

---

## “#EleNão vai nos desvalorizar, #EleNão vai nos oprimir #EleNão vai nos calar” O posicionamento da cantora Madonna no movimento da hashtag “#EleNão”.<sup>1</sup>

Sérgio Lucas da SILVA JUNIOR<sup>2</sup>  
Fabiana MORAES<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

### RESUMO

A participação da cantora norte-americana Madonna no movimento contra o então candidato à presidência do Brasil Jair Bolsonaro usando a *hashtag* “Ele Não” nas eleições brasileiras de 2018 acendeu a discussão entre celebridades, política e audiências. O presente artigo tem por finalidade analisar a forma como o posicionamento da cantora aconteceu e como seus fãs lidaram com o fato dela estar envolvida na questão. Usamos como embasamento teórico o pesquisador Chris Rojek, falando da relação entre fã e ídolo e o poder da celebridade diante seus seguidores, Douglas Kelnner falando sobre o fenômeno Madonna e Pierre Levy com o poder da virtualização. Na análise proposta, feita através de entrevistas na rede social online Facebook, identificamos que a maior parte dos fãs foi a favor do posicionamento da Madonna.

**PALAVRAS-CHAVE:** Celebridades; Madonna; Bolsonaro; Política

### INTRODUÇÃO

Batizada por muitos como a rainha do pop, Madonna é uma cantora, atriz, dançarina, compositora e produtora norte-americana. Nasceu em Bay City, Michigan, Estados Unidos, no dia 16 de agosto de 1958. Filha de família de origem italiana ficou órfã de mãe quando tinha apenas cinco anos de idade. Anos depois começou a dar aula de piano e dança, e mais tarde, conseguiu uma bolsa na Universidade de Michigan. Não chegou a terminar o curso e logo foi convidada para estudar dança em Nova York, onde acabou se mudando. Trabalhou como garçom e como modelo. Entrou na música

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019

<sup>2</sup> Aluno graduando no 6º período de Comunicação social da UFPE, e-mail: sergiolucasjunior@gmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do artigo. Professora adjunta do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em sociologia, mestra em Comunicação, jornalista e documentarista e-mail: fabimoraes@gmail.com.

---

quando foi convidada para ser backing vocal do cantor francês Patrick Hernandez em sua apresentação na América do Norte.

Madonna é considerada pela mídia como uma das mulheres mais famosas do mundo, tem como característica principal a adoção de posturas consideradas controversas frente a valores socialmente legitimados, possuindo um amplo repertório de obras complexas que se estendem da música até o cinema. São 13 álbuns de estúdio em 35 anos de carreira, 10 turnês e participação em 26 filmes, dando a ela um Globo de Ouro como melhor atriz do ano na categoria musical/comédia pelo filme *Evita* do diretor Alan Parker. Algumas músicas ficaram bastante conhecidas e conseguindo entrar em diversas paradas musicais, como a Billboard hot 100<sup>4</sup>, entre elas: "Like a Virgin", "la Isla Bonita", "Vogue", "Hung up" e "4 Minutes".

Madonna firmou-se como ídolo através da produção intensiva de trabalhos variados que atendem a todos os meios de comunicação, conseguindo ser vista e colocando sua imagem em pauta todos os dias, consolidando-se como uma das grandes responsáveis pela mudança de comportamento social no final do século XX. "Um rosto tão conhecido como o nosso próprio" (revista *showbizz* 2000). Com essa superexposição na mídia, hoje ela continua sendo uma figura global. Há em Madonna todo um planejamento para se tornar um símbolo de mudanças e avanços nessa indústria que é tão vasta e complexa. O professor Douglas Kelner, que estudou o fenômeno Madonna, apresenta seu argumento,

[...] para se entender devidamente o fenômeno Madonna, é preciso perceber suas estratégias de marketing, o modo como ela vendeu sucessivas imagens e incorporou vários públicos, os mecanismos pelos quais se tornou a superstar pop. Madonna é uma das maiores máquinas de relações públicas da história; contratou agentes e publicitários de primeira, gente "criativa" para fazer seu marketing e produzir suas imagens. (KELNER, 2001, p. 341)

