

Quanto vale o engajamento de uma celebridade em tempos de midiatização e manifestação?¹

Fernanda Medeiros²

1 A primeira versão deste texto foi apresentada no seminário A visibilidade dos anônimos, promovido pelo Grupo de Pesquisa Mídia e Narrativa, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), em Belo Horizonte, nos dias 06 e 07 de novembro de 2013.

2 Mestranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG). medfernanda@gmail.com.

Resumo

Os protestos populares que pararam o Brasil em junho de 2013 evidenciaram um mal-estar difuso, que se afirmou gradualmente como um acontecimento histórico-político, formado por anônimos e atravessado pela nova utilização dos meios de comunicação. No que se refere à cultura da mídia, a atuação das celebridades durante estes eventos se torna um ponto de reflexão instigante, na medida em que se observava a inserção dos artistas na multidão, ao mesmo tempo em que suas ações eram amplamente destacadas pela mídia. Na intenção de melhor entender os possíveis limites que cercam e diferem as noções de celebração e anonimato no território da midiaticização, este artigo propõe-se a identificar algumas formas de relação que foram criadas durante as manifestações populares de 2013 por parte de algumas celebridades brasileiras.

Palavras-chave

Celebridades, multidão, mídia, manifestações.

Abstract

The popular protests that stopped Brazil in June 2013 showed diffuse dissatisfaction, which gradually emerged as a historical-political event, integrated by anonymous people and crossed by the use of new media. In concern to media culture, the performance of celebrities during events strikes us as a curious point of reflection as we are able to observe the inclusion of artists in the crowd, while their actions were widely highlighted by media. In order to better understand the possible boundaries that surround and differ the notions of anonymity and celebrification in the territory of mediatization, this article aims at identifying some types of relationship created by some Brazilian celebrities during the mass manifestations of the year 2013.

Keywords

Celebrities, crowd, media, manifestations.

A expressão “revoltas de junho” é apenas um dos termos que têm sido usados para caracterizar as manifestações populares que pararam o Brasil em junho de 2013. Além dos vários nomes, os protestos foram plurais sob diversos aspectos: pelos muitos dias de manifestações e paralisações, pelas inúmeras causas e demandas que impulsionaram cada evento. Rapidamente, as reivindicações do Movimento Passe Livre (MPL) se transformaram em um mal estar generalizado e coletivo, que fez emergir uma infinidade de insatisfações populares e agendas mal resolvidas, em praticamente todos os campos sociais. Não foi possível identificar ou estabelecer uma única causa, como também houve dificuldade e polêmica em eleger qualquer porta-voz para dialogar com as autoridades e com a grande mídia. A marca do contexto foi o repúdio por lideranças que pudessem representar com alguma objetividade as metas daqueles manifestos. Apesar das reivindicações segmentadas, a impossibilidade de se ter um rosto público demonstrou como os manifestantes, em conjunto, exigiam sua condição de multidão anônima e homogênea, na medida em que esta parecia ser a melhor posição para representar a massa, potente e promissora, na luta pelos seus direitos.

Como afirma Williams (2007), a expressão massa carrega uma ambivalência: pode ser um termo positivo para o pensamento socialista, no que se refere à potência da expressão social em seu conjunto, da mesma forma como pode ter o significado de um termo inferior, de acordo com parte do pensamento conservador. Historicamente, os sentidos de desprezo começaram a aparecer nos séculos XVI e XVII, quando “o substantivo realmente significativo era multidão, frequentemente acompanhado da expressão de muitas cabeças, o que reforçava o aspecto quantitativo” (WILLIAMS, 2007, p. 261). A ênfase nas grandes quantidades persistiu com o curso do tempo, cristalizando no termo “massas” a ideia (ambígua) de algo amorfo e indistinguível, condicionado a um grande número de pessoas ou coisas.

