

PODER CULTURAL

Mecanismos de consolidação do poder na arte
e no entretenimento no século 21

Franthiesco Ballerini



PODER CULTURAL
Mecanismos de consolidação do poder na arte
e no entretenimento no século 21
Copyright © 2023 by Frantjesco Ballerini
Direitos desta edição reservados por Summus Editorial

Editora executiva: **Soraia Bini Cury**
Coordenação editorial: **Janaína Marcoantonio**
Preparação: **Samara dos Santos Reis**
Revisão: **Mariana Marcoantonio**
Capa: **Alberto Mateus**
Imagem de capa: **Denis Makarenko/Shutterstock**
Projeto gráfico e diagramação: **Crayon Editorial**

Summus Editorial

Departamento editorial
Rua Itapicuru, 613 – 7º andar
05006-000 – São Paulo – SP
Fone: (11) 3872-3322
e-mail: summus@summus.com.br

Atendimento ao consumidor
Summus Editorial
Fone: (11) 3865-9890

Vendas por atacado
Fone: (11) 3873-8638
e-mail: vendas@summus.com.br

Impresso no Brasil

SUMÁRIO

Prefácio — O poder de um livro de eternizar o efêmero 9
Tuna Dwek

1. Sobre o poder cultural 11
 - Comunicação massiva e pós-massiva e recorte da cultura 13
 - Arte e capitalismo 15
 - Compreendendo os jogos de poder 17
 - A cultura audiovisual 18
 - O ensaio como método 19

2. A constituição do poder cultural 25
 - Poder simbólico: a face individual do poder cultural 25
 - Disputa e consolidação de poder cultural: campo e *habitus* 29
 - A crença geradora de poder cultural 38
 - O papel da educação na consolidação do poder cultural 44
 - Poder suave: o alcance internacional do poder cultural 54
 - Cultura: o campo desprezado pelos estudos de Joseph Nye 59

3. Categorias de consolidação do poder cultural 79
 - Tempo e contexto 80
 - Conteúdo e espaço 95
 - A beleza do conteúdo artístico 102
 - Celebridade e fama 111

4. O poder cultural na prática 131
 - Crítérios metodológicos 131
 - Categorias e pontuações 132
 - Tempo 132
 - Conteúdo 133
 - Contexto 133

Beleza	134
Espaço	135
Idioma	135
Fama	136
Celebridade	137
Artistas escolhidos	139
Campo: animação	140
Artistas analisados: Hayao Miyazaki (1941-) e Mauricio de Sousa (1935-)	140
Campo: direção cinematográfica	150
Artistas: Helena Solberg (1938-) e Safi Faye (1943-1923)	150
Campo: música	160
Artistas: Anitta (1993-) e Dua Lipa (1995-)	160
Campo: cinema — atuação	172
Artistas: Brad Pitt (1963-) e Shah Rukh Khan (1965-)	172
Campo: telenovela — atuação	184
Artistas: Adriana Esteves (1969-) e Thalía (1971-)	184
Posfácio	195
Referências	201

PREFÁCIO

O poder de um livro de eternizar o efêmero

Tão logo iniciei a leitura da instigante obra de Frantjesco Ballerini, vi brotar a bem-vinda presença da reflexão atemporal de Walter Benjamin acerca da obra de arte e de sua reprodutibilidade técnica, que o autor cita com propriedade neste livro. Assim como um axioma provado matematicamente, as ideias de Benjamin ecoam em cada capítulo, nesta era de inegáveis paradoxos entre fama, sucesso, reconhecimento e poder de influência, como se tais itens garantissem a almejada felicidade humana. Não seria o frenesi pelas redes sociais o equivalente à perda da aura da obra de arte?

