

DE ANITTA A DICAPRIO: CELEBRIDADES, JOVENS E O TÍTULO DE ELEITOR¹
Joelma Cristina Silva Moreira Stella²
Ricardo Silva de Araújo³

Resumo

Este artigo procura analisar as razões que levaram celebridades, com grande alcance midiático, a se engajarem na campanha para que jovens brasileiros, entre 16 e 18 anos, tirassem o título de eleitor em 2022. A análise é feita a partir da repercussão de notícias em veículos de imprensa e de postagens em redes sociais. A campanha nas redes sociais começou, após o Tribunal Superior Eleitoral divulgar que essa seria a eleição com menor participação de jovens nessa faixa etária desde a redemocratização, em 1985. No Brasil o voto é facultativo nesta idade, tornando-se obrigatório após os 18 anos. Temendo a reeleição do presidente Jair Messias Bolsonaro, muitos influenciadores digitais começaram a produzir conteúdo convocando os jovens a tirarem o título. A campanha cresceu e atingiu celebridades, como os atores hollywoodianos Mark Ruffalo e Leonardo DiCaprio. Ambos são engajados na militância em prol do combate à crise climática e da preservação ambiental, pautas que atravessam diretamente o Brasil, considerando que a maior parte da floresta amazônica, um dos biomas mais importantes do mundo, fica em território brasileiro.

Palavras-chave

Política. crise ambiental. mídia. redes sociais.

Introdução

A visão a partir do senso comum sobre a política é, em geral, de ser algo ruim e sujo, e que nenhum político é honesto. Esse discurso, tão perigoso, criou uma aversão à política em uma parcela significativa da sociedade, principalmente entre os jovens. Muitos preferem rejeitar a ideia da política, e cresce o desinteresse nesse grupo de participar ativamente da construção de uma sociedade ideal, e de ser um cidadão ativo.

Uma sociedade que não pensa, politicamente falando, é facilmente manipulada. É por isso, que é tão importante que os cidadãos participem da vida política e procurem viver entrosados o máximo nas questões da sociedade, pois estar em sociedade é fazer política. Em 2018 o número de jovens com 16 e 17 anos que fizeram o alistamento eleitoral foi

¹ Trabalho apresentado no GP IJ08 Estudo Interdisciplinares da Comunicação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação Produção em Comunicação e Cultura (FACOM- UFBA). E mail: joelma.stella@ufba.br

³ Bacharel em Comunicação - Jornalismo (FACOM- UFBA). E mail: araujo.ricardo@ufba.br

1,4 milhão, um número menor em comparação com as eleições de 2014, segundo os dados disponibilizados pelo TSE.

O desinteresse dos jovens pela política, pode ser observado na pesquisa de VASCONCELOS (et al, 2020), realizada com estudantes de ensino médio do Distrito Federal, e que visava observar a influência das redes sociais na consciência política dos jovens:

Os questionários, que foram realizados em 2017, demonstram uma descrença no sistema democrático brasileiro. Quando questionados sobre por quem o Brasil é governado, mais de 80% dos estudantes responderam que "por alguns poderosos em seu benefício próprio". Como consequência, se percebe uma indiferença com a própria democracia, sendo que beira os 40% dos entrevistados aqueles que não afirmam com veemência que a democracia é sempre a melhor forma de governo. E, talvez ainda mais relevante para nossa análise, quando questionados sobre a importância de se participar no jogo democrático, apenas metade dos entrevistados discordaram da máxima de que "Não adianta participar da política". (VASCONCELOS et al, 2020, In: BEZERRA, 2020 p. 44901)

Em 2022 isso não foi diferente, o número de jovens que procuraram a justiça eleitoral para fazerem o seu cadastro para votar foi abaixo do esperado, o que motivou o TSE⁴ em março, a promover a semana do jovem eleitor, e um tuitaço com a hashtag #RolêdasEleições. A campanha do TSE mobilizou artistas e jogadores de futebol que aderiram também ao movimento, como a cantora Anitta, a ex-BBB Juliette, além dos atores hollywoodianos Mark Ruffalo, Leonardo Dicaprio e Mark Hamill, que utilizaram o Twitter para incentivar os adolescentes. O efeito foi imediato, o número de títulos emitidos cresceu quase 26% em comparação a fevereiro⁵, quando cerca de 835 mil jovens de 16 e 17 anos tinham se cadastrado, demonstrando assim a força das redes sociais como ferramenta de comunicação política:

A importância das redes sociais é inegável na política atual, e não poderia ser diferente quando se verifica que o Brasil “possui mais de 116 milhões de usuários de internet, ocupa o 3o lugar entre os países com maior número de usuários do Facebook e o 6o entre usuários do Twitter no mundo” (RUEDIGER et al, 2018, p. 4 In: BEZERRA, 2020, p. 44897).