Madonna é responsável por uma legião de imitadores de sua imagem, principalmente de suas identidades. Passando por várias fases, em cada uma delas cria possibilidades de desconstruir a identidade anterior. Em seus 35 anos de carreira, Madonna se envolveu em diversas polêmicas de cunho religioso e político, fazendo com que a imagem dela sofresse vários tipos de boicote. Em 1989, a cantora lançou o

---

<sup>4</sup> A Billboard Hot 100 é a tabela musical padrão dos Estados Unidos que avalia a lista das cem músicas mais vendidas no decorrer de uma semana, publicada pela revista Billboard

videoclipe “Like a Player” provocando o conservadorismo católico branco norteamericano, nas cenas do videoclipe ela testemunha um assassinato de uma mulher branca por homens brancos, o principal suspeito é um rapaz negro que tenta socorrer a vítima. A cantora foge da cena do crime e busca refúgio em uma igreja católica, onde encontra a estátua de um santo negro e acaba sonhando com a materialização dele e o libertando das grades da igreja onde o beija. Isso a fez ser banida da Itália e ter um acordo milionário rompido com a fabricante de refrigerantes Pepsi.

Com tantas polêmicas, Madonna se fez presente mais uma vez, agora no Brasil, quando a artista publicou uma foto em suas redes sociais online com o dizeres “#EleNão” no dia 28 de setembro de 2018 fazendo referência ao movimento de mulheres contra o então candidato a presidente Jair Messias Bolsonaro (PSL). A postagem foi vista no *stories*<sup>5</sup> da rede social Instagram da artista que tem mais de 12,6 milhões de seguidores. As 24h foram o bastante para estimular todo o movimento e colocar Madonna novamente em pauta no mundo todo, principalmente no Brasil.

O presente artigo tem como objeto de estudo os fãs da cantora Madonna em relação ao seu posicionamento sobre o movimento da *hashtag* Ele Não. Irá ser analisado a opinião de um determinado número de fãs sobre essa participação da cantora contra o então candidato a presidente Jair Messias Bolsonaro na campanha de 2018.

## **Movimento #EleNão**

O movimento #EleNão foi uma campanha de cunho político cujo nasceu entre as mulheres, LGBT’s, negros e outros grupos minoritários contra as propostas do então candidato Jair Messias Bolsonaro (PSL) - onde na qual suas propostas e seus discursos ameaçavam a existência do público LGBTQ+, de negros e outras minorias que fazem parte da sociedade. Artistas de grande renome se posicionaram, sendo eles cantores que atendem a um público mais diversificado como os LGBTQ+ ou atores, com grande repercussão através das redes sociais chegou a nível internacional. Várias celebridades sabendo da seriedade do movimento acabaram aderindo a *hashtag* em suas postagens.

---

<sup>5</sup> *Stories* é uma ferramenta da rede social online Instagram. São mensagens que duram 24h e que podem ser deletadas pelo usuário.

**Figura 1. Mulheres nas ruas participando do movimento #EleNão**



Fonte: Disponível em: [https://cdnimages01.azureedge.net/renascenca/img\\_34296090f19a.jpg](https://cdnimages01.azureedge.net/renascenca/img_34296090f19a.jpg). Acesso em: 11/12/2018

Com tal situação, artistas como a cantora Anitta foram bastante criticados tanto pela mídia como pelos seus fãs, sobre seu posicionamento contra Bolsonaro. Anitta, artista do funk carioca publicou na plataforma Twitter questões sobre seu voto: “é um direito meu não querer opinar sobre política e eu só estou exercendo esse direito”. Só após várias críticas, com muita relutância e pressão, a artista mostrou-se contra o até então candidato Jair Bolsonaro, contudo, alguns dos seus vários fãs acharam sua atitude de pouca veracidade, pois dias depois a mesma revelou que estava em uma votação para um evento de música, e através de um post pediu para os seus fãs votarem nela.

A resistência de Anitta enquanto artista de nacionalidade brasileira e com grande visibilidade no mercado internacional, foi ainda mais criticada quando grandes artistas que não residem no Brasil se posicionaram contra um candidato que ameaça um público já tão marginalizado. Artistas internacionais como Dua Lipa, Cher, Diplo e Rita Ora, foram notícia em grandes portais de comunicação e páginas nas redes sociais digitais durante a campanha política do Brasil em 2018 por se posicionarem contra o candidato que apresenta um discurso que fere as mulheres e grupos minoritários.

