



Foto: Alberto Mateus

O QUE FAZ UM ARTISTA ADQUIRIR PODER CULTURAL?

FRANTHIESCO BALLERINI - ABCA/SÃO PAULO

RESUMO: A consolidação do poder cultural de um artista se passa, fundamentalmente, pelo audiovisual no século 21. A pesquisa realizada tem como objetivo elucidar os mecanismos de consolidação do poder na arte e no entretenimento. Percebe-se que existem categorias fundamentais na consolidação do poder cultural, como tempo, contexto, beleza, espaço e idioma, permeando, também, a importância do poder suave (soft power), ou seja, sistemas internacionais de poder. Esta pesquisa comparou, debaixo destas categorias, o poder cultural de artistas contemporâneos em diversos campos.

PALAVRAS-CHAVE: poder cultural; audiovisual; poder suave

ABSTRACT: The consolidation of the cultural power of an artist goes through, fundamentally, by audiovisual in the 21st century. This research aims to elucidate the mechanisms of consolidation of power in arts and entertainment. There are fundamental categories in the consolidation of cultural power, like time, context, beauty, space and idiom, also permeating the importance of cultural soft power, international systems of power. This research compared, below those categories, the cultural power of contemporary artists in many areas.

KEYWORDS: cultural power; audiovisual; soft power

O que faz um artista adquirir poder cultural durante sua vida? Por que alguns artistas se tornam muito poderosos com obras homogêneas e repetitivas enquanto outros lançam obras de vanguarda e criativas e permanecem desconhecidos por toda a carreira? Qual é a influência de nascer e se tornar artista em países desenvolvidos no processo de internacionalização de obras de arte do artista?

Estas perguntas me perseguiram durante minha pesquisa para o livro *'Poder Suave - Soft Power'*, lançado no Brasil em 2017 e finalista, no ano seguinte, do 60º Prêmio Jabuti na categoria Economia Criativa. À época, eu foquei a pesquisa nas manifestações culturais de poder suave (*soft power*, em tradução literal), como Hollywood e Bollywood, a moda francesa, o balé russo, a Invasão Britânica (onda musical dos anos 1960 iniciada pelos Beatles), a bossa nova, o carnaval e as telenovelas brasileiras.

Mas eu não estava satisfeito. Parecia haver aspectos na trajetória do artista que poderiam explicar

por que alguns artistas de países subdesenvolvidos enfrentavam maiores obstáculos do que aqueles de países desenvolvidos e, ainda assim, adquiriam mais poder cultural do que seus pares bem-nascidos. Eu persegui estas respostas na minha pesquisa de doutorado, na linha de processos socioculturais, com o fundamental apoio da bolsa Prosuc/Capes do governo federal. Após cinco anos de pesquisa, minha tese gerou meu recente livro, *'Poder Cultural - mecanismos de consolidação do poder na arte e no entretenimento no século 21'* (2023), e me possibilitou chegar a algumas respostas interessantes.

Primeiramente, o que é poder cultural? É a habilidade individual de seduzir uma quantidade massiva de pessoas de muitos cantos do mundo, movendo a economia de outros países, modelando os hábitos de consumo e criando uma indústria por si só. O verdadeiro poder cultural frequentemente advém de produtos audiovisuais no século 21 - filmes, programas de TV, telenovelas, vídeos de mídias sociais - e até escritores precisam passar pelo meio audiovisual

para tornar suas obras, como livros, relevantes neste século. O mais forte poder cultural advém de artistas já imersos em manifestações de poder suave, aquelas que historicamente (e internacionalmente) moldaram as preferências do mundo, como filmes de Hollywood.



Foto: Alberto Mateus

A pesquisa deixou claro outros aspectos cruciais para acumular poder cultural. Artistas cujas atitudes e produtos estão alinhados com seu tempo, contexto e expectativas são mais prováveis de se tornar poderosos. Emerald Fennel nunca havia ganhado um prêmio

relevante como atriz, diretora ou roteirista. Mas em 2020, seu filme, *'Bela Vingança'*, um filme raso de entretenimento adolescente, ganhou o Oscar de Melhor Roteiro Original. Por quê? Porque sua violência, não muito diferente de franquias como *'Rambo'*, é perfeitamente adaptada

ao nosso tempo e contexto: é a vingança de uma mulher (feminismo?) contra homens abusivos.

