

**Paula Guimarães Simões**

Universidade Federal de Minas

Gerais - UFMG

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1218-4498>

Email:

[paulaguimaraessimoes@yahoo.com.br](mailto:paulaguimaraessimoes@yahoo.com.br)



Este trabalho está licenciado sob uma  
licença [Creative Commons Attribution 4.0  
International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Copyright (©):**

Aos autores pertence o direito exclusivo de  
utilização ou reprodução

ISSN: 2175-8689

## **Celebridades, comoção e indignação públicas**

*Celebrities, public commotion and  
indignation*

*Célébrités, émoi et indignation  
publique*

SIMÕES, P. Celebridades, comoção e indignação  
públicas. Revista Eco-Pós, v. 25, n. 2, p.73-90, 2022.  
DOI: 10.29146/ecops.v25i2.27878.

## RESUMO

O objetivo deste texto é discutir sobre o potencial das celebridades para despertar a comoção e a indignação públicas em torno de acontecimentos. Para tanto, resgatamos a perspectiva pragmatista de acontecimento, seu poder hermenêutico e seu poder de afetação na vida dos sujeitos. Em seguida, abordamos o papel que as celebridades podem desempenhar ao buscar sensibilizar as pessoas para determinadas questões desveladas por uma ocorrência, evidenciando a politização que vem marcando o posicionamento de figuras públicas no Brasil contemporâneo. A partir disso, o texto traz uma breve análise da repercussão do movimento “Cadê os Yanomami” no *Twitter*. A análise foi realizada tendo em vista o poder de afetação e o poder hermenêutico desse acontecimento e demonstra como celebridades se posicionam em relação a ele, convocando a comoção e a indignação públicas diante da violação da dignidade humana e do tratamento aos povos indígenas no Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Celebridades; Acontecimentos; Comoção Pública.*

## ABSTRACT

This paper aims at discussing the potential that celebrities have to arouse public commotion and indignation around events. In order to do so, we rescued the pragmatist perspective of the event, its hermeneutic power and its power to affect people's lives. Then, we approach the role that celebrities can play when seeking to sensitize people to certain issues revealed by an event, evidencing the politicization that has marked the positioning of public figures in contemporary Brazil. Based on this, the text provides a brief analysis of the repercussion of the “Where's the Yanomami” movement on *Twitter*. The analysis was carried out from the power of affectation and the hermeneutic power of this event and demonstrates how celebrities position themselves in relation to it, summoning public commotion and indignation in the face of the violation of human dignity and the treatment of indigenous peoples in Brazil.

**KEYWORDS:** *Celebrities; Events; Public Commotion.*

## RÉSUMÉ

Ce texte vise à discuter du potentiel des célébrités à susciter l'émoi et l'indignation du public autour d'événements. Pour ce faire, nous avons récupéré la perspective pragmatiste de l'événement, sa puissance herméneutique et son pouvoir d'affecter la vie des sujets. Ensuite, nous abordons le rôle que les célébrités peuvent jouer lorsqu'elles cherchent à sensibiliser les gens à certaines questions révélées par un événement, témoignant de la politisation qui a marqué le positionnement des personnalités publiques dans le Brésil contemporain. Sur cette base, le texte propose une brève analyse de la répercussion du mouvement « Où sont les Yanomami » sur *Twitter*. L'analyse a été menée au vu du pouvoir d'affectation et du pouvoir herméneutique de cet événement et montre comment les célébrités se positionnent par rapport à celui-ci, suscitant l'émoi et l'indignation du public face à la violation de la dignité humaine et au traitement des peuples autochtones au Brésil.

**MOTS-CLÉS:** *Célébrités; Événement; Émoi du Public.*

Submetido em 03 de Junho de 2022

Aceito em 10 de Agosto de 2022

## Introdução

O ator norte-americano Leonardo DiCaprio se engajou em uma campanha para que jovens brasileiros de 16 e 17 anos tirassem título de eleitor para votar nas próximas eleições no país, em outubro de 2022. Assim como o também ator Mark Ruffalo fizera pouco tempo antes, ao compartilhar um post da cantora Anitta e destacar a necessidade de derrotar o atual presidente do Brasil nas urnas: “A democracia e o planeta saem ganhando”,<sup>1</sup> escreveu ele em português no *Twitter*. Essas celebridades acionaram o seu capital de visibilidade e seu potencial de mobilização a favor de uma determinada causa. Através de suas ações, como escrever um post em uma rede social digital, uma celebridade pode tematizar questões, gerar discussões e até influenciar processos de definição de políticas públicas em uma sociedade.

O objetivo deste texto é discutir esse potencial de uma celebridade para buscar uma comoção pública e despertar a indignação frente a um acontecimento. Para tanto, o texto está dividido em três partes, além das considerações finais. Na primeira, é apresentada a perspectiva pragmatista do acontecimento, evidenciando a dupla dimensão de poder que ela apresenta: o poder de afetação e o poder hermenêutico. Além disso, discute-se o modo como, através de sua passibilidade, um acontecimento pode despertar emoções nas pessoas e, de modo particular, as emoções fortes que configuram as comoções públicas e a indignação. A segunda parte traz uma reflexão sobre as celebridades, resgatando alguns estudos que procuram compreender a politização das mesmas no cenário contemporâneo. Na terceira, apresentamos a metodologia e a análise dos dados: a pesquisa empírica foi realizada acerca do movimento “Cadê os yanomamis?”, desencadeado nas redes sociais digitais em maio de 2022. Foram coletados posts de oito celebridades, com mais de um milhão de seguidores na rede social *Twitter*: das cantoras Anitta, Iza e Ludmilla; do rapper Matuê; do DJ Alok; do apresentador Luciano Huck; da apresentadora Angélica Huck; da influenciadora digital Bianca Andrade (Boca Rosa). A análise foi realizada a partir dos dois eixos de poder destacados na perspectiva pragmatista do acontecimento.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://twitter.com/MarkRuffalo/status/1520841942942240769>. Acesso em: 20 de maio de 2022.

