

## **Exposição e isenção: como o posicionamento político de celebridades nas redes sociais impacta o debate público<sup>1</sup>**

Déborah Tamara Chaves MORAIS<sup>2</sup>  
Antonio Batista FELIX FILHO<sup>3</sup>  
Rafael Rodrigues da COSTA<sup>4</sup>  
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

Através da presença cada vez mais marcante dos recursos tecnológicos em nossa vida, concomitantemente à intensificação do uso das plataformas de redes sociais como espaço para exposição de posicionamentos de todo tipo, entre eles as preferências políticas, as dinâmicas e interações dessas redes passaram a ocupar um papel importante na sociedade. Não é de agora que artistas e personalidades públicas são cobradas para que se posicionem politicamente, porém é perceptível que tal hábito se tornou mais recorrente depois de determinados episódios que, de alguma forma, deixaram uma marca na história do país. Atualmente, diversos fatores entusiasmam a prática dos posicionamentos públicos: avanços tecnológicos, a presença cada vez mais intrínseca das redes sociais no cotidiano dos indivíduos, mediação política e politização do entretenimento, evolução dos meios de comunicação de massa, entre outros. O artigo consiste em uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo que, através da análise de acontecimentos, estudou a forma como celebridades utilizam das redes sociais para se posicionar politicamente e mais, de que maneira outras personalidades públicas conseguem, ou ao menos tentam, se esquivar da cobrança do público para que se mantenham isentas. Para entender e estabelecer conexões com o nosso tema partimos, inicialmente, da análise de acontecimentos do período ditatorial e das consequências enfrentadas pela sociedade na época, pois entendemos que o fim deste ciclo histórico foi muito importante para a garantia dos direitos que temos hoje. Em seguida, direcionamos a análise para entender fenômenos atuais em que a influência de celebridades foi importante para o debate público, desde o golpe de 2016, que culminou na saída de Dilma Rousseff da Presidência da República, até as críticas às ações de enfrentamento

1 Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

2 Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [dehsire@alu.ufc.br](mailto:dehsire@alu.ufc.br)

3 Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [filhoabfelix@alu.ufc.br](mailto:filhoabfelix@alu.ufc.br)

4 Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [rafaelrg@ufc.br](mailto:rafaelrg@ufc.br)

da pandemia de COVID-19 tomadas pelo governo Bolsonaro. Em seguida, procedeu-se à análise de conteúdos conflituosos publicados na rede social Instagram nos perfis das atrizes Juliana Paes e Samantha Schmutz, além de postagens da cantora Ivete Sangalo, entre os meses de maio e junho de 2021. Nosso principal objetivo foi refletir como esse engajamento na política, por parte de celebridades, pode influenciar nos posicionamentos políticos do público. Nesse contexto, identificamos a grande visibilidade midiática de celebridades que se engajam politicamente, porém existem três posições que permeiam este tema, de um lado celebridades que se identificam com a agenda de esquerda, do outro celebridades que corroboram com as ideias de direita ou de extrema-direita, ambas se posicionando abertamente. E por último, celebridades que lutam pelo direito de permanecerem caladas, que estão ou fingem estar em "cima do muro". Nessa lógica, alguns questionamentos se fazem importantes: por que e em quais momentos as celebridades exibem publicamente seus posicionamentos? Ou mesmo, porque silenciam diante de pautas tão importantes? É possível perceber que há uma convergência entre mídia e entretenimento sobre os aspectos que configuram a força e a influência que um posicionamento político de uma celebridade carrega e representa para sua audiência, porque "(...) a midiáticação da política converge com uma politização do entretenimento devido à força de mobilização deste último" (MARTINO, 2011, p. 146 apud MONTEIRO, 2020, p.76), de modo que, "espetáculo e celebridades são certamente ferramentas importantes para se governar na era da mídia" (KELLNER, 2009, p. 737 apud MONTEIRO, 2020, p.75). Esse cenário se revela como um fenômeno de celebridades politizadas. Para Monteiro (2020), com base na obra de Mark Wheeler (2014), isto se trata de um conceito no qual celebridades endossam determinadas causas e adotam posicionamentos exercendo um papel político se valendo de sua influência célebre em várias esferas sociais. Wheeler ainda destaca que as mídias sociais têm o poder de amplificar as opiniões das celebridades politizadas em assuntos que podem gerar bastante controvérsias. No Brasil, conseguimos perceber que já se tornou bastante comum a forma como manifestações políticas geram divisões ideológicas entre celebridades. Pensando nisso, é fácil identificar que esses espaços midiáticos mesclam as esferas informativas, entre o entretenimento e o posicionamento. O endosso e o ativismo político de celebridades vem se tornando cada dia mais frequente na mídia, de modo que as ações políticas dessas figuras passam a gerar questões de interesse