Fruto de cinco anos de pesquisa, o livro descortina os caminhos da consolidação do poder cultural no campo do audiovisual, tema que, nas últimas décadas, tem ocupado as mentes que pensam a construção do poder e seus aparatos de controle e manipulação. Tornaram-se reféns dos mecanismos de consagração as gerações que confundem poder de influência com poder cultural. Movimentar milhares de fãs e seguidores não se traduz em poder cultural. Surgem termos vagos e colonizadores, como *digital influencers* — como se a fama adquirida significasse sucesso. Ora, a fama é o primeiro estágio, conforme nos diz Ballerini, sendo possível medir, sem ignorar os aspectos subjetivos, os diversos passos dessa fama. Para o autor, poder cultural é a manifestação individual da consagração adquirida mundialmente.

A aura da obra de arte se esvai sob o jugo da reprodutibilidade técnica. A mitificação do artista pode ser efêmera se este não tiver o reconhecimento de seus pares, do público e da crítica especializada — o que se aproxima da noção de sucesso. O sucesso vem depois da fama, ainda que esta, em escala mundial, não seja uma condição para alcançá-lo, como Ballerini bem demonstrou em sua análise sobre as cineastas Helena Solberg e Safi Faye.

Advém, então, a importância do fenômeno dos festivais de cinema, centenas deles, como territórios de legitimação do artista. Estes adquirem um peso considerável na pontuação a que se dedica o autor ao explorar, à luz de Pierre Bourdieu, o alcance do verdadeiro poder cultural, que não reside na efemeridade da fama. Um ator

considerado famoso pode não ser considerado bem-sucedido se, por exemplo, não tiver um prêmio sequer, nem indicações que o situem num grau de qualificação diferenciada em meio à massificação proposta pela chamada indústria de celebridades.

O livro demonstra inegável rigor ao dar continuidade, no século 21, aos caminhos brilhantemente percorridos por referências como Theodor Adorno e Max Horkheimer, da chamada Escola de Frankfurt, assim como Pierre Bourdieu, Zygmunt Bauman e Vilém Flusser, para citar alguns dos que se dedicaram à reflexão sobre o infindável embate entre aparência e essência e a construção dos estereótipos que acabam por dominar os desatentos. E disseca, de maneira minuciosa, a consolidação do poder cultural de referências mundiais no audiovisual em seus mais diversos campos.

Ballerini se empenha, sem maniqueísmos, a desfibrilar as mensagens subliminares, as armadilhas geradas pela simbiose entre a indústria da fama e quem a persegue numa ilusão de poder, para que se possam criar cidadãos imunes a manipulações. De extrema atualidade, fartamente documentado, este livro nos ensina a desvendar a irreversível importância do audiovisual na formação do poder cultural, as sutilezas e os alicerces sobre os quais ele se sustenta e a solidez de suas bases, que transcendem a finitude da vida. Para tanto, cita o dramaturgo inglês William Shakespeare, provando outro axioma: o poder cultural não morre com o artista. Quantos não se dedicaram à leitura das peças do bardo depois de assistir a filmes baseados em suas obras?

O mercado editorial brasileiro pode se orgulhar de publicar uma ampla, métrica e não menos lúdica abordagem sobre os dilemas e contradições do poder cultural, da fama e do sucesso. O objetivo é sanar questionamentos e perplexidades perante fenômenos criados instantaneamente num carrossel ininterrupto de sensações, como aqueles antigos projetores de diapositivos desfilando diante de nossos olhos encantados, gerando emoções hoje talvez consideradas pueris, mas decerto genuínas e tatuadas em nosso coração para sempre. Nisso também consiste o poder de um livro: eternizar o efêmero, fotografar, revelar, imprimir, ampliar e reproduzir o momento presente, ainda que a aura do artista possa estar em risco. E assim, como um círculo perfeito, como uma lua cheia, voltamos ao mestre Walter Benjamin.

TUNA DWEK

Atriz condecorada pelo governo francês como *Chevalier des Arts et des Lettres*. No teatro, foi vencedora do Prêmio Bibi Ferreira e do Prêmio Aplauso Brasil de Melhor Atriz Coadjuvante por *A noite de 16 de janeiro*. No cinema, foi eleita melhor atriz coadjuvante no Los Angeles Brazilian Film Festival pela atuação em *A grande vitória* (2014), de Stefano Capuzzi Lapietra, e atuou em filmes como *Quando eu era vivo* (2014), *Marighella* (2019) e *Neighbours* (2021). Na televisão, trabalhou na TV Globo, nas telenovelas *Da cor do pecado* (2004), *A favorita* (2008), *Sangue bom* (2013) e *I love Paraisópolis* (2015); e nas séries *Um só coração* (2004), *JK* (2006), *A diarista* (2007), *Queridos amigos* (2008) e *Sob pressão* (2022).