## 1. Acontecimento e emoções: da comoção à indignação

O acontecimento pode ser analisado à luz de diferentes perspectivas. Em uma abordagem histórica, Dosse (2013) discute o retorno ou o renascimento do acontecimento não apenas na disciplina História, mas em todas as ciências humanas. Na filosofia, encontramos reflexões sobre o conceito em Arendt (1993), Badiou (2009), Deleuze (2007) e Ricouer (1991), por exemplo. Esses e outros autores vem sendo resgatados em diferentes pesquisas no campo da comunicação: para discutir o jornalismo (Benetti; Fonseca, 2010; Leal; Antunes; Vaz, 2011; Marocco; Berger; Henn, 2012; Vogel; Meditsch; Silva, 2013); as celebridades (Simões, 2012; Lana; Simões, 2012); o feminicídio e seus enquadramentos midiáticos (França, 2014), entre outros fenômenos comunicativos. Nos trabalhos desenvolvidos no campo da comunicação, uma abordagem vem se destacando e será mais bem discutida neste texto: a pragmatista.

A perspectiva pragmatista do acontecimento é devedora de reflexões de George H. Mead e John Dewey, acionadas na construção de reflexões contemporâneas de Louis Quéré. Para Mead, vivemos em “um mundo de acontecimentos” (1932, p. 1), os quais são vistos como *emergências* que irrompem em um contexto, marcando a articulação entre as temporalidades (passado, presente, futuro). Dewey enfatiza a dimensão relacional das emergências do mundo, inscritas no âmbito da experiência<sup>2</sup> dos sujeitos: “Um acontecimento é estritamente o que sobressai, o que é saliente, a consequência mais notável, o ponto culminante” (Dewey, 1993, p. 299-300 – tradução modificada pelo autor, *apud* Quéré, 2012, p. 23).

As contribuições de Mead e Dewey – entre outros autores – são acionadas por Louis Quéré em diferentes textos (Quéré, 1995, 1997, 2000, 2005, 2010, 2011, 2012). Para o sociólogo francês, o acontecimento é uma *emergência* que desencadeia sentidos e instaura uma descontinuidade na experiência. Como discutido em outro texto (Autor/a, 2014), é preciso destacar dois eixos centrais dessa perspectiva do acontecimento: seu *poder hermenêutico* e seu *poder de afetação*. Entendemos que é esta dupla dimensão de poder que pode impulsionar um acontecimento a mobilizar uma *comoção* e uma *indignação públicas*.

---

<sup>2</sup> A experiência é entendida aqui como a interação que se estabelece entre uma criatura viva e o mundo, tal como formulada por Dewey (2010) e Mead (1938).

O poder hermenêutico de um acontecimento se refere ao modo como a própria emergência traz elementos para sua compreensão: “o acontecimento que torna compreensível o seu passado e o seu contexto, em função do sentido novo cujo surgimento ele provocou. Assim se explica o seu poder de revelação ou de descoberta” (Quéré, 2005, p. 62). É assim que ele é visto como *fonte de sentido* (Quéré, 2010), capaz de desvelar problemas públicos e iluminar situações problemáticas. Um acontecimento como o assassinato de João Alberto Freitas por seguranças em uma loja da rede Carrefour em Porto Alegre, em 2020, por exemplo, exhibe o racismo como um problema público estrutural do Brasil, assim como um feminicídio como o da jovem Eloá Pimentel, em 2008, aponta para o machismo e a violência de gênero em nossa sociedade.

O poder de afetação de um acontecimento diz de sua *passibilidade* (Quéré, 2005) ou do modo como ele toca e sensibiliza a experiência dos sujeitos. Como destaca Quéré, o acontecimento acontece *a alguém*, convocando respostas dos *públicos* que são assim configurados por sua emergência. Os públicos são entendidos como aqueles que se veem afetados pelas ações desencadeadas por um acontecimento e buscam, coletivamente, respostas para esta afetação (Dewey, 1954).

Ao revelar elementos configuradores de um contexto e ao afetar a vida das pessoas, um acontecimento desencadeia diferentes emoções, entendidas aqui como manifestações concretas e complexas que envolvem a articulação entre quatro determinações: a *sensação fisiológica*, a *cultura*, a *linguagem* e a *subjetividade* (Ferreira, 2022). Ahmed destaca que “as emoções são relacionais” (Ahmed, 2015, p. 30, tradução nossa) e instauram relações de aproximação ou distanciamento entre sujeitos e objetos. Nesse sentido, as emoções conectam os sujeitos (e seus corpos) aos objetos ou fenômenos que as despertam em um contexto social, cultural e simbólico.