Mas então veio Madonna, artista conhecida por várias gerações e que tem uma grande notoriedade no mundo do entretenimento e com apenas uma foto fez os olhos dos seus fãs do mundo todo olhar para a política brasileira e procurar saber o que estava acontecendo. Fãs de todos os lugares e principalmente do Brasil se questionaram e abriram debates em suas redes sociais online.

Figura 2. Cartaz que Madonna publicou em sua rede social online



Fonte: Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BoRYCQqhpq4/> Acesso em: 12/12/2018.

No cartaz Madonna aparece com um adesivo tapando a parte da boca com os dizeres “Freedom” que significa Liberdade e com a marcante *hashtag* #EleNão e frases de efeito “#EleNão vai nos desvalorizar” “#EleNão vai nos oprimir” e “#EleNão vai nos calar”, o cartaz foi criado por um fã brasileiro que agradeceu a artista por ela ter atendido aos pedidos dos fãs no Brasil e se juntar no movimento comandado por mulheres e minorias ao longo das eleições de 2018 no Brasil. As ruas do Brasil e do mundo, foram tomadas por manifestantes. São Paulo e Rio de Janeiro receberam as maiores concentrações de manifestantes que estavam participando do movimento.

Figura 4. Manifestantes do “Ele Não” ocupam o Largo da Batata, no sábado [29/9] em São Paulo



Fonte: Disponível em: <https://limpinhoecheiroso.com/2018/10/01/elenao-um-protesto-historico-menos-para-a-tv-brasileira/> Acesso em: 12/12/2018

Segundo o portal de notícias G1, 114 cidades participaram das manifestações que iam contra o candidato a presidência Jair Bolsonaro. Também houve atos em grandes cidades do mundo, como Nova York, Lisboa, Buenos Aires, Paris e Londres. O movimento “Ele Não” levantou pautas para além da política, virando um significante cheio de significados. Começou pelas mulheres, motivadas por conta das declarações polemicas do candidato, depois se tornou uma luta mais abrangente, a defesa da democracia, a luta pelos direitos humanos, e outros grupos minoritários. “Ele Não” se tornou um movimento globalizado que mobilizou não só o Brasil, mas o mundo todo.

**Figura 5. Manifestantes do “Ele Não” em Buenos Aeirs – Argentina**



Fonte: Disponível em: <https://www.pt.org.br/liveblog/194860/>. Acesso em: 30/09/2018

### **Todo poder a celebridades?**

A força que as celebridades apresentam é bastante significativa, a adoração a uma pessoa célebre alcança dimensões impressionantes. Os fãs depositam em seus ídolos pensamentos intensamente positivos, a obsessão tende a participar de relações imaginárias de intimidade com a celebridade (ROJEK, 2008).

O movimento Ele Não ganhou bastante força depois que as celebridades começaram a participar e levantar voz junto com grupos de militância por todo o Brasil, atrizes, cantores, comediantes, e apresentadores foram para as ruas e em suas mídias digitais, usaram de seus poderes midiáticos e pediram aos fãs que os acompanhassem diante dessa causa que mobilizou o Brasil e o mundo. Os fãs se sentiam na obrigação de lutar ao lado dos seus ídolos e isso fez com que o movimento ficasse em pauta todos os dias em todos os grandes portais de notícias. Rojek (2008) fala do termo “interação parassocial” em que diz que é usado para se referir a relação de intimidade construídas através da mídia, e não pela experiência direta e encontros cara a cara.

---

As celebridades oferecem afirmações peculiarmente fortes de pertencimento, reconhecimento e sentido em meio às vidas de seu público, vidas que de outro modo poderiam ser pungentemente experimentadas como de baixo desempenho, anticlimáticas ou subclímicamente deprimentes. Uma tensão peculiar na cultura da celebridade é que a distanciamento físico e social da celebridade é compensado pela superabundância e informações pelos meios de comunicação, inclusive fanzines, artigos na imprensa, documentários de TV, entrevistas, boletins informativos e biografias, que a personalizam, transformando a figura distante de um estranho em outro significativo. (ROJEK, 2008, p. 58)