Referindo-se ao termo multidão, Coli (2010) destaca a qualidade de anonimato criada para um indivíduo que integra um volumoso aglomerado de pessoas, tornando-se, como a massa que o acolhe, também indistinguível. E é nesta mesma linha que o poeta Charles Baudelaire, citado por Benjamin (2006),

lança um olhar alegórico sobre a Paris do século XIX, buscando “um asilo na multidão”. É como se a condição de massa fosse capaz de “desindividualizar” o indivíduo e, sob esta perspectiva, as “revoltas de junho” receberam incontáveis protestos individuais, que se somaram a tantas outras causas coletivas, e acabaram, todos, formando uma imensa reivindicação popular: sem rosto, mas com uma voz forte soada em coro.

Ao mesmo tempo, os registros midiáticos comprovavam que a multidão, a passeata e a paralização, apesar de serem caracterizados como “movimentos de massa”, também eram constituídos por pessoas que, individualmente, optaram por se somar ao coletivo. Inúmeros manifestantes difundiram seus autorretratos de cidadãos engajados através das redes sociais, enquanto a grande mídia tentava, de maneira escancarada ou disfarçada, personalizar atos isolados, classificados como vandalismo ou de prejuízo ao patrimônio público.

Como afirma Benjamin (2006), mesmo no território do anônimo existem conflitos entre regras coletivas e histórias individuais, que geram certa impossibilidade de um sujeito evoluir na multidão de forma totalmente anônima. No mesmo sentido, Coli (2010) afirma que, apesar de a multidão ser capaz de “dissolver” parcialmente a ideia de individualidade através do conceito quantitativo, há uma história individual registrada de maneira inevitável pelos fatos da “vida real”, que simplesmente não se dissolve. É amalgamada nos sujeitos que compõem as multidões.

No caso das celebridades, esta história individual, a princípio, parece ser incompatível com o propósito do movimento de massa difundido pelas “revoltas de junho”, já que é justamente esta ideia de individualidade que se sobressai no processo de diferenciação entre artistas e público. A relação entre celebridade e massa parece se concretizar em uma forma de distinção, que coloca o artista como “dependente” do reconhecimento dos anônimos que compõem a multidão, e, dessa maneira, seria aparentemente impossível inserir uma celebridade, como anônima, em um movimento de massa. No entanto, muitas foram as celebridades que apoiaram os protestos coletivos e se integraram, física e virtualmente, nas manifestações.

Considerando, ainda que brevemente, a conceituação de massa e a conexão abordada entre multidão, anonimato e individualidade, este artigo propõe identificar algumas formas de relação entre celebração e anonimato por meio do vínculo que algumas celebridades brasileiras estabeleceram com as “revoltas de junho”. Estas são pensadas, neste documento, como um movimento popular, formado legitimamente por anônimos.

A relação das celebridades com o movimento de massa

Para Rojek (2008), o significado do termo celebridade vem sendo historicamente modulado na sociedade moderna, e, hoje, é atribuído ao status glamouroso ou notório de um indivíduo dentro das interações midiáticas. Embora a construção de uma celebridade seja um processo complexo, que pode envolver elementos subjetivos, acerca do talento ou do dom, da ideia de carisma e de diversos outros aspectos interacionais, pode-se afirmar que celebridades dependem de uma mediação midiática para conseguirem atrair a atenção coletiva, a partir dos atributos de um “rosto público”.

Há uma clivagem implícita entre o “eu público” e o “eu privado”, que acompanha as noções de fama e celebração. Benjamin (2006), analisando o cenário francês do século XIX, propõe um raciocínio em torno da construção de uma celebridade ao ressaltar o vínculo entre a intelectualidade do poeta Charles Baudelaire, promovida pelos folhetins, e o aumento do interesse coletivo a respeito da vida pessoal do poeta. Também observando a Paris do mesmo período, Inglis (2010) afirma que, aos poucos, a privacidade, que antes era escondida com rigor na “vida real”, dentro do lar, começou a chamar a atenção do público. Os artistas começaram a se destacar por fama e notoriedade na vida pública (profissional), ao mesmo tempo em que despertavam o interesse por suas vidas privadas.