É partindo desse conceito de emoção que podemos refletir sobre a *comoção pública* como um tipo de emoção. De acordo com o dicionário, comoção é: “1. abalo físico, sacudidela, abanão. 2. emoção forte e repentina”.<sup>3</sup> A comoção é, assim, uma emoção forte que nos abala, nos faz estremecer ou, como define a chamada para o presente dossiê, um *movimento vigoroso estabelecido pelo choque dos acontecimentos*<sup>4</sup>. A morte de alguém da família, a descoberta de uma

<sup>3</sup> Disponível em: <https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/>. Acesso em: 18 de maio de 2022.

<sup>4</sup> Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/announcement/view/333](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/announcement/view/333). Acesso em: 18 de maio de 2022.

doença incurável, a perda de um emprego são eventos que nos comovem, nos abalam, despertam em nós outras emoções associadas à dor e ao sofrimento. Tais acontecimentos têm uma dimensão privada, pois, recuperando a distinção proposta por Dewey (1954), eles afetam apenas aqueles *diretamente* envolvidos na situação. Outros acontecimentos, por sua vez, podem despertar uma comoção *pública*, na medida em que afetam aqueles *indiretamente* envolvidos naquela transação. É assim que a morte de uma celebridade, a perda (ou a vitória) em uma eleição ou um acidente de avião podem tocar e sensibilizar grupos ampliados de pessoas que se veem afetados por acontecimentos como esses.

A comoção é uma emoção associada à *indignação* – que também pode ser desencadeada por tais ocorrências. Segundo Dubet,

A indignação é uma emoção positiva. Ela é uma das instâncias essenciais das mobilizações; todos nós estamos, estaremos ou estivemos indignados com as injustiças insuportáveis, as desigualdades obscenas, a maneira como são tratados os refugiados, a violência dos Estados, a destruição da natureza. Hoje, como ontem, a indignação é o ingrediente básico dos protestos, dos movimentos sociais e das revoltas morais. Nós estamos indignados porque somos solidários, ficamos comovidos com os sofrimentos que nos dizem respeito sem nos afetar pessoalmente. (Dubet, 2020, p. 103-104)

Nesse sentido, podemos entender que a comoção pública pode levar à indignação, pois ela se refere à emoção forte despertada por um acontecimento, capaz de movimentar vigorosamente nossos corpos, de despertar nossa indignação, de nos convocar a ação a partir dos desdobramentos acarretados indiretamente pela ação primeira que desencadeou a ocorrência em questão. Sujeitos anônimos e célebres podem se ver afetados profundamente por um acontecimento e podem usar seus posicionamentos para buscar uma comoção pública e uma indignação em torno dele. Por seu lugar de visibilidade, celebridades podem usar seu poder discursivo nessa busca – o que será discutido na próxima seção.

## 2. Celebidades e seu potencial de mobilização

As celebridades estão muito presentes no cenário de visibilidade contemporâneo. Não se trata, no entanto, de um fenômeno recente, e Braudy (2007) chega a localizar na Antiguidade o tempo de emergência das primeiras pessoas famosas, como Alexandre, o Grande, rei da

Macedônia. Mas a maioria dos estudiosos da fama reconhecem a modernidade como o tempo histórico que marca a emergência das celebridades (Rojek, 2008; Gamson, 1994; Marshall, 2006; Morin, 1989). A expansão da mídia ao longo dos séculos XX e XXI teve um impacto significativo na configuração da imagem pública das personalidades (Smart, 2005), e as redes sociais digitais, atualmente, impulsionam outras formas de celebração como influenciadores digitais, celebridades da Internet e blogueiras (Abidin, 2021; Karhawi, 2020).

É importante apreender, histórica e contemporaneamente, os sentidos que o conceito de celebridade articula, como destaca França: “conhecimento, reconhecimento e culto. Diz de alguém que se torna conhecido por muitas pessoas, reconhecido por aquilo que é ou faz, cultuado enquanto uma certa excepcionalidade digna de admiração e reverência” (França, 2014, p. 19). Nesse sentido, as celebridades emergem em diferentes campos: o entretenimento (televisão, cinema, esporte), a religião, a moda, a política. Campos esses que se interpenetram com o auxílio dos dispositivos digitais contemporâneos.

Inúmeras pesquisas já foram feitas no Brasil e em outros países acerca de personalidades emergentes em vários desses campos,<sup>5</sup> mas é nos últimos anos que vem crescendo o interesse acadêmico pela articulação entre celebridade e política. Em texto pioneiro, Street (2004) discute o fenômeno dos *políticos celebridade*, evidenciando duas variantes principais do fenômeno: “A primeira é o político eleito ou candidato que usa elementos de ‘celebridade’ para estabelecer sua pretensão de representar um grupo ou causa. A segunda é a celebridade – a estrela da cultura popular – que usa sua popularidade para falar pela opinião popular” (Street, 2004, p. 435).<sup>6</sup>

O primeiro tipo se refere, assim, ao político tradicional que se engaja na cultura popular para destacar suas funções e objetivos políticos já estabelecidos. O segundo, por sua vez, remete à figura do entretenimento “que se pronuncia sobre política e reivindica o direito de representar pessoas e causas, mas que o faz sem buscar ou adquirir cargo eletivo. Seu envolvimento tende a assumir a forma de gestos públicos ou declarações direcionadas a transformar decisões

---

<sup>5</sup> Para algumas coletâneas de estudos de celebridades, cf. França; Freire Filho; Lana; Simões, 2014; França; Simões; Prado, 2020; Marshall; Redmond, 2016.