As celebridades são vistas por alguns fãs como seres que tem poderes mágicos e sendo consideradas como um ser que possui qualidades divinas como bem observou Rojek (2008) fazer parte de algo próximo a seu ídolo é uma forma de pertencimento. No caso do movimento Ele Não, Madonna mostra seu posicionamento, ela apresenta para o mundo e principalmente para seus fãs uma posição, não exigiu que ninguém a seguisse, mas como não participar depois de ver seu ídolo divulgando e dizendo para o mundo que é contra algo, mas não necessariamente essa idolatria alcança alguns fãs. A internet ganha força cada dia mais, fazendo com que as informações e o contato entre fãs e ídolos aconteçam sempre, principalmente nas redes sociais online. Pierry Levy cita:

Um movimento geral de virtualização afeta hoje não apenas a informação e a comunicação, mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência. A virtualização atinge mesmo as modalidades do estar junto, a constituição dos “nós”; comunidades virtuais, empresas virtuais, democracia virtual... Embora a digitalização das mensagens e a digitalização do ciberespaço desempenham um papel capital na mutação em curso, trata-se de uma onda de fundo que ultrapassa amplamente a informatização (LÉVY, 2013, p.11)

Levando em consideração a força da internet que mudou por completo todas as antigas estruturas e canais de comunicação e circulação de informações, as celebridades passaram a serem exigidas com uma nova forma de lidar com seus públicos, que não estão mais esperando seus ídolos no aeroporto, embora ainda seja bem recorrente essa necessidade do estar junto fisicamente. Se torna mais “fácil” esperar uma mensagem e curtida em alguma publicação em que o artista foi marcado. Madonna começou sua carreira bem antes da internet, tornando-se uma artista que transitou e ainda transita por várias gerações, hoje, seu contato e intimidade com seus fãs se tornou mais próximo. A mídia e as celebridades acabam por exercer uma influência sobre a sociedade e seus costumes. Existe uma relação próxima entre mídia e o artista, sem o artista a mídia não se faz tão presente, sem a mídia eles, os artistas, desapareciam. É uma dependência que

muitas vezes se faz mútua. A professora Lucia Santaella, famosa no mundo da semiótica expressa de maneira genial essa dinâmica:

“Xuxa, Madonna ou Jackson fazem parte, eles mesmos, da mídia. São seus filhos legítimos. A mídia precisa deles tanto quanto eles necessitam da mídia. Sem ela, não existiriam. Daí o des pudor e mesmo obscenidade com que se expõem, escancarando suas intimidades no marketing pervertido da fama. Os astros midiáticos têm uma vicária, dependentes da mídia. Se deixarem de aparecer, desaparecem.”  
(SANTAELLA, 2004, p. 101)

A forte relação que Madonna tem com a mídia e vice e versa é bastante forte, ambos ganham de formas diferentes. E para além dessa troca, essa interação dá a chance do fã se relacionar cada vez mais com seus ídolos. Quando Madonna publicou a imagem dela divulgando o movimento Ele Não, a aproximação aconteceu por conta dessa proximidade que a internet é capaz de fazer, e a mídia como principal fonte de notícias republicou de uma forma extremamente precisa para que pudesse alcançar muros e fazer com que o posicionamento de Madonna chegasse em todos os lugares, com Rádio, Televisão e Internet, dando grande destaque nas redes sociais online que foi o ponto de partida.

Um ídolo sendo uma projeção e a figura que representa os valores de uma sociedade tem em si uma grande responsabilidade pelo trabalho que desenvolve, e acaba criando uma responsabilidade pela narrativa que a própria indústria cultural acaba criando, seja com sua vida privada ou pública, quando o ídolo fica fora da caixa e não está mais no padrão social que a mídia determina para se manter nela, vem a conta, seja em perseguição e desdobramento de polemicas. Essa aproximação do fã-ídolo caracterizada com a presença constante nas redes sociais online oferece uma veiculação da imagem do ídolo de uma forma extraordinária, aumentando um grau de intimidade tão presente que faz com que a confiança entre o fã e o célebre seja marcante, fazendo com que a adoração seja intensa e presente, perpetuando assim, essa ligação e missão com a mensagem que o ídolo carrega consigo.