1. SOBRE O PODER CULTURAL

Medir a riqueza material de nações e de seus povos não é uma tarefa necessariamente difícil. Da simples conta bancária pessoal às complexas operações que compõem o Produto Interno Bruto (PIB), os bens palpáveis de países e indivíduos são encontrados sem muito esforço. E isso parece ser uma constante histórica, remontando a antes mesmo dos suntuosos funerais regados a ouro e joias dos faraós egípcios e chegando ao consumo voraz de bens e produtos pelo país mais rico do mundo no século 21, os Estados Unidos.

Medir o poder, porém, é muito mais complexo. O poder não é palpável. Seu conceito e os valores que o constroem mudam de tempos em tempos e entre distintos povos e culturas. A tecnologia também afeta diretamente a consolidação do poder em determinada época. Ela esteve presente quando dominamos a natureza na Revolução Agrícola de 10.000 a.C., quando criamos máquinas na Revolução Industrial do século 18 e quando fizemos a chamada Revolução Digital, a partir da década de 1950. Com a mudança de escala da tecnologia, povos e nações também mudaram sua percepção de o que é poder.

Se medir o poder na economia, na política e nos campos permeados pela tecnologia não é tarefa simples, é imenso o desafio de analisá-lo e mensurá-lo no campo cultural, marcado por variações conforme o tempo, o lugar, os valores e os costumes.

O fato é que o poder cultural existe, e todos nós o sentimos diariamente. O poder de uma cantora como Madonna, que reuniu multidões num show surpresa em apoio à então candidata do Partido Democrata, Hillary Clinton, em Nova York. O poder de autores de telenovelas como Glória Perez e João Emanuel Carneiro, cujas obras, respectivamente *Caminho das Índias* (2009) e *Avenida Brasil* (2012), chegaram a mais de 130 países. O poder de um grupo de adolescentes da Coreia do Sul, como a banda BTS, que quebrou a barreira de um idioma difícil e reuniu 42 mil brasileiros num estádio em São Paulo. O poder de um personagem fictício de Hollywood como Rambo, reconhecido até mesmo por indígenas do Norte do Brasil. Há, portanto, muito poder no campo da cultura. E ele altera, para o bem e para o mal, a vida das pessoas, fazendo parte de uma complexa disputa entre paí-

ses e de batalhas interpessoais nos campos e subcampos que compõem a cultura no mundo.

Neste livro, buscamos compreender como um indivíduo obtém poder no campo da cultura, o que aqui denominamos poder cultural. Mas, primeiro, é preciso explicar o que aqui se entende por cultura, para em seguida traçar o que se entende por poder cultural — que é individual, mas alcança o mundo todo. Para tanto, navegaremos por dois conceitos-chave: o de poder simbólico, elaborado em 1977 pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu; e o de *soft power* (poder suave, em tradução nossa), cunhado em diversos artigos científicos nos últimos anos da Guerra Fria, no final da década de 1980, pelo cientista político norte-americano Joseph Nye. Neste trabalho, poder simbólico e poder suave são, respectivamente, o plano individual e o plano das relações internacionais do poder no mundo.

Quando se delinea a formação do poder cultural de um indivíduo, ainda que sem métricas quantitativas, alcança-se outro objetivo, que é o de compreender como se constrói, se mantém e, por vezes, se decompõe o poder cultural de artistas e produtores de entretenimento no mundo, como se ganha autonomia diante desse jogo e quais são os instrumentos para construir novas regras. Pois só tendo consciência das regras desse jogo é que se pode mudá-lo, atenuar seus reveses ou, como de habitual, entrar nele.