<sup>6</sup> Do original: “The first is the elected politician or candidate who uses elements of ‘celebrityhood’ to establish their claim to represent a group or cause. The second is the celebrity—the star of popular culture—who uses their popularity to speak for popular opinion”.

específicas de políticas públicas” (Street, 2004, p. 438).<sup>7</sup> Esses dois tipos de celebridade política são importantes para refletir sobre o entrelaçamentos entre as esferas da política e do entretenimento<sup>8</sup>.

Essas discussões de Street são retomadas por Wheeler (2013) para discutir a noção de *política de celebridades*. O autor aponta o modo como a contemporaneidade vem sendo caracterizada por uma celebrização de políticos e por uma politização das celebridades, evidenciando as controvérsias existentes nesse fenômeno. Para o pesquisador, não se deve enaltecer o ativismo de celebridades de forma acrítica, mas é importante atentar para o “impacto da política de celebridades a fim de avaliar o valor dessa atividade em uma cultura política ampliada” (2013, p. 25)<sup>9</sup>.

Observando o caso brasileiro, Kamradt (2019) destaca que “a política de celebridade fornece um meio para envolver cidadãos que se encontram distantes das discussões políticas” (Kamradt, 2019, p. 2), de modo que as celebridades contribuem, de alguma forma, para o debate político nacional. Simões (2021) também atenta para o fenômeno da política de celebridades no contexto brasileiro, analisando o papel que celebridades desempenharam no movimento #EleNão, construído em oposição à candidatura de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. A pesquisadora procura perceber, a partir de posicionamentos de mulheres famosas, como elas pautaram o feminismo, os direitos humanos e a própria democracia naquele contexto, mostrando como figuras públicas podem atuar na defesa de certas causas.<sup>10</sup> Em texto recente, França e Leurquin (2022) analisam uma celebridade política a partir de suas mudanças discursivas ao longo do tempo: o youtuber Felipe Neto. A análise é feita tendo em vista o modo como ele fala de si, como ele se dirige ao outro e como fala do mundo, evidenciando o processo de politização de uma celebridade que passa a se posicionar em defesa de certas causas.

---

<sup>7</sup> Do original: “who pronounces on politics and claims the right to represent peoples and causes, but who does so without seeking or acquiring elected office. Their engagement tends to take the form of public gestures or statements aimed at changing specific public policy decisions”.

<sup>8</sup> Em trabalho mais recente, Street (2019) analisa a performance do ex-presidente norte-americano Donald Trump e o modo como essa celebridade política age como uma estrela na cena pública.

<sup>9</sup> Do original: “impact of celebrity politics in order to assess the worth of this activity in an ever-widening political culture”

<sup>10</sup> Para uma análise da imagem pública do presidente Bolsonaro tendo em vista a linguagem fascista, cf. Silva; Simões, 2022. As pesquisadoras analisam algumas disputas simbólicas nesse processo, a partir dos discursos proferidos por ele nos atos de 7 de setembro de 2021 e suas relações com diferentes públicos. A análise mostra alguns valores em embate na conformação da face pública desse político celebridade.



É este processo de politização das celebridades que procuramos analisar neste texto, entendendo que tais personalidades podem acionar o seu capital de visibilidade para lutar por determinadas causas. Como destaca Marshall (2006, p. X), o status de celebridade confere a uma pessoa *certo poder discursivo*, elevando sua voz acima das outras e fazendo-a emergir como legítima e significativa nos sistemas de mídia. Ainda que haja ambiguidades neste processo – como observam Meyer e Gamson (1995) –, é inegável que celebridades podem ser vistas como agentes fundamentais na tematização de questões a partir desse *poder discursivo* que elas encampam em seus posicionamentos.

É a partir desse poder discursivo e do capital de visibilidade que ostentam que celebridades podem se engajar em determinadas lutas e suscitar uma comoção e uma indignação públicas ao se sentirem afetadas por um acontecimento. Esse processo é desencadeado a partir das *ações* das celebridades que podem ser realizadas *on* e *off* line, mas ganham a cena pública, sobretudo, a partir dos posicionamentos que elas assumem e/ou reverberam em redes sociais digitais. Para discutir essas questões, observamos uma ocorrência específica e buscamos articular celebridade, acontecimento, comoção e indignação públicas na análise realizada a seguir.

### 3. Metodologia e análise de dados

No início de maio de 2022, a *hashtag* #cadeosyanomamis foi difundida nas redes sociais digitais, chegando a ocupar os *trending topics* do *Twitter*.<sup>11</sup> A mobilização procurava denunciar o estupro e a morte de uma adolescente de uma comunidade indígena Yanomami, após uma invasão de garimpeiros na região de Aracaçá, em Roraima. Depois dessa ocorrência, casas da comunidade foram incendiadas, e os indígenas desapareceram. A tragédia repercutiu em todo o país, e várias celebridades se posicionaram, cobrando ações do governo em relação a ela.