Mais alinhado ao contexto da midiatização, Dyer (1998) acredita que a imagem de uma estrela é construída através de um conjunto de textos midiáticos, que vai além da divisão entre as vidas pública e privada. Na visão do autor, as estrelas se formam a partir de tipos sociais, mas não se restringem a eles. Os tipos são

modelos planos, representações coletivas consolidadas e facilmente decifráveis, com papéis sociais já estabelecidos. As imagens das estrelas incorporam os tipos e se edificam sobre eles com mais complexidade e “personalidade”. De acordo com o autor, o arranjo entre os diferentes discursos promovidos pela mídia resulta em uma imagem nuançada, que se molda diante da opinião pública conforme o saldo do conjunto das informações disponibilizadas pela mídia.

No contexto das “revoltas de junho”, e baseado em um conceito intertextual acerca do termo celebridade, percebe-se que a forma como a mídia retratou o envolvimento de algumas personalidades nas manifestações reforça a conexão mencionada entre multidão, anonimato e individualidade. A partir disso, algumas questões importantes podem ser levantadas: uma celebridade pode mesmo se inserir no anonimato da multidão, fazendo uso de seu “eu privado” como cidadão? A vinculação de uma imagem pública a uma causa coletiva pode ser considerada totalmente legítima (pensando que pode haver interesse e ganhos imagéticos em relação ao vínculo)? Um célebre teria propriedade para reivindicar o anonimato?

Em torno dessas indagações centrais, propõem-se três categorias de relações estabelecidas entre celebridades e manifestações populares, ilustradas por diferentes fatos e discursos midiáticos, usados para compreender os possíveis limites que cercam e diferem as noções de celebrização e anonimato no território da midiaticização.

A primeira categoria pode ser observada como o espaço da transformação da celebridade em manifestante, e a posterior cobertura da mídia, analisada juntamente com o discurso dos veículos. Muitas celebridades foram para as ruas e usaram a rede social *Instagram* como registro. A mídia convencional replicou algumas postagens, na tentativa de “cobrir” os célebres que se integraram ao movimento. Em 17 de junho, por exemplo, o site *Ego*, da Globo.com, veiculou uma notícia com o título “Famosos vão às ruas e participam da onda de protestos no País” (*Ego*, 17 jun. 2013). Além de dezoito fotos, a matéria reproduziu catorze textos de artistas, que postaram em seus perfis virtuais mensagens a favor das manifestações. No mesmo dia, a seção “Divirta-se”, do portal *Uai* (17 jun. 2013), utilizou basicamente as mesmas imagens usadas pela Globo.com, mas alterou um

pouco o sentido da participação das celebridades, através do tom que prevaleceu em seu discurso. No subtítulo, a matéria afirmava que artistas usaram as redes sociais para incentivar o movimento, denotando um papel mais específico às imagens públicas, e as diferenciando dos demais anônimos inseridos na manifestação. A primeira frase do texto corroborava com essa ideia: “A mobilização popular que levou milhares de manifestantes às ruas de várias cidades brasileiras nesta segunda-feira, 17, também afetou a classe artística” (*Uai*, 17 jun. 2013), deixando nítida a separação entre anônimos (manifestantes) e figuras públicas.

Embora tenham mostrado o engajamento das celebridades nas manifestações de forma parcial, os textos que fazem parte da primeira categoria são focados na exploração do “eu privado”. Eles buscaram apresentar a relação dos célebres com as “revoltas de junho” como uma atitude pessoal, cidadã e “descolada” da visibilidade midiática. Apesar da tentativa de exibir o poder das celebridades em “influenciar” o público, os discursos demonstravam que, aparentemente, não havia interesse por parte dos artistas em se beneficiar com o engajamento social.