Além disso, os conceitos e exemplos que serão apresentados neste capítulo nos fazem lembrar a indagação de Michel Foucault em *Microfísica do poder*, publicado originalmente em 1978: “Se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não, você acredita que seria obedecido?” (2019, p. 44). Tanto o poder simbólico quanto o poder suave que constituem o poder cultural no século 21 são vistos não como uma força repressora, mas como relações que geram obras, saberes, prazeres e discursos sobre o outro.

O modo como os vietnamitas plantam arroz, o drible do brasileiro num campo de futebol, as roupas, os penteados e artefatos da etnia hamer, da Etiópia, assim como os hábitos e restrições alimentares de judeus e muçulmanos, tudo isso são manifestações culturais de diferentes povos. Mas nenhum deles, em sua forma primária, faz parte do escopo de cultura que aqui será considerado. No entanto, se Tom Cruise vive um produtor de arroz no cinema, se Madonna usa adereços da etnia hamer num show ou se Silvio de Abreu escreve uma novela sobre a culinária de judeus e muçulmanos, aí, sim, estamos nos movimentando no campo da cultura como nos propomos a fazer neste trabalho.

Este livro tem como principal objetivo oferecer a leitores, espectadores, críticos, estudantes e educadores ferramentas que promovam uma leitura crítica das obras artísticas e culturais do nosso tempo. A análise das teorias e práticas que constroem o poder cultural, no novo contexto da cultura e da comunicação no

século 21, pretende elucidar os instrumentos que habilitam uma leitura e uma desconstrução de imagens, palavras e discursos da arte e do entretenimento — que quase nunca são inocentes nem desprovidos de propósito.

Comunicação massiva e pós-massiva e recorte da cultura

A cultura está ligada aos produtos de arte e entretenimento que necessariamente perpassam os meios de comunicação massivos e pós-massivos, como televisão, *games*, livros, quadrinhos, cinema, jornais, revistas, aplicativos para celular e, sobretudo, internet. Para André Lemos (citado por Costa, 2014), os meios de função massiva são concessões do Estado, cujo fluxo de informação é mediado por profissionais e mantido por verbas publicitárias, grandes empresas e grupos políticos, a exemplo dos grandes jornais, revistas e emissoras de rádio e TV no Brasil. Já os meios de função pós-massiva têm fluxo descentralizado, rede heterogênea e desconcentrada, com emissão mais aberta, conversacional e sem grande controle, não sendo concessões do Estado. Neles estão as redes sociais e os aplicativos para celular. Embora pareça que os massivos sejam analógicos e os pós-massivos, digitais, Lemos esclarece que fanzines e rádios piratas também têm funções pós-massivas, ao passo que o Facebook e o Twitter adquirem funções massivas ao ser usados por empresas jornalísticas.

Os produtos culturais que circulam nos meios de comunicação massivos e pós-massivos são, na maioria, objeto de cobertura, análise e crítica dos chamados cadernos culturais, como a *Ilustrada*, da *Folha de S.Paulo*, e o *Metrópolis*, da TV Cultura. São esses produtos, nesse tipo de canal, que contribuem majoritariamente para moldar aquilo que o pesquisador norte-americano Douglas Kellner (2001) chamou de cultura da mídia: um instrumento hábil em construir a noção de raça, etnia, classe, nação e sexualidade, delineando valores e morais vigentes por meio de simbologias, mitos etc. Trata-se de uma cultura extremamente calcada na imagem, neste século em que impera o audiovisual, meio fundamental para a formação do poder cultural na contemporaneidade. O audiovisual cresceu desde o advento do cinema, em 1895, passando pela popularização das transmissões televisivas, a partir da década de 1930, e da internet comercial, na década de 1990. Sua força é tão grande que até diretores de museus tradicionais perceberam que seu novo público visitava as obras não para aprender lições sobre o passado, mas por ter sido motivado por algum programa de TV, como bem apontou o antropólogo argentino Néstor García Canclini (2016). A título de exemplo, em 2015, um levantamento realizado pelo Observatório de Turismo e Eventos revelou que o museu mais visitado de São Paulo é o Museu da Imagem e do Som (MIS), que ficou à frente de