Para realizar a análise aqui proposta, foi realizada, primeiramente, uma busca na rede social *Twitter* pelos termos “Cadê os Yanomami?”. Foi utilizado o filtro de contas verificadas da própria plataforma e foram encontrados 160 *tweets* apontados como os “mais relevantes” no dia

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2022-05-05/cade-os-yanomami---mobilizacao-na-internet-cobra-autoridades-do-pais.html>. Acesso em: 20 de maio de 2022.

13 de maio de 2022. Desse total, para reduzir a amostra a alguns perfis de maior visibilidade, coletamos os *posts* que pertenciam a personalidades com mais de um milhão de seguidores, totalizando sete: as cantoras Anitta e Iza; o rapper Matuê; o DJ Alok; o apresentador Luciano Huck; a apresentadora Angélica Huck; e a influenciadora digital Bianca Andrade (Boca Rosa). A fim de complementar a coleta de dados, também foi realizada uma busca com os termos “Onde estão os Yanomami?”. Foram encontrados 32 *tweets* entre os “mais relevantes” apontados pela plataforma, sendo apenas um perfil verificado de celebridade com mais de um milhão de seguidores: da cantora Ludmilla.

Assim, o corpus para o desenvolvimento desta análise é composto por oito posts das celebridades mencionadas. Trata-se de uma amostra qualitativa que não tem a pretensão de avaliar todas as celebridades que se mobilizaram em torno desta causa, mas que procura trazer alguns dos sentidos acionados nesse processo de mobilização.

Assim, para analisar esse corpus, procuramos apreender o posicionamento das celebridades em relação ao acontecimento, a partir dos dois eixos destacados anteriormente: 1) o poder de afetação dessa ocorrência (como as personalidades se mostram sensibilizadas e manifestam a sua indignação em relação a ela, a partir dos *quadros de sentido*<sup>12</sup> acionados para compreendê-la); 2) o poder hermenêutico da mesma (como as celebridades descrevem os sentidos evocados pelo acontecimento, a partir dos quadros acionados para definir a situação e revelando aspectos do contexto social brasileiro). Partindo dessa dupla dimensão de poder do acontecimento, procuramos apreender como as celebridades buscam convocar a comoção e a indignação públicas em torno dele, a partir de seu lugar de visibilidade e seu potencial de mobilização. Não é objetivo aqui avaliar se tal repercussão nos perfis célebres alcançou uma solução para o problema público denunciado, mas perceber a forma como tais perfis procuram denunciar uma questão problemática.

#### 4. Poder de afetação

---

<sup>12</sup> Os quadros de sentido são entendidos a partir da perspectiva de Goffman como “os princípios de organização que governam os acontecimentos [...] e nosso envolvimento subjetivo neles” (Goffman, 2012, p. 34). Os quadros definem as situações e permitem responder à pergunta: “O que é que está acontecendo aqui?” (Goffman, 2012, p. 30).

As celebridades manifestaram sua afetação pelo acontecimento ao denunciar a gravidade da ocorrência. Algumas delas, como Alok<sup>13</sup> e Matuê,<sup>14</sup> apenas compartilharam *posts* de outros perfis, acionando a pergunta “Cadê os Yanomami?”. Outras personalidades procuram enquadrar o acontecimento para, a partir disso, despertar a comoção: “Uma menina de 12 anos foi estuprada por garimpeiros e faleceu. Após a denúncia feita pelos Yanomami, a aldeia foi incendiada e o povo desapareceu”, tuitou a cantora Anitta. Os quadros do *estupro de uma criança*, do *incêndio de uma aldeia* e do *desaparecimento de seu povo* são acionados para gerar a indignação e a comoção públicas. Afinal, trata-se de “um absurdo”, como definiram Angélica Huck<sup>15</sup> e Ludmilla,<sup>16</sup> de “uma barbaridade”, na expressão de Luciano Huck.<sup>17</sup> É a violação à dignidade humana que desperta a indignação das pessoas, ou à *sacralidade da pessoa*, na expressão de Hans Joas (2012). Para Joas, é preciso

conceber a crença nos direitos humanos e na dignidade humana universal como resultado de um processo específico de sacralização – processo durante o qual cada ser humano individual, gradativamente e com motivação e sensibilização cada vez mais intensas, foi passando a ser entendido como sagrado, e essa compreensão foi institucionalizada no direito (Joas, 2012, p. 19)

Ao denunciar o absurdo e a barbaridade do estupro de uma criança, do incêndio de uma aldeia e do desaparecimento de um povo, as celebridades estão denunciando a violação aos direitos humanos, à dignidade humana universal e a essa sacralização da pessoa. E é com essa denúncia que elas buscam provocar em seus públicos os movimentos vigorosos que constituem a comoção pública como uma emoção forte capaz de abalar pessoas e provocar transformações sociais a partir de seus desdobramentos.

## 5. Poder hermenêutico

<sup>13</sup> Disponível em: <https://twitter.com/alokoficial/status/1521500566454743041>. Acesso em: 13 de maio de 2022.

<sup>14</sup> Disponível em: [https://twitter.com/matue30/status/1521938163987591168?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5\\_ZSA](https://twitter.com/matue30/status/1521938163987591168?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5_ZSA). Acesso em: 13 de maio de 2022.

<sup>15</sup> Disponível em: [https://twitter.com/angelicaksy/status/1521823834659303425?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5\\_ZSA](https://twitter.com/angelicaksy/status/1521823834659303425?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5_ZSA). Acesso em: 13 de maio de 2022.