## **Metodologia**

Para entender como a participação da cantora Madonna no movimento da *hashtag* “Ele Não” atingiu seus fãs esta pesquisa foi de cunho empírico, foi trabalhada de forma experimental, ou seja, foi trabalhada em ambiente controlado. Em conjunto com a pesquisa objetiva, sendo assim, os resultados obtidos não alteraram o objeto de estudo e



não houve a participação do pesquisador. De forma aplicada, isto é, foi necessário um embasamento bibliográfico para o desenvolvimento desta pesquisa. Foram estudados os autores Chris Rojek, Douglas Kellner, Pierre Levy e Lucia Santaella para uma melhor compreensão sobre celebridades e seu impacto cultural em sociedade.

O método de abordagem para alcançar o objetivo foi de forma indutiva, isto é, a partir das respostas particulares dos participantes sobre a participação da Madonna no movimento Ele Não, irá formar um consenso geral sobre: se aprovam ou não e o motivo. A técnica utilizada se deu por formulário.

Para o desenvolvimento desta pesquisa foi elaborado um formulário com 4 perguntas. Que foi respondido por 41 sujeitos que participaram de nosso estudo. Esses participantes são membros de grupos direcionados a cantora Madonna no Facebook, sendo esses: “Super Madonna”, “Madonna Brazil (Oficial)” e “Loucos por Madonna”, e responderam ao formulário por meio da ferramenta *GoogleDocs*, utilizando-se para isso a internet.

Participaram do estudo um total de 41 fãs que, conforme pode ser visto abaixo (gráfico 1), possuem idade média de 31 anos.

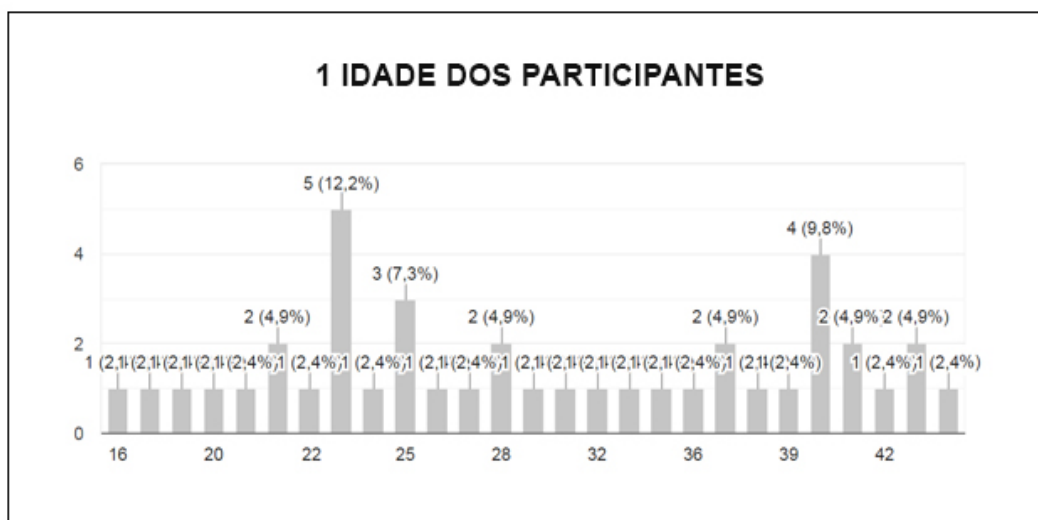


Gráfico 1. Idade dos participantes

Quanto ao sexo deles, 85,4% (que equivale a 35 participantes) são homens, apenas 14,6% (equivalente a 6 participantes) são mulheres e nenhum dos participantes se declarou como transgenero, assim como mostra o gráfico a seguir (gráfico 2).



Gráfico 2. Sexo dos participantes da pesquisa.

A pergunta que motivou a pesquisa segue com seu resultado quantitativo no gráfico abaixo (gráfico 3) e para todos os participantes existia um espaço onde eles poderiam discorrer sobre seus motivos para concordarem ou não sobre o posicionamento da cantora.