A segunda categoria é exatamente o inverso. Ela seria composta por textos intencionalmente criados para serem veiculados na mídia, que ligaram imagens públicas a causas coletivas, sob um propósito específico. Foi o caso do ensaio “Dói em todos nós”, de Yuri Sardenberg, que fotografou diversas celebridades com um olho roxo, fazendo referência à repórter Giuliana Vallone, da *Folha de S. Paulo*, que foi atingida por uma bala de borracha enquanto trabalhava na cobertura de uma manifestação em São Paulo. O ensaio virou campanha e os artistas usaram suas imagens nas redes sociais, acompanhadas de textos com apelos de puro engajamento social³. O site da *Veja São Paulo* divulgou uma matéria em 17 de junho, que mostrava cinco imagens do movimento dos artistas, junto com seus depoimentos a favor dos protestos. Três dias mais tarde, em 20

3 A atriz Thaila Ayala, por exemplo, publicou em sua página do Instagram: “Tenho pena das pessoas que não tem informações, nada além dessas notícias deturpadas e que ainda acham que tudo isso é arruaça por 20 centavos! Acorda, Brasil! Essa é nossa chance de mudar, de crescermos, de brigarmos por uma educação decente, saúde, segurança”.

de junho, o site da revista *Caras* demonstrou que a “classe artística” começou a se sentir inserida no movimento popular através da campanha de Sardenberg: uma matéria com 25 fotos de celebridades com o olho roxo afirmava que:

(...) o fotógrafo Yuri Sardenberg, que criou a campanha *Dói em Todos Nós* para protestar contra violência nos primeiros dias de manifestações no país, foi até São Paulo dar continuidade ao seu projeto. Depois de fotografar Paulo Vilhena, Carmo Dalla Vecchia, Mayana Neiva e outros artistas no Rio de Janeiro, ele passou um dia clicando personalidades da capital paulista (*Caras online*, 20 jun. 2013).

Foi uma forma de protesto segmentada e nitidamente desconectada do sentido da multidão. Apesar de o apelo ter sido o mesmo que vinha das ruas e das massas, na “campanha do olho roxo” o discurso só fazia sentido se estivesse vinculado a uma celebridade. De forma semelhante, um grupo de atrizes que integrava a então principal novela da Globo, *Amor à vida*, usou o *Instagram* para protestar contra a decisão do Supremo, que garantiu a alguns políticos condenados pelo escândalo do “mensalão” uma oportunidade de um segundo julgamento. Diversos sites divulgaram as fotos publicadas pela atriz Bárbara Paz. Entre eles, o *F5 – o site de entretenimento da Folha*, publicou uma notícia que sugeria a revolta das atrizes como um movimento “segregado” (*F5*, set. 2013). Por isso, esses textos representam, na segunda categoria, um espaço fechado para anônimos.

A terceira categoria refere-se ao movimento de um célebre reivindicando como necessária a condição de anonimato para a legitimidade das manifestações. Pode soar estranho, mas foi isto o que fez Caetano Veloso, no vídeo *Caetano Veloso, Rafucko, Black Bloc e 7 de setembro*, em que declarou o seu apoio aos manifestantes mascarados. Eles integraram os protestos com os rostos cobertos e foram classificados pela grande mídia como os vândalos que ficaram à margem dos movimentos. Apesar de as manifestações populares terem diminuído depois de junho, algumas publicações nas redes sociais registradas nos meses seguintes prometiam uma paralisação nacional no feriado de sete de setembro. O governo do Rio de Janeiro, na tentativa de reprimir os atos considerados como

vandalismo, afirmou que proibiria a ação de manifestantes “caras tapadas”, contando com o apoio da polícia para auxiliar a opressão. Através da internet, os protestos populares que anteciparam a coação contaram com um reforço de peso e status nacionalmente reconhecidos, como o cantor baiano, que declarou no vídeo já citado: “Eu penso o seguinte – no dia 7 de setembro, podíamos todos sair mascarados. Essa é uma resposta à violência sem precisar de violência. Pode ser muito bonito”. O problema é que, neste convite à quebra da identidade formal feito por Caetano Veloso, há uma contradição evidente: uma celebridade usando sua fama para tentar impactar a opinião pública a respeito de um tema que apela para o anonimato.