<sup>16</sup> Disponível em: [https://twitter.com/ludmilla/status/1521597959565107202?s=21&t=\\_Izh1Z97-W5B4gVVbBoFmQ](https://twitter.com/ludmilla/status/1521597959565107202?s=21&t=_Izh1Z97-W5B4gVVbBoFmQ). Acesso em: 13 de maio de 2022.

<sup>17</sup> Disponível em: [https://twitter.com/lucianohuck/status/1521866009103241216?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5\\_ZSA](https://twitter.com/lucianohuck/status/1521866009103241216?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5_ZSA). Acesso em: 13 de maio de 2022.

Em seus posicionamentos sobre o acontecimento, celebridades trazem à tona sentidos desencadeados pela ocorrência e que podem revelar elementos configuradores do contexto social. Afinal, o que esta *emergência* diz de nós, do contexto histórico e contemporâneo brasileiros?

Ao denunciar a tragédia na aldeia Yanomami, as cantoras Iza e Ludmilla cobram o papel da mídia na tematização do acontecimento: “Depois de denúncias de que uma menina de 12 anos foi estuprada e morta e outra de 3 foi sequestrada e jogada num rio uma comunidade inteira sumiu. 25 pessoas desaparecidas. Porque [sic] a mídia não está falando sobre isso? Queremos saber CADÊ OS YANOMAMI”, postou Iza.<sup>18</sup> “Uma comunidade indígena inteira sumiu. Porque [sic] a mídia não está falando sobre isso? Onde estão os 25 Yanomami?”, indagou Ludmilla. Com isso, as cantoras criticam o posicionamento da mídia hegemônica ao invisibilizar a tragédia na tribo Yanomami. A injusta distribuição e hierarquização das pautas pelos veículos midiáticos é um primeiro eixo que podemos situar nesse poder hermenêutico do acontecimento.

Outras celebridades procuraram associar o acontecimento aos sentidos da situação histórica dos indígenas no Brasil. Bianca Andrade afirma: “Mais uma vez, vidas indígenas estão sendo negligenciadas no nosso país. Historicamente, esse descaso não é novidade, mas esse caso é absurdo e emblemático demais! Uma comunidade indígena inteira sumiu.”<sup>19</sup> Luciano Huck assume posicionamento semelhante ao afirmar: “Estupro, incêndios criminosos, exploração econômica ilegal e abandono: tudo isso é inaceitável e precisa de uma resposta urgente do poder público. Cuidar da dignidade dos nossos povos originais diz muito sobre o Brasil que queremos. #CadeOsYanomami”. Ao inscrever o acontecimento em um quadro temporal ampliado, convocando o passado de negligência em relação aos indígenas e de violação da dignidade dos povos originários, tais celebridades também falam do presente e do futuro abertos pela ocorrência. Elas falam de um país que não respeitou as pessoas indígenas no passado e continua desrespeitando no presente.

Em seu *post* sobre o acontecimento, Anitta também expressa a sua indignação com o modo como o Brasil tratou, historicamente, os povos indígenas: “25 pessoas. É inaceitável o

<sup>18</sup> Disponível em: [https://twitter.com/izareal/status/1521864635049201666?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5\\_ZSA](https://twitter.com/izareal/status/1521864635049201666?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5_ZSA). Acesso em: 13 de maio de 2022.

<sup>19</sup> Disponível em: [https://twitter.com/biancaandrade/status/1521980697363238912?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5\\_ZSA](https://twitter.com/biancaandrade/status/1521980697363238912?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5_ZSA). Acesso em: 13 de maio de 2022.

descaso com que nosso país trata nossos povos indígenas. Como eu já disse mil vezes eles são os verdadeiros donos de toda e qualquer terra do nosso Brasil.”<sup>20</sup> Ela associa essa dimensão histórica com a necessidade de proteger a natureza, a Floresta Amazônica e as pessoas que vivem nela:

Antes de qualquer um chegar aqui os povos indígenas já estavam aqui. Eles são a representação de como deveríamos tratar nossa mãe natureza. A Amazônia não pode continuar sendo terra de ninguém onde cada um faz o que quer. Precisa ser PROTEGIDA. O mundo está se destruindo, em ruínas por tanto desmatamento, poluição e descaso com a natureza. Já estamos em contagem regressiva até que fiquemos sem água, sem oxigênio, sem recursos naturais. Não existe dinheiro, economia ou bens materiais que salve alguém da falta disso. Nossa prioridade deveria ser proteger nosso maior tesouro que é a Floresta Amazônica e os povos que habitam nela. Nos próximos anos eu quero um governo que se preocupe com a nossa NATUREZA.

Ela convoca a comoção de seus seguidores não apenas em relação ao acontecimento trágico na comunidade Yanomami, mas também em relação ao desastre ambiental, ao desmatamento das florestas, ao esgotamento dos recursos naturais em função de interesses econômicos. Convoca, ainda, seus públicos a eleger um governo que se preocupe com as questões ambientais: “Temos até 23:59 de hoje para renovar/atualizar/tirar o título de eleitor. QUEREMOS JUSTIÇA! #cadeosyanomami”. Anitta, assim, procura mobilizar as pessoas a se sensibilizarem com as causas indígenas, com as questões ambientais, com a Floresta Amazônica e com as eleições de 2022 – pautas frequentes na trajetória mais recente da artista, que vem construindo uma *politização de sua imagem pública* (Paixão-Rocha; Simões, 2021).