⁴ Alistamento de eleitores jovens é recorde nos três primeiros meses do ano: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2022/Abril/alistamento-de-eleitores-jovens-e-recorde-nos-tres-primeiros-meses-do-ano>

⁵ Matéria do jornal O Globo sobre o impacto da adesão de celebridades na campanha pelo título jovem: <https://oglobo.globo.com/politica/apos-campanha-do-tse-apoiada-por-anitta-dicaprio-brasil-ganha-ao-menos-2-milhoes-de-jovens-eleitores-25500923>

A cantora Anitta, que foi alvo de duras críticas da sua base de fãs em 2018, por não se manifestar imediatamente contra Bolsonaro, (KAMRADT 2020 p.308), em 2022 adota, antes mesmo das eleições oficiais, uma postura engajada no processo eleitoral. Apesar de ainda não ter declarado apoio direto a nenhum candidato, a cantora tem reforçado o coro contra Bolsonaro, e em favor do voto jovem. O que de acordo com Kamradt, pode ser entendido como um reflexo da pressão social para que as celebridades se posicionem, correndo o risco de perderem fãs e engajamento nas redes caso insistam na neutralidade:

(...) as opiniões políticas surgiram como marcadores da identidade individual em uma sociedade marcada pela profunda polarização e isso acabou puxando simultaneamente as celebridades em direção à polarização. Ou seja, as fez tomar partido. Quando tomaram partido, as celebridades e os significados que costumam ser associados se tornaram ferramentas de mobilização ideológica e de construção de identidades, gerando consenso político em seus seguidores ou rachas entre sua posição e a dos seus fãs. (KAMRADT ,2020, p. 328)

O engajamento de celebridades na campanha do TSE repercutiu entre os políticos brasileiros. O presidente Jair Bolsonaro (PL) criticou a campanha, e em conversa com apoiadores no “cercadinho” do Palácio da Alvorada disse a seguinte frase: “Essa campanha aí dos 16 anos para votar: você vê a garotada dizendo que vai votar em mim. Agora, não mostra a cara dizendo que vai votar no cara”, Bolsonaro e aliados próximos decidiram entrar de vez na briga pelo voto dos mais jovens, na eleição presidencial de outubro, a primeira medida foi durante o Lollapalooza,⁶ um dos maiores festivais de música do mundo, realizado no Autódromo de Interlagos, em São Paulo. O PL, partido do presidente, entrou no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para impedir críticas a Bolsonaro durante as apresentações musicais.

⁶ Censura no Lollapalooza. Matéria da Folha de São Paulo: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/03/lollapalooza-e-marcado-por-censura-manifestacoes-de-artistas-e-luto-no-palco.shtml>

Concentrando as campanhas para os adolescentes, o TSE começou a desenvolver conteúdos no Tik Tok⁷, rede social na qual aparentemente esse público está mais ativo⁸. A participação dos cidadãos, em especial, a participação convencional, é essencial em um regime democrático representativo (Weirich & Azevedo, 2020), o voto universal acontece a partir da Constituição Federal de 1988. De acordo com a Constituição Federal, os jovens maiores de dezesseis anos e menores de dezoito anos têm direito ao voto facultativo, ou seja “um direito subjetivo através do qual o cidadão, de acordo com sua consciência, participa ou não da vida política do seu país” (Frejat 2014, p. 49). Por não ser portanto uma obrigação, muitos jovens deixam para tirar o título apenas ao completar 18 anos, quando o voto deixa de ser eletivo.