O astro de Bollywood Shah Rukh Khan tem mais poder cultural que a estrela de Hollywood Brad Pitt. Como é possível? Alguém admitiria isso em países desenvolvidos? De fato, ele é mais poderoso que seu colega norte-americano. Ambos possuem um aspecto essencial para se obter poder cultural na indústria cinematográfica: beleza. No começo, Khan e Pitt usaram sua beleza para serem escalados em filmes de entretenimento, mesmo de má qualidade. Mas enquanto acumulavam poder cultural, eles foram capazes de escolher projetos melhores e serem menos dependentes do aspecto físico. O espaço também é outro importante aspecto para o poder cultural: ambos nasceram em países com as duas maiores manifestações de poder suave no cinema (Hollywood e Bollywood), que os colocaram muitos passos à frente de atores de outras nações. Ambos apoiam causas internacionais que modelaram positivamente suas



Margot Robbie no filme *'Bela Vingança'* (2020). Crédito: Divulgação/Focus Features

imagens: Pitt apoia a One Campaign, que luta contra a Aids e a pobreza em países subdesenvolvidos; Khan é embaixador da Pulse Polio, Organização Nacional de Controle da Aids e Fundação Faça um Desejo da Índia. Mas o que faz Khan ser mais poderoso que Pitt são suas escolhas relativas à vida pessoal nas mídias sociais. Pitt e Angelina Jolie foram, provavelmente, o casal mais perseguido de Hollywood nos anos 2000, o que talvez tenha ajudado Pitt a decidir por não ter perfis em redes sociais. Khan tem um longo casamento com Gauri Chibber, até então desconhecida quando se conheceram, em 1991, agora com três filhos. Ele posta constantemente a rotina da família nas redes sociais, com 42 milhões de seguidores no Facebook, 30 milhões no Instagram e 42 milhões no X (antigo Twitter). Em 2019, David Letterman entrevistou Khan no ‘Meu próximo convidado com David Letterman’ (Netflix). Após dias seguindo sua rotina em Mumbai, Letterman o chamou de “a maior estrela de cinema do mundo”. Ele estava certo.

É também da Ásia outro artista que acumula um imenso poder cultural. É importante lembrar que, na pesquisa, a comparação do poder cultural se dá, sempre, entre artistas que nasceram em épocas semelhantes, de modo que o tempo não seja um fator que privilegie ou prejudique os analisados. No campo da animação, foi comparado o poder



O astro indiano Shah Rukh Khan. Imagem: Instagram de Shah Rukh Khan

cultural do brasileiro Mauricio de Sousa com o japonês Hayao Miyazaki. E o que se constatou é um poder cultural dez vezes maior do asiático sobre o latino-americano. Isso se deve, primeiramente, porque Miyazaki está inserido num poder suave estabelecido há décadas, a cultura MAG (mangá, anime e games) do Japão, responsável por seduzir

milhões de espectadores ao redor do mundo, até mesmo de plateias arreadas à cultura japonesa (devido às invasões no século 20) como a chinesa e coreana. A animação brasileira não possui poder suave (internacional), ao contrário da telenovela nacional, como veremos adiante. Mas o cerne da disparidade de poder cultural entre ambos se dá por uma escolha profissional: Miyazaki escolheu passar a vida como artista animador e apenas isso, enquanto Sousa dividiu seu tempo entre algumas criações de animações em longa-metragem (metade do número do diretor japonês) e a administração de seu império de entretenimento, envolvendo parques, gibis, franquias e, também, a formação de outros animadores que dariam continuidade às obras. Junte-se a isso o fato de que, há décadas, as animações, ou animes, não são consideradas gêneros (infanto-juvenis) no Japão, como é no Brasil. Elas são meios, ou seja, uma forma de contar qualquer história, para qualquer público-alvo (adultos, crianças, idosos etc.). Sabe-se que os festivais são

algumas das principais chancelas do poder cultural de artistas desde o surgimento do cinema. Festivais dão visibilidade internacional, são televisionados e se tornam mecanismos eficientes para a concretização de futuros negócios e projetos. Miyazaki ganhou 47 festivais de grande porte, dentre



Hayao Miyazaki no Studio Ghibli. Foto: TCD/Prod. DB/Alamy/Fotoarena

eles dois Oscars de Melhor Animação, para os filmes ‘A Viagem de Chihiro’ (2002) e ‘O Menino e a Garça’ (2024).