### Considerações finais

O objetivo deste texto foi refletir sobre o modo como celebridades podem buscar fomentar uma comoção pública e despertar a indignação das pessoas frente a um acontecimento. Partimos de uma abordagem pragmatista para destacar a dupla dimensão de poder de uma *emergência*: seu poder de afetação e seu poder hermenêutico. Discutimos, ainda, o modo como as ocorrências podem afetar as pessoas (anônimas e célebres) e se desdobrar em emoções fortes.

---

<sup>20</sup> Disponível em: [https://twitter.com/anitta/status/1521895869137801217?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5\\_ZSA](https://twitter.com/anitta/status/1521895869137801217?s=21&t=PephJtC9M0QUUFACE5_ZSA). Acesso em: 13 de maio de 2022.

Recuperamos discussões acerca do processo de politização das celebridades na contemporaneidade, a fim de destacar o poder discursivo que elas apresentam e o potencial que assumem na tematização de questões e na promoção da comoção e da indignação públicas.

A análise, de natureza qualitativa, foi realizada acerca do movimento “Cadê os yanomamis?”, desencadeado nas redes sociais digitais em maio de 2022. O corpus, composto de posts de oito celebridades, foi analisado a partir dos dois eixos de poder destacados na perspectiva pragmatista do acontecimento.

No primeiro eixo (afetação), apreendemos como celebridades, ao se sentirem sensibilizadas pela ocorrência, acionam os quadros de sentido do *estupro de uma criança*, do *incêndio de uma aldeia* e do *desaparecimento de seu povo* a fim de gerar a indignação e a comoção públicas. Elas denunciam a gravidade da *emergência*, tendo em vista a violação à própria dignidade humana.

No segundo eixo de poder (hermenêutico), foi possível perceber como as celebridades inscrevem o acontecimento em um quadro temporal, revelando traços configuradores do contexto brasileiro (histórica e contemporaneamente). As personalidades que se manifestaram nos *posts* que compõem o *corpus* denunciaram a negligência histórica do Brasil em relação aos indígenas, o papel omissivo da mídia ao invisibilizar a ocorrência e outras questões associadas às pautas indígenas (como as questões ambientais e a defesa da Floresta Amazônica, assim como as eleições do Brasil em 2022). Com isso, pessoas célebres acionam seu capital de visibilidade e mobilização para despertar a comoção e a indignação públicas frente à barbaridade e ao absurdo da ocorrência na aldeia Yanomami.

Ao olhar para esses resultados da breve análise realizada neste texto, duas observações são necessárias. Em primeiro lugar, é preciso reconhecer a importância da visibilidade que as redes sociais digitais podem conferir a determinado tema, sobretudo, quando este é mobilizado por uma celebridade com mais de um milhão de seguidores no *Twitter*. Com isso, reconhece-se também o papel importante que as figuras públicas podem desempenhar nesse processo de tematização e mobilização em torno de determinadas causas. Mas é preciso reconhecer também a individualização que marca esse processo, como destaca Dubet: “a capacidade de exprimir publicamente suas emoções e suas opiniões faz de cada um de nós um militante de sua própria causa, um quase-movimento social individual e solitário, já que não é mais necessário se associar

aos outros e se organizar para ter acesso ao espaço público” (Dubet, 2020, p. 85). De qualquer forma, pode-se pensar que as manifestações expressas individualmente podem ser enfeixadas em um coletivo de sentidos canalizados para comover e indignar as pessoas – como foi o caso aqui analisado.

Em segundo lugar, para além das manifestações expressas nas redes digitais, é preciso atentar para as ações que são desencadeadas a partir delas. Ou seja, é preciso “saber se as indignações se transformam em programas de ação, em programas políticos, em estratégias suscetíveis de agir sobre os problemas que suscitaram a indignação” (Dubet, 2020, p. 104). Não é objetivo deste texto avaliar os efeitos da mobilização das celebridades em torno do movimento “Cadê os yanomamis?”, até porque a participação dessas figuras célebres em movimentos sociais é marcada por ambiguidades, como já destacaram Meyer e Gamson (1995). Mas é inegável que celebridades são agentes importantes no apoio e na defesa de determinadas pautas, assim como na promoção da comoção e da indignação públicas, a partir do *poder discursivo* (Marshall, 2006) que ostentam na cena pública.

### Referências bibliográficas

ABIDIN, Crystal. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin. Entrevista concedida a Isaaf Karhawi. Intercom – RBCC, São Paulo, v. 44, n. 1, p.289-301, jan./abr. 2021.

AHMED, Sara. *La política cultural de las emociones*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, 2015.

ARENDDT, Hannah. Compreensão e Política. In: \_\_\_\_\_. *A dignidade da política*. Ensaios e conferências. Rio de Janeiro: Relume-Dumar, 1993. p. 39-53.

BADIU, Alain. *São Paulo*. São Paulo: Boitempo, 2009.

BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. (Orgs.) *Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos*. v. 1. Florianópolis: Insular, 2010.

BRAUDY, Leo. The Dream of Acceptability. In: REDMOND, Sean; HOLMES, Su (Ed.). *Stardom and Celebrity*. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore: Sage, 2007. p. 181-187.