Pretendemos, neste artigo, entender a participação de personalidades famosas na política, a disputa pelo voto do jovem, e o impacto da crise ambiental no atual ano eleitoral brasileiro. Posteriormente, abordamos como as redes sociais têm sido uma das estratégias utilizadas para alcançar o jovem, e a influência e forte adesão de artistas na campanha em busca de maior participação de jovens de 16 a 18 anos nas eleições de 2022. Para responder estas questões, observamos alguns perfis de celebridades que abraçaram o movimento #RolêdasEleições.

“um direito subjetivo através do qual o cidadão, de acordo com sua consciência, participa ou não da vida política do seu país” (Frejat 2014, p. 49). Por não ser portanto uma obrigação, muitos jovens deixam para tirar o título apenas ao completar 18 anos, quando o voto deixa de ser eletivo.

Pretendemos, neste artigo, entender a participação de personalidades famosas na política, a disputa pelo voto do jovem, e o impacto da crise ambiental no atual ano eleitoral brasileiro. Posteriormente, abordamos como as redes sociais têm sido uma das estratégias utilizadas para alcançar o jovem, e a influência e forte adesão de artistas na campanha em busca de maior participação de jovens de 16 a 18 anos nas eleições de 2022. Para responder estas questões, observamos alguns perfis de celebridades que abraçaram o movimento #RolêdasEleições.

⁷ TSE cria TikTok para se comunicar com jovens: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Outubro/tse-estreia-perfil-no-tiktok-para-ampliar-a-comunicacao-com-publico-jovem>

⁸ Istoé Dinheiro- Ameaçado pelo TikTok, Facebook luta para atrair jovens: <https://www.istoedinheiro.com.br/ameacado-pelo-tiktok-facebook-luta-para-atrair-jovens/>

Amazônia, celebridades e as eleições brasileiras

A maior parte da floresta Amazônica, a mais importante do planeta, fica em território brasileiro, além de outros biomas ricos em biodiversidade. Esses são fatores que colocam o Brasil em foco⁹ quando se trata de discussões sobre preservação ambiental e combate ao aquecimento global. Atualmente a crise ambiental e climática é considerada um tema que ultrapassa fronteiras, e por isso a governança ambiental-climática internacional é um tema de sobrevivência humana que implica em novos olhares e ousadias (TEIXEIRA E TONI 2022, p. 79). É por isso que cresce o número de ativistas e de movimentos em prol do meio ambiente. Eles surgem em resposta a também à crescente devastação ambiental, motivada principalmente por questões econômicas, como o agronegócio e a extração de combustíveis fósseis e outros minérios, que atraem diversos tipos de exploradores para a Amazônia¹⁰.

Com a adoção do Acordo de Paris, em 2015, o driver climático na agenda política internacional consolidou-se como um dos mais importantes temas contemporâneos. O reconhecimento político do problema foi afirmado globalmente na Conferência Rio 92, com a adoção da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC) e o estabelecimento do regime climático global. Em 2015, o reconhecimento político envolveu a corresponsabilidade de países e de sociedades na construção de soluções permanentes de enfrentamento e de adaptação às mudanças do clima, num alinhamento com as dinâmicas econômicas e tecnológicas de emissões de gases de efeito estufa no século XXI. (TEIXEIRA E TONI, 2022, p. 76)

Atualmente, em um Brasil pós governo Bolsonaro, a crise econômica e climática no país se intensificou. Segundo matéria publicada em abril de 2022 pela Agência Brasil - EBC¹¹, o país registra a maior inflação desde 2003. Outra matéria, publicada em abril de 2022 no site da CNN¹², aponta que a Amazônia registrou o maior acumulado de alertas de desmatamento, desde que o Instituto de Pesquisas Espaciais - INPE, começou a monitorar o índice, chegando a um total de 941,34 m². Neste complexo cenário que abrange

⁹ Matéria da BBC sobre a crise climática no Brasil: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-58337819>

¹⁰ Elon Musk visita o Brasil e diz que vai monitorar a Amazônia e construir fábrica da Tesla: <https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2022/05/5009388-fabrica-da-fabricante-tesla-na-amazonia-pode- virar-realidade.html>

¹¹ Link para a notícia no site da EBC: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-04/brasil-registra-em-marco-maior-inflacao-desde-2003>

¹² Matéria da CNN sobre o desmatamento: <https://bit.ly/3wBA7x9>

defensores ambientais, e defensores do mercado, alguns personagens têm se destacado midiaticamente de cada lado.