Essas três categorias de textos (a primeira, focada na exploração do “eu privado” das celebridades; a segunda, interessada em vincular causas coletivas a imagens públicas; e a última, que se refere ao contraponto de um célebre reivindicando o anonimato) indicam interações distintas que foram desenvolvidas sob a dependência da mídia. Por um lado, o engajamento das celebridades nas manifestações, analisado de forma categorizada, tenta reverberar indagações proveitosas para se pensar a importância dos processos de celebrização e anonimato no contexto atual. Por outro, propõe, também, observar a influência de textos midiáticos na construção da imagem pública de uma celebridade, especialmente aqueles que exploraram a ligação do status de fama e notoriedade ao contexto popular das “revoltas de junho”.

Considerações finais

A linha que separa a celebrização do anonimato, por mais óbvia que pareça ser à primeira vista, revela-se ainda mais intransponível à luz das manifestações populares, fortemente estimuladas pelo processo de midiatização. A relação das celebridades com as “revoltas de junho”, exposta em categorias, demonstra que há uma distância relevante que impossibilita a inserção dos artistas no “mundo dos não artistas”, e que parece ser ampliada conforme o engajamento do célebre é retratado sob as lentes midiáticas. Talvez a ideia da individualidade citada por

Coli (2010) seja muitas vezes multiplicada no caso das celebridades, tornando impenetrável para elas o território genuíno da expressão social.

A “campanha do olho roxo”, paralelamente, revelou que a concepção do distanciamento também pode ser intencionalmente incitada por parte das celebridades, que criaram seu próprio movimento originado das reivindicações sociais, mas, ao mesmo tempo, reservado da interferência dos protestos dos “comuns”. A grande adesão das celebridades à campanha de Sardenberg, assim como o convite de Caetano Veloso, pode indicar a tendência da “cultura de celebridades” de vincular uma imagem pública a uma causa coletiva, buscando algum benefício. O ganho, aparentemente, é social, coletivo, em prol do avanço do país, das crianças desnutridas na África, da preservação dos animais. Mas, tendo em vista a realidade do mercado de celebridades, não seria injusto cogitar que o vínculo com causas sociais pode também ser forjado em benefício da própria imagem pública, ou estrategicamente explorado como atributo pessoal (ainda assim, em benefício da imagem pública).

Assim como o ensaio de Sardenberg, a campanha mais recente das atrizes globais foi criticada pelo público através dos comentários registrados nos sites e também por críticos e jornalistas⁴. Na notícia publicada no site da *Veja São Paulo*, havia comentários do tipo: “pintar o olho de roxo? Vocês acham mesmo que isso é ajudar? Me poupem! (sic)”. Poucos dias depois, a mesma atriz, Bárbara Paz, realizou um ensaio fotográfico inspirado nos *Black Bloc* que virou chacota na web⁵. O site da revista *Galileu* publicou o seguinte texto:

Domingo, 20 de outubro de 2013, talvez fique marcado como o dia em que o mundo viu o ensaio de Bárbara Paz inspirado no cenário político e especialmente nos *Black Bloc*. A foto faz parte do ensaio, que foi feito para um catálogo de joias – exatamente o tipo de adereço que você usa em um protesto. As fotos são todas tão peculiares que sentimos obrigação de publicar todas (FREITAS, 2013).

4 O blog *Conversa afiada*, do jornalista Paulo Henrique Amorim, publicou uma notícia ironizando a postura das atrizes e sugerindo que a causa do protesto devia ser a sonegação de impostos por parte da Globo.

5 Logo após serem divulgadas na internet, as fotos originais do ensaio foram transformadas em montagens toscas, que exibiam a atriz, produzida, em fotografias reais dos dias de protesto.