No mundo da música, videoclipes (audiovisual) são a ferramenta mais importante para fortalecer o poder cultural de cantores. A inglesa Dua Lipa e a brasileira Anitta sabem

disso perfeitamente. E seus poderes extrapolam a música. Em 2020, Dua Lipa postou um vídeo para seus 46 milhões de seguidores no Instagram criticando a forma como as Forças de Defesa Israelenses tratavam os palestinos. A ONG israelense Im Tirtzu abriu uma petição exigindo que suas músicas fossem banidas da rádio do exército israelense, a mais popular do país, mas não foi atendida. O ex-presidente de extrema-direita brasileiro, Jair Bolsonaro, costumeiramente usava suas redes sociais para criticar Anitta por apoiar a legalização da maconha, a eleição de Lula em 2022 e suas visões sobre a forma que usa a bandeira brasileira. Ambas as artistas usam as mídias sociais para aumentar seu poder, e não recuam de confrontos diretos com pessoas poderosas de outros campos. O conteúdo dos vídeos de ambas é evidentemente outro aspecto de acúmulo de poder cultural. Os cliques de Dua Lipa e Anitta nem são tão diferentes em termos estéticos, técnicos e até mesmo o conteúdo das letras. Anitta lançou quase o

dobro de vídeos que Dua Lipa. Mas o que faz Dua Lipa ser mais poderosa? Outro aspecto crucial na consolidação do poder cultural: o idioma. Dua Lipa sempre cantou no idioma mais popular do mundo, o inglês, que também a ajudou a fechar muito mais contratos de publicidade, pois sua carreira se desenvolveu em um dos centros de moda do mundo, Londres. Para ter poder cultural, e sendo de fora

desses “centros de língua inglesa”, Anitta tem investido maciçamente em mais vídeos em inglês, como ‘Girl from Rio’, ‘Downtown’, ‘Faking Love’ e ‘Boys don’t cry’.

Estes aspectos são justos para obtenção de poder cultural? Definitivamente não. Aqui vão dois exemplos. No campo da atuação em telenovelas, Thalía e Adriana Esteves fizeram telenovelas de grande



A cantora brasileira Anitta. Foto: Andre Nicolau/ Divulgação

sucesso. Ambas utilizaram de sua beleza, no começo da carreira, para galgar papéis populares. Também em comum, ambas nasceram em espaços (México e Brasil) onde as telenovelas se consolidaram como poder suave, portanto, de consumo e sedução de grandes populações mundiais. Mas as semelhanças terminam aí. Thalía fez apenas sete telenovelas, como ‘Maria Mercedes’ (1992), ‘Marimar’ (1994) e ‘Maria do Bairro’ (1995). Ela parece ter vivido um único personagem em toda a sua carreira: incorporou o sonho da menina pobre que conquista o grande amor e a riqueza por meio do trabalho árduo e da humildade. Já Adriana Esteves fez 19 telenovelas e soube diversificar os papéis muito habilmente. Da mocinha de ‘Renascer’ (1993), passando pela megera de ‘O cravo e a rosa’ (2000), indo para a heroína de ‘A indomada’ (1997) ao seu papel mais importante, a vóbora cômica Carminha de ‘Avenida Brasil’ (2012). Thalía não ganhou nenhum prêmio internacional relevante como atriz de telenovela. Adriana Esteves levou 32 prêmios importantes. Ainda assim, é Thalía