Mark Ruffalo é um dos que se destaca por defender o meio ambiente. O ator estadunidense de 54 anos, atua em produções hollywoodianas de grande apelo midiático. Ele é o atual intérprete do Hulk dentro do MCU, universo cinematográfico da Marvel, conteúdo que é massivamente acessado por jovens do mundo todo. No primeiro semestre de 2022, o ator contava com oito milhões de seguidores no Twitter, e mais de vinte milhões de seguidores no Instagram. Em ambos os perfis Mark se auto define como “defensor da justiça climática e da energia renovável”. Ele é portanto um ator abertamente engajado em pautas ambientais, e utiliza a sua visibilidade midiática para promover o debate acerca da crise climática. Por isso, ele tem se feito presente nos processos eleitorais brasileiros desde 2014. Na ocasião, o ator chegou a fazer um vídeo apoiando a candidatura da ex-ministra do meio ambiente, Marina Silva, à presidência da república. Porém retirou o apoio após a candidata tirar do seu plano de governo o apoio ao casamento LGBTQIA+¹³.

No dia 24 de março de 2022, o ator retuitou uma publicação da cantora Anitta no Twitter, pedindo que jovens brasileiros tirassem o título de eleitor. Esse foi o primeiro movimento, do que seria a entrada de Mark ativamente na campanha para que os jovens tirassem o título. O retuite foi amplamente comentado nas redes sociais, por simbolizar o apoio do ator à campanha iniciada pelo TRE.

Retweets são recursos que possibilitam interações discursivas, mas também são, por excelência, o mecanismo para que usuários do Twitter compartilhem mensagens e informações publicadas por terceiros, com o intuito de endossar o conteúdo do tweet reproduzido e repassar a seus seguidores. (AGGIO, 2015 p. 22)

Em seguida, o ator fez postagens em português¹⁴ no seu Twitter convocando os jovens a votar, e realizou dinâmicas de engajamento comumente utilizadas por influenciadores, como fazer campanha, dizendo que iria repostar no seu perfil vídeos criativos produzidos

¹³ Matéria G1 sobre a retirada do apoio de Mark Ruffalo a campanha de Marina Silva à presidência da república em 2014:
<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/09/apos-gravar-video-ator-de-hulk-retira-apoio-marina-silva.html>

¹⁴ Mark Ruffalo incentiva jovens brasileiros a tirarem o título de eleitor:
<https://www.geekhere.com.br/filmes/mark-ruffalo-faz-tweet-em-portugues-para-incentivar-jovens-brasileiros-a-tirar-titulo-de-eleitor/>

por brasileiros, incentivando o voto jovem. Foi assim que o influenciador Raphael Vicente, que tem aproximadamente 172 mil seguidores no Twitter, e ficou conhecido por produzir vídeos humorísticos com sua família para o TikTok, teve seu vídeo repostado pelo ator. Para que o conteúdo produzido por Rapha chegasse até Mark, diversos fãs e outros influenciadores fizeram campanha marcando o vídeo nos comentários da publicação que Ruffalo fez com a convocatória. O retweet do vídeo de Rapha, assim como toda a campanha de Ruffalo nas redes, teve destaque nos maiores veículos de comunicação brasileiros.

Como citado anteriormente neste artigo, essa não é a primeira vez que celebridades internacionais se envolvem no processo eleitoral brasileiro. Além de Ruffalo em 2014, a eleição presidencial de 2018 contou com o engajamento de artistas e outros famosos que defendiam ambos os lados da eleição (Haddad e Bolsonaro). O movimento que ficou conhecido como #EleNão, contrário a eleição de Bolsonaro, contou com o apoio e engajamento nas redes de celebridades internacionais, como Madonna e Elliott Page, entre muitos outros:

O posicionamento contra Jair Bolsonaro foi compartilhado por grande número de famosos, extrapolando a nacionalidade e alcançando estrelas de grande destaque internacional, como a cantora norte-americana Madonna(...). Ela postou uma foto sua, com a boca coberta, dizendo #EleNão e pedindo pelo fim do fascismo. O grupo Black Eyed Peas também postou foto com a hashtag contrária a Bolsonaro, assim como a cantora Cher. O mesmo tipo de conteúdo foi postado nos Stories do Instagram pela cantora Dua Lipa, por Dan Reynolds, vocalista da banda Imagine Dragons, Tom Morello, ex-guitarrista das bandas Rage Against the Machine e Audioslave, e por Mark Hamill, que interpretou Luke Skywalker na franquia de filmes Star Wars, além da atriz Ellen Page¹⁵, que já era crítica a Bolsonaro desde que o entrevistou em 2016. (KAMRADT 2020, p. 3015)

Outro personagem midiático envolvido com a causa ambiental, e que entrou para o movimento em prol do voto jovem no Brasil, foi Leonardo DiCaprio. O ator e produtor estadunidense de 47 anos, é um dos atores mais famosos da Hollywood contemporânea. Vencedor do Oscar de melhor ator, com o filme O Regresso, DiCaprio é um dos atores mais notáveis de todos os tempos, conhecido por grandes papéis ao longo da sua carreira, como o célebre O Lobo de Wall Street, e Jack Dawson em no clássico Titanic. Além de

¹⁵ Nota dos autores: Tese publicada antes da transição de gênero de Elliot Page.

ser um renomado ator, ele destaca-se entre as personalidades que se aliaram às causas ambientais.

Em 1998 iniciou seu trajeto na sustentabilidade, ao se reunir com o então vice-presidente dos Estados Unidos, Al Gore, para levantar questionamentos sobre as mudanças climáticas. No mesmo ano criou a Leonardo DiCaprio Foundation, para lutar pelas causas ambientais e também dos animais. Em 2019 DiCaprio, em parceria com Laurene Powell Jobs, viúva de Steve Jobs, Brian Sheth e também com a ONG Earth Alliance, lançou um fundo de proteção à Amazônia, que já nasceu com verba inicial estimada em 5 milhões de dólares¹⁶. Em 2014, DiCaprio foi nomeado como Mensageiro da Paz da ONU para o Clima e discursou no Climate Leaders Summit para informar milhares de pessoas sobre a importância de sua luta.

No dia 04 de maio de 2022, após encontro com a cantora Anitta no Met Gala, um dos maiores eventos do mercado da moda no mundo, o ator tuitou em português, convocando os jovens brasileiros a tirarem o título de eleitor, para salvar o planeta em nome de um futuro melhor. Obviamente a postagem de DiCaprio, que conta com 19,6 milhões de seguidores no Twitter, repercutiu na mídia brasileira, e também entre os políticos. O presidente Jair Messias Bolsonaro¹⁷ chegou a dizer em entrevista que era bom DiCaprio “ficar de boca fechada¹⁸”.

Além de Mark Ruffalo e Leonardo DiCaprio, Mark Hamill, intérprete do icônico personagem Luke Skywalker na saga Star Wars, cultuada por gerações de fãs ao redor do mundo, também entrou na lista de celebridades estrangeiras engajadas no processo eleitoral brasileiro. Além de repostar as publicações de Mark Ruffalo no Twitter, convocando os jovens a tirarem o título de eleitor, o ator também declarou apoio a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva à presidência do Brasil. No dia 04 de maio de 2022, Lula postou em suas redes sociais uma foto empunhando um sabre de luz, com a legenda “Que a força esteja com o Brasil” em alusão a marcante frase “Que a força esteja

¹⁶ DiCaprio e o fundo de proteção da Amazônia: <https://operamundi.uol.com.br/meio-ambiente/60154/leonardo-dicaprio-e-viuva-de-steve-jobs-lancam-fundo-de-protecao-a-amazonia>

¹⁷ Matéria G1 sobre a ameaça de Bolsonaro: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/05/03/e-bom-o-dicaprio-ficar-de-boca-fechada-diz-bolsonaro-apos-ator-incentivar-jovens-a-tirar-titulo.ghtml>

¹⁸ Link para vídeo da CNN onde Bolsonaro ameaça DiCaprio: <https://youtu.be/1ACTIOd-2kM>

com você¹⁹”, proferida pelos Jedis em Star Wars. A foto foi repostada por Mark Hamill em seu Twitter²⁰, gerando grande repercussão nas redes sociais e na imprensa.

Quatro de maio é comemorado como “Star Wars day”, pelos fãs desde 2011, portanto a postagem de Lula é direcionada especialmente para esse público. Mais uma ação bem planejada da equipe de comunicação do candidato diante de um cenário de fake news e radicalismos. Lula, que já foi presidente do Brasil por dois mandatos, tenta agora o terceiro. O ex-presidente, que concorreu a presidência nas eleições de 1989, 1994 e 1998, antes de conseguir se eleger para seu primeiro mandato em 2003, já precisou reinventar a própria imagem algumas vezes para conseguir espaço no cenário político brasileiro. Essa é a primeira eleição que Lula concorre dentro desse contexto, que envolve as redes sociais como protagonistas do debate político, e talvez por isso, ele aposta agora em uma campanha diferente, mais ousada e direcionada aos jovens. Um posicionamento já esperado, se considerarmos o que coloca Aggio, ao refletir sobre o advento das redes sociais:

Antes de plataformas como Twitter e Facebook, partidos e candidatos atuavam em domínios que lhes eram particulares, como websites ou blogs. Havia um controle sobre quais ferramentas usar, quais recursos empregar e em quais termos a comunicação deveria se estabelecer. O advento e a popularização dos sites de redes sociais diluem um pouco esse controle e forçam partidos e candidatos a explorarem um domínio cujas regras, sentidos e práticas são engendrados por uma ampla comunidade de usuários, demandando mais adaptações do que apropriações por parte das campanhas. (AGGIO 2015 p.5)

Além da foto com o sabre de luz, Lula também postou uma foto com óculos de “rolezeiro” que chegou a ser a foto de perfil do candidato nas redes sociais por alguns dias. Na margem oposta, o perfil oficial de Jair Bolsonaro retuitou²¹ uma postagem de Anitta durante o Coachella, mesmo depois de inúmeras críticas do presidente a cantora,

¹⁹ Uma das citações mais famosas da franquia, que se repete em vários filmes, é “Que a Força esteja com você”. Em inglês, idioma original da obra de George Lucas, a citação fica assim: “May the Force be with you”. Assim, era muito comum que os fãs da série fizessem um trocadilho com esta frase, dizendo “May the Fourth be with you” — traduzindo: Que o 4 de maio esteja com você.

Fonte: <https://canaltech.com.br/entretenimento/por-que-o-star-wars-day-e-celebrado-no-dia-4-maio-40537/>

²⁰ Link para matéria da Folha de São Paulo sobre o apoio de Mark Hamill a Lula:

<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/05/lula-ganha-apoio-de-mark-hamill-no-twitter-em-foto-como-jedi-de-star-wars.shtml>

²¹ Perfil de Bolsonaro no Twitter tenta gerar buzz a partir de postagem de Anitta. Matéria do Correio Brasiliense: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/04/5001149-anitta-bloqueia-bolsonaro-no-twitter-apos-interacao-ironica-do-presidente.html>

em uma tentativa de gerar engajamento entre os jovens a partir da publicação. Essas e outras ações das equipes de comunicação dos presidentiáveis nas redes, mostram como o movimento pelo voto dos jovens ganhou peso no país, e pode ser decisivo para as eleições.

Considerações finais

O prazo para tirar o título de eleitor terminou no dia 04 de maio de 2022. Segundo o Tribunal Superior Eleitoral, o Brasil ganhou 2.042.817 novos eleitores, que têm entre 16 e 18 anos. O número é resultado do engajamento nas redes sociais para que este público tirasse o título. A repercussão da campanha coloca inevitavelmente esse público no foco das campanhas eleitorais de 2022. Esse resultado mostra como a mídia, em todas as suas ramificações, influencia a opinião pública e o processo eleitoral. Perante essa obliquidade:

a formulação de políticas é fortemente influenciada não apenas pela mudança nas definições de quais questões sociais são sujeitas a uma resposta do governo [...] mas também, e ao mesmo tempo, pela mudança nas definições de quais seriam as soluções mais efetivas para um dado problema público (BAUMGARTNER E JONES, 1993, p. 29).

O culto da celebridade é outro fator importante a ser destacado nesse movimento. Pessoas famosas exercem forte poder de influência na opinião pública, e essa influência é determinada inclusive pela simbologia presente nesse “personagem” que é a