DELEUZE, Gilles. *Lógica do Sentido*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

DEWEY, John. *Logique. Théorie de l'enquête*. Paris: PUF, 1993 *apud* QUÉRÉ, Louis. A dupla vida do acontecimento: por um realismo pragmatista. In: FRANÇA, V. R. V.; OLIVEIRA, Luciana (Orgs.). *Acontecimento: reverberações*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 21-38.

DEWEY, John. *The public and its problems*. Chicago: Swallow Press, 1954.

DEWEY, John. *Arte como experiência*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DOSSE, François. *Renascimento do acontecimento: um desafio para o historiador: entre Esfinge e Fênix*. São Paulo: UNESP: 2013.

DUBET, François. *O tempo das paixões tristes*. São Paulo: Vestígio, 2020.

FERREIRA, Dôuglas Aparecido. *“Como é trabalhar aí?”: um olhar comunicacional sobre trabalho e emoções nas agências publicitárias brasileiras*. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

FRANÇA, Vera R. Veiga. *Celebridades: identificação, idealização ou consumo?* In: FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. (Orgs.) *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 15-36.

FRANÇA, Vera R. Veiga; LEURQUIN, Chlòe. *Felipe Neto: uma celebridade política?* *Rumores*, 2022, 16 (31), 15-41.

FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. (Orgs.) *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

GAMSON, Joshua. *Claims to fame: celebrity in Contemporary America*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1994.

GOFFMAN, Erving. *Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise*. Petrópolis: Vozes, 2012.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula; PRADO, Denise (Orgs.). *Celebridades no Século XXI: volume 2: diversos perfis, diferentes apelos*. Belo Horizonte, MG: PPGCOM, 2020.

JOAS, Hans. *A sacralidade da pessoa: nova genealogia dos direitos humanos*. São Paulo: UNESP, 2012.

KAMRADT, J. *Celebridades políticas e políticos celebridades: uma análise teórica do fenômeno*. *BIB*, São Paulo, n. 88, 2019, p. 1-22.

KARHAWI, Isaaf. *De Blogueira a Influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2020.

LANA, Lígia; SIMÕES, Paula G. *Duas vinculações possíveis entre personalidades e acontecimentos: diferentes modos de atuação na vida pública*. In: FRANÇA, Vera; OLIVEIRA, Luciana. *Acontecimento: reverberações*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 213-231.



LEAL, Bruno S.; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. (Org.). *Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos*. v. 2. Florianópolis: Insular, 2011.

MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. *Jornalismo e acontecimento: diante da morte*. Florianópolis: Insular, v. 3, 2012.

MARSHALL, P. David. *Celebrity and power: fame in contemporary culture*. 5. ed. Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 2006.

MARSHALL, D.; REDMOND, S. (Orgs). *A companion to celebrity*. New Dehli: Wiley-Blackwell. 2016.

MEAD, George Herbert. *The Philosophy of the Present*. LaSalle, Illinois: Open Court, 1932. p. 1-31. Disponível em: [http://www.brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/philpres/Mead\\_1932\\_01.html](http://www.brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/philpres/Mead_1932_01.html). Acesso em 22 de fevereiro de 2011. RICOEUR, Paul. Événement et sens. *Raisons pratiques 2*, Paris, p. 41-56, 1991.

MEAD, George Herbert. *The Philosophy of the Act*. (Edited by Charles W. Morris with John M. Brewster, Albert M. Dunham and David Miller). Chicago: University of Chicago, 1938. Disponível em: [http://www.brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/philact/Mead\\_1938\\_toc.html](http://www.brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/philact/Mead_1938_toc.html). Acesso em 24 de fevereiro de 2011.

MEYER, D. S.; GAMSON, J. The Challenge of Cultural Elites: Celebrities and Social Movements, *Sociological Inquiry*, 65 (2), 1995, 181-206.

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

PAIXÃO-ROCHA, Pedro; SIMÕES, Paula Guimarães. A Celebridade é política? movimentos de politização e despolitização entre Anitta e seus públicos. *Revista Eco-Pós*, 2021, 24(2), 201-225.

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

SILVA, Terezinha; SIMÕES, Paula Guimarães. A linguagem fascista e a constituição da imagem pública: uma análise de Jair Bolsonaro. *Rumores*, v. 16, n. 31, 2022 (no prelo).

SIMÕES, Paula Guimarães. *O acontecimento Ronaldo: a imagem pública de uma celebridade no contexto social contemporâneo*. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

SIMÕES, Paula Guimarães. Política de Celebridades no Brasil Contemporâneo. In: *Anais do XXX Encontro Anual da Compós*, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo - SP, 27 a 30 de julho de 2021.

SMART, Barry. *Modern Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity*. New Delhi: SAGE, 2005.

STREET, J. Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation. *The British Journal of Politics and International Relations*, v. 6, nov 2004, p. 435-452.

VOGEL, Daisi; MEDITSCH, Eduardo; SILVA, Gislene. *Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais*. v.4. Florianópolis: Insular, 2013.

WHEELER, Mark. *Celebrity Politics*. Cambridge: Polity Press, 2013.

---

**Paula Guimarães Simões** - Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG) e atual coordenadora deste programa (2022-2024). Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS). Ex-professora visitante da University of California, Irvine (UCI), com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Email: paulaguimaraessimoes@yahoo.com.br

**Financiamento**

CNPq, FAPEMIG, PRPq/UFMG.