Considerando que são os textos midiáticos em seu conjunto, como pondera Dyer (1998), que modelam o status da celebridade, é possível que seja válido lançar um olhar mais apurado sobre as relações formadas entre celebridades e movimentos sociais. Embora este artigo não invista nos estudos de recepção, há indícios que levam a ponderar uma provável reação de estranhamento por parte da opinião pública, que talvez revele um novo “valor social” agregado ao vínculo entre celebridades e causas coletivas.

Oportunismo ou verdadeiro compromisso social? Como a multidão encara a tentativa de representação de suas próprias causas? Seria possível cogitar que, no atual território da midiatização, a noção do público já relaciona mídia e celebridade como produtos semelhantes? Embora ainda estejam abertas a múltiplas respostas e pontos de vistas, essas questões podem ser úteis para nortear os estudos da cultura da mídia que, focados na recepção do público, observam a ascensão dos movimentos de celebrização e seus profundos impactos sociais.

Referências

ATRIZ EXPLICA PROTESTO do elenco de amor à vida contra novo julgamento do mensalão. Disponível em: f5.folha.uol.com.br/celebridades/2013/09/1344685-atriz-explica-protesto-do-elenco-de-amor-a-vida-contra-novo-julgamento-do-mensalao.shtml. Acessado em: 6 out. 2013.

ATRIZES DA GLOBO overseas vestem luto contra Celso. *Conversa afiada*. Disponível em: www.conversaafiada.com.br/pig/2013/09/19/atrizes-da-globo-overseas-vestem-luto-contra-celso/. Acessado em: 6 out. 2013.

BENJAMIM, W. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

CARAS ONLINE. Mais famosos aparecem com olho roxo para o protesto "Dói em todos nós". Disponível em: caras.uol.com.br/especial/tv/post/mais-famosos-aparecem-com-olho-roxo-para-o-protesto-doi-em-todos-nos. Acessado em: 2 out. 2013.

COLI, J. "Boulevard des Capucines e o crime metafísico". In: *O corpo da liberdade*. São Paulo: Cosac Naify, 2010. p. 249-266.

DÓI EM TODOS NÓS. *Veja São Paulo*. Disponível em: vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2013/06/17/doi-em-todos-nos-famosos-fazem-campanha-nas-redes-sociais-a-favor-de-protestos-nas-ruas/. Acessado em: 2 out. 2013.

DYER, R. *Stars*. London: British Film Institute, 1998.

FAMOSOS VÃO ÀS RUAS e participam da onda de protestos no País. *Ego*. 17 jun. 2013. Disponível em: ego.globo.com/famosos/noticia/2013/06/famosos-vaom-ruas-e-aderem-onda-de-protestos-no-pais.html. Acessado em: 2 out. 2013.

FAMOSOS PARTICIPAM DE PROTESTOS nas ruas e compartilham fotos das manifestações. *Uai*. Disponível em: divirtase.uai.com.br/app/noticia/mexerico/2013/06/17/noticia_mexerico,143356/famosos-participam-de-protestos-nas-ruas-e-compartilham-fotos-das-mani.shtml. Acessado em: 2 out. 2013.

FREITAS, A. "Tumblr do dia: Bárbara Paz Black Bloc". *Revista Galileu*. 21 out. 2013. Disponível em: colunas.revistagalileu.globo.com/buzz/2013/10/21/tumblr-do-dia-barbara-paz-black-bloc. Acessado em: nov. 2013.

GUIMARÃES, C. "Fala alto que eles estão gritando". Coluna Gente Boa, *O Globo*, Rio de Janeiro, p. 3, 29 set. 2013.

INGLIS, F. *Breve história da celebridade*. Rio de Janeiro: Versal, 2012.

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

WILLIAMS, R. *Palavras-chave*. São Paulo: Boitempo, 2007.

Referências audiovisuais

Caetano Veloso, Rafucko, Black Bloc e 7 de setembro. YouTube. Disponível em: www.youtube.com/watch?v=15WUSa1iohg&feature=youtu.be. Acessado em: 2 out. 2013.