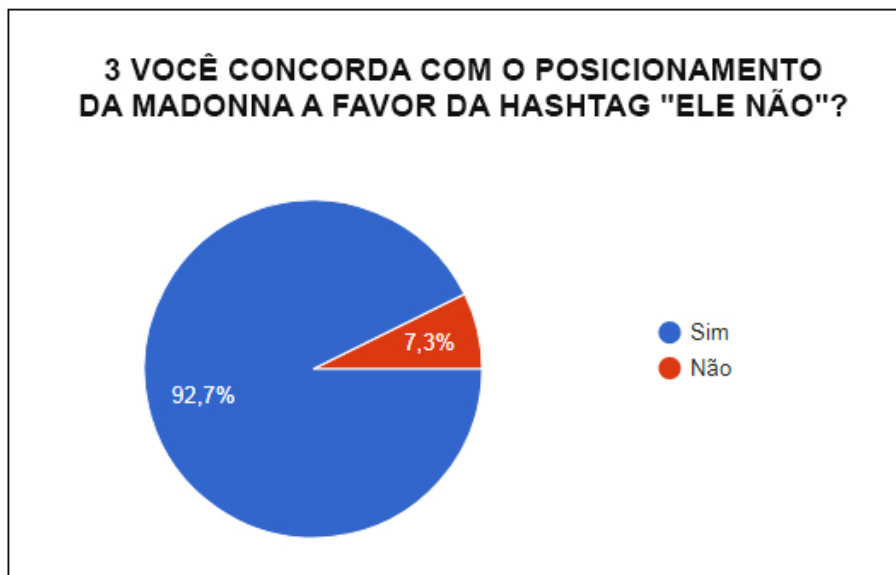


Gráfico 3. Opinião dos participantes sobre o posicionamento da cantora.

Com os dados coletados fizemos a análise quantitativa e produzimos os gráficos que foram apresentados acima e depois analisamos de forma quantitativa e qualitativa a questão discursiva sobre as motivações dos participantes. Análise essa que estará na área dos resultados.

## Resultados

Através do formulário foram obtidos dados para a análise de opinião dos entrevistados, como foi apresentado nos gráficos, a maior parte foi a favor do seu engajamento com a premissa de que Madonna sempre foi uma artista que se posiciona a favor de causas humanitárias, usando sua voz e visibilidade para ser contra opiniões que prejudicam minorias. A pequena parte dos participantes que foi contra, usou como justificativa o fato de que Madonna não morar aqui no Brasil e não conhecer a fundo a política e seu contexto aqui existente não lhe conferia o direito de “se meter”, como disse um dos participantes, homem de 45 anos: “Ela mal sabe a real situação política do país. Tem seus ideais, porém opinar sem estar vivendo problema não funciona.” Ainda houve quem justificasse que sua atitude foi motivada por, depois de 35 anos de carreira consolidada e muitos sucessos, uma “tentativa de chamar atenção, fazer alarde e criar polêmica”, como disse um participante de 37 anos.

## Conclusão

Tendo em vista o grande alcance, além do impacto que a artista Madonna teve e continua tendo em escala global sendo porta-voz de muitas condições condenáveis e não mais aceitas em nossa sociedade. E isto se reflete muito no que foi visto na análise das respostas, principalmente por mais da metade dos participantes serem do sexo masculino, pois, tirando disto serem uma grande parte composta por homossexuais, um público na qual a mesma abraçou a causa LGBTQ+ desde a década de 1980. Dito isto, é notável que a artista é vista como uma diva e um exemplo a ser seguido pelo público em ideais e legado.

Outro fator interessante é que grande parte dos entrevistados tinha em média 22 anos, ou seja, apesar de ter mais de 30 anos de carreira, a Madonna ainda consegue conquistar mais fãs apesar de não terem nascido na época de seu *debut* é um fator interessante a se pensar. Pois, mesmo com o passar dos anos, a artista não perdeu sua essência como lutadora de causas humanitárias, sociais e políticas, usando sempre sua voz para trazer à tona, questões como racismo, LGBTfobia, feminismo, envelhecimento e entre outras.

## REFERÊNCIAS

ANITTA, A. “**É um direito meu não querer opinar sobre política e eu só estou exercendo esse direito.**”. 19 set. 2018, 10:40 am. Twitter: @Anitta Disponível em: <http://twitter.com/anitta/status/1042468420418187265>. Acesso em: 08 dez. 2018

ROJEK, C. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.

LÉVY, pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2003. 160 p.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

PROTESTOS contra Bolsonaro ocorrem em 26 estados e DF; atos a favor, em 16. **G1**, São Paulo, 29 de outubro de 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2018/09/29/manifestantes-fazem-atos-a-tarde-contra-e-favor-de-bolsonaro.ghtml>> Acesso em: 30/09/2018