quem recebeu a alcunha - pela mídia mexicana e norte-americana - de “a rainha das telenovelas”. Por que este disparate? Em parte, a razão reside na categoria idioma: o espanhol é uma língua capaz de oferecer maior poder cultural a seus artistas, pois seus produtos são consumidos em um maior número de países, além da forte comunidade hispânica nos Estados Unidos, onde Thalía se mudou para consolidar a carreira. As telenovelas da TV Globo viajam o mundo, mas são dubladas para os respectivos idiomas dos países compradores e poucos foram os casos de estrelas brasileiras que ganharam poder cultural relevante no exterior, como Lucélia Santos com o sucesso estrondoso de ‘Escrava Isaura’ (1976) na China. O segundo fator fundamental é a ausência de Adriana Esteves de todas as redes sociais, uma opção pessoal que ela mesma admite ter um peso em sua carreira, já tendo afirmado que, atualmente, testes de elenco exigem candidatos a atores com até 10 mil seguidores no Instagram. Adriana, de casamento longo com o ator

Vladimir Brichta e reservada quanto a entrevistas, preferiu resguardar sua intimidade. O contrário de Thalía, que tem 22 milhões de seguidores no Facebook, 7,21 milhões de inscritos em seu canal no Youtube, 20 milhões de seguidores no Instagram e 11,4 milhões de seguidores no TikTok, onde vende até produtos correlatos às suas personagens. O poder cultural de Thalía se sobressai a de Adriana Esteves não pela qualidade de seus trabalhos como atriz em telenovela, mas porque ela continua reverberando, ano após ano, geração após geração, o sucesso de suas poucas telenovelas nas redes sociais, lembrando as Marias vividas sempre que for preciso, para não perder a coroa de “rainha das telenovelas”.

O segundo exemplo é do campo da direção cinematográfica. Helena Solberg foi a única mulher diretora do Cinema Novo, movimento cinematográfico brasileiro dos anos 1960 e o mais importante movimento do hemisfério sul do planeta, com filmes que discutiam as raízes do subdesenvolvimento da América Latina. Ela também morou nos Estados

Unidos e foi aplaudida por filmes como 'The Brazilian Connection' (1983), 'Home of the Brave' (1986) e 'Carmen Miranda - Bananas is my business' (1994), mas nenhum deles foi feito dentro do sistema hollywoodiano, eles eram produções independentes, dando a ela muito menos poder cultural do que o

esperado. A diretora senegalesa Safi Faye é a mãe do cinema africano, a primeira mulher da África subsaariana a dirigir um longa de ficção distribuído comercialmente, 'Kaddu Beykat', lançado em 1975. Seus filmes foram essenciais para entender a vida das mulheres nas tribos africanas, mas ela sofre de

um completo apagamento cultural, já que a maioria de seus filmes são falados em idiomas como sererê e uólofe, ignorados completamente por mecanismos de buscas como o Google. Sua morte, em 2024, foi praticamente ignorada pelos canais de TV e revistas culturais do Ocidente.

O propósito desta pesquisa do 'Poder Cultural' não foi apenas dar respostas para estas questões, mas principalmente contribuir para mostrar como os dados são lançados na indústria do entretenimento. Este é o primeiro e mais importante passo para mudar as regras do jogo e, então, fazer o poder cultural ser mais justo e mais acessível a todos.



Adriana Esteves como Carminha em 'Avenida Brasil' (2012). Foto: Raphael Dias



A diretora senegalesa Safi Faye. Crédito: Divulgação

REFERÊNCIAS

BALLERINI, Franthiesco. **Poder Suave - Soft Power**. São Paulo: Summus Editorial, 2017.

BALLERINI, Franthiesco. **Poder Cultural: mecanismos de consolidação do poder na arte e no entretenimento no século 21**. São Paulo: Summus Editorial, 2023.

FRANTHIESCO BALLERINI

Escritor, jornalista e doutor em processos socioculturais pela Universidade Metodista de São Paulo. É autor de livros como ‘Cinema Brasileiro no Século 21’ (2012), ‘Jornalismo Cultural no Século 21’ (2015), ‘Poder Suave - Soft Power’ (2017), finalista do 60º Prêmio Jabuti, ‘História do Cinema Mundial’ (2020), e ‘Poder Cultural’ (2023).