público. Para Kamradt (2007), a visibilidade concedida às celebridades faz com que suas vozes sejam amplamente ouvidas e compartilhadas, sendo estas capazes de pautar o debate público através de sua representação e de seu engajamento político, conduzindo sua audiência a refletir sobre determinados assuntos. Assim, “(...) na política contemporânea, as celebridades possuem um lugar cativo na construção das narrativas políticas” (KAMRADT, 2007, p. 19 apud MONTEIRO, 2020, p.74). Ao fim do artigo, é possível perceber a força de influência que os posicionamentos políticos de celebridades podem alcançar em seu público e como tal prática se modificou ao longo da história do nosso país. No passado, com toda a censura imposta pela ditadura militar, os artistas lutavam para que suas vozes fossem ouvidas e corriam riscos ao denunciar as inúmeras violências desse período sombrio, através de sua arte. Com a conquista da liberdade de expressão alcançada na redemocratização do Brasil, os caminhos se abriram e possibilitaram a livre exposição de ideias. Hoje, em uma sociedade em processo de midiaticização, esses mecanismos que mesclam entretenimento e posicionamento garantem a permanência constante de artistas no debate público. Cada vez mais essas vozes se amplificam à medida que expõem opiniões a favor ou contra em pautas de grande relevância social. Em contrapartida, enquanto muitas personalidades públicas utilizam dos espaços midiáticos para se inserirem em debates políticos e construírem um estereótipo de celebridade politizada, outras optam pela permanência no espaço da neutralidade. Dessa forma, pode-se perceber que a dinâmica que faz com que celebridades se posicionem publicamente tem se intensificado na sociedade em processos de midiaticização. Nesse contexto, os artistas que escolhem se posicionar perante debates sociais são, em sua grande maioria, motivados pelo anseio de se utilizar da sua influência em determinadas esferas sociais, endossando os seus ideais a fim de que suas vozes sejam ouvidas e compartilhadas. Por outro lado, quem não se posiciona visa esquivar-se de complicações comerciais motivadas pelas suas concordâncias políticas, mantendo-se na conveniência enquanto afirmam neutralidade. De todo modo, mesmo na exposição ou na isenção, essas celebridades impactam de forma significativa a sociedade. Os seus discursos são capazes de influenciar a opinião pública devido às suas posições de representação social, induzindo a audiência a se incluírem nessas discussões e participarem da construção de narrativas políticas.

**PALAVRAS-CHAVE:** redes sociais; influência; celebridades; posicionamento político; debate público.

## REFERÊNCIAS

COSTA, I. C. **Estudos de recepção: da dominação hipodérmica às mediações dos usos sociais.** Portal Intercom, 2014. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-1860-1.pdf>. Acesso em: 05 de agosto de 2021.

COSTA, M. C. C. **Liberdade de expressão: como lutar por ela.** *Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 43-50, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v18i2p43-50>. Acesso em: 03 de agosto de 2021.

KAMRADT, João Francisco. **Celebridades e política: redução da democracia representativa ou novas formas de engajamento.** In: VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA). Anais, Porto Alegre, 2017.

KELLNER, Douglas. **Barack Obama and Celebrity Spectacle.** *International Journal of Communication*. V. 3, jul. 2009. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/559>. Acesso em: 03 de agosto de 2021.

MARTINO, Luís Mauro Sá, **Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política.** *Revista Brasileira de Ciência Política*. Brasília, nº6, p. 137-150, jul./dez. 2011.

MEDEIROS, Carolina Mary. **Censura política à música popular brasileira: as ações da censura na ditadura civil-militar à MPB.** *Revista Encontros*, Rio de Janeiro, v. 13, n.25, p. 26-44, 2005. Disponível em: <https://www.cp2.g12.br/ojs/index.php/encontros/article/view/656>. Acesso em: 03 de agosto de 2021.

MONTEIRO, Livia Alessandra Campos. **Discussões políticas entre celebridades e seus fãs na sociedade em processo de midiatização: o caso Anitta e a #elenão nas redes sociais.** 2020. 144 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2020.

THOMPSON, John. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** Petrópolis: Vozes, 2011.

WHEELER, Mark. **The mediatization of celebrity politics through the social media.** *International Journal of Digital Television* 5. Londres, v. 5, n. 3, p. 221-235, 2014.