personagens e situações negativas. O fumo e sua fumaça agora estão em cenas onde o ambiente deve ser caracterizado como pesado e ruim.

O homem não-crítico, cansado de seu trabalho, em busca de diversão, na fuga da realidade é o alvo perfeito para o poder brando. A sensibilidade está em perceber que ao afetar este indivíduo, um país estará afetando toda uma configuração internacional. Por isso é preciso atrair as pessoas, para garantir o sucesso de uma política externa adotada. O homem unidimensional se entrega aos encantos das belas imagens do filme. A cultura como produto barato e disponível em qualquer lugar, apenas torna o poder brando americano cada dia mais forte. Por estar permeado nos pequenos detalhes do cotidiano das pessoas, o poder brando controla sem fazer nenhum alarde em relação a sua presença e atinge de forma quase que irreparável o indivíduo. Pode-se dizer que o soft power é uma força que possui duas vias. Este poder parte dos EUA, e atinge os homens. Ao ser controlado e formado sob essa força, o indivíduo tem atitudes que refletem no sistema internacional pois nações, instituições, organizações são todas formadas por estes: indivíduos que agem e se expressam de acordo com a ideologia que carregam consigo, sendo que esta é formada por diversos fatores como os aqui apresentados.

O assunto não foi esgotado na construção deste artigo. É relevante que se tome consciência de como é imprecisa a qualificação do poder como brando, pois tal definição remete a algo suave e sutil. Este trabalho mostra como o poder brando modifica

ideologias e influencia na formação de populações inteiras, sempre comprometido com a formação não-emancipatória. Gerações formadas dessa forma mostram que o poder teoricamente classificado como brando é na realidade muito eficaz e devastador do ponto de vista humano. Cabe desenvolver essa questão em futuros artigos, ainda com o objetivo de ressaltar que por mais que os Estados e instituições sejam os atores que recebem maior foco no campo das relações internacionais, não se deve esquecer que a base decisória bem como o alvo das decisões são sempre os indivíduos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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, p. 99–138.

AGOSTINHO, C. O homem unidimensional. 2006. Disponível em: <<http://aquele.do.sapo.pt/fbaul/3905unidimensionalXX.pdf>>. Acesso em: 16 out 2010.

ALMEIDA, P. R. de. O soft power brasileiro: incipiente mas prometedora. 2009. Disponível em: <<http://diplomattizando.blogspot.com/2009/05/1125-o-soft-power-brasileiro-incipiente.html>>. Acesso em: 9 maio 2010.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: \_\_\_\_\_. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 3 ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

COSTA, R. da. Sociedade de controle. *São Paulo em perspectiva*, São Paulo, n. 18, p. 161-167, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n1/22238.pdf>>. Acesso em: 15 out 2010.

DELEUZE, G. *Conversações*. 1990. Disponível em: <[http://www.4shared.com/file/48668263/b625dee8/Deleuze\\_-\\_Conversaes\\_\\_Espanhol\\_.html](http://www.4shared.com/file/48668263/b625dee8/Deleuze_-_Conversaes__Espanhol_.html)>. Acesso em: 13 set 2010.

FADUL, A. Indústria cultural e comunicação de massa. Disponível em: <[http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c\\_ideias\\_17\\_053\\_a\\_059.pdf](http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/c_ideias_17_053_a_059.pdf)>. Acesso em: 20 ago 2010.

FOUCAULT, M. História da sexualidade: a vontade de saber. Editora Graal, 1988. V.1.

FOUCAULT, M. Em defesa da sociedade. Ed. Martins Fontes, São Paulo, 2005.

FOUCAULT, M. Microfísica do poder. Disponível em: <[http://www.4shared.com/file/49330508/890c8bfb/Foucault\\_-\\_Microfisica\\_do\\_Poder.html](http://www.4shared.com/file/49330508/890c8bfb/Foucault_-_Microfisica_do_Poder.html)>. Acesso em: 23 set 2010.

GOUVÊA FILHO, S. R. O soft power dissimulado na sociedade do espetáculo. 2008. Disponível em: <<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2009/03/442395.shtml>>. Acesso em: 27 maio 2010.

GALLO, S. SOUZA, R. M. Por que matamos o barbeiro? Reflexões preliminares sobre a paradoxal exclusão do outro. Educação & Sociedade, ano XXIII, n. 79, ago 2002. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/16677921/Silvio-Gallo-Porque-matamos-o-barbeiro-reflexoes-preliminares-sobre-a-paradoxal-exclusao-do-outro>>. Acesso em: 15 out 2010.

JOFFE, J. The perils of soft power. 2006. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2006/05/14/magazine/14wwln\\_lede.html?\\_r=2&pagewanted=print&oref=slogin](http://www.nytimes.com/2006/05/14/magazine/14wwln_lede.html?_r=2&pagewanted=print&oref=slogin)>. Acesso em: 3 jun 2010.

MARCUSE, H. Sociedade unidimensional: As novas formas de controle. In: \_\_\_\_\_. A ideologia da sociedade industrial. 3 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1969, p. 23 – 37.

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. Think again: soft power. Disponível em: <[www2.ihis.aau.dk/political-economy/NYE.doc](http://www2.ihis.aau.dk/political-economy/NYE.doc)>. Acesso em: 11 maio 2010.

NYE Jr., J. S. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone. Mar. 2002. Entrevistador: Joanne Myers. Nova Iorque: Carnegie Council, 2002. Disponível em: <<http://www.cceia.org/resources/transcripts/76.html>>. Acesso em: 09 maio 2010.

NYE Jr., J. S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. Abril. 2004. Entrevistador: Joanne Myers. Nova Iorque: Carnegie Council, 2004. Disponível em: <<http://www.cceia.org/resources/transcripts/4466.html>>. Acesso em: 09 maio 2010.

NYE Jr., J. S. Soft power: the means to success in world politics. Public Affairs Books, 2005.  
Resenha de BOHORQUEZ, T. Disponível em: <<http://www.international.ucla.edu/article.asp?parentid=34734>>. Acesso em 09 maio 2010.

NYE Jr., J. S. The benefits of soft power. 2004. Disponível em: <http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>. Acessado em 10 de maio de 2010.

NYE Jr., J. S. The decline of America's soft power. 2004. Disponível em: <http://www.foreignaffairs.com/articles/59888/joseph-s-nye-jr/the-decline-of-americas-soft-power>. Acessado em 10 de maio de 2010.

SILVA, É. F. A indústria cultural: mídia televisiva e constituição do sujeito. 2005. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/2383210/A-INDUSTRIA-CULTURAL>. Acessado em 22 de agosto de 2010.

PECEQUILO, C. S. A América Inviolável: O Fim de Um Mito. Boletim Meridiano 47, Brasília, Vol. 2, N. 16, out. 2001. Disponível em: <<http://seer.bce.unb.br/index.php/MED/article/view/4589/3839>>. Acesso em: 0 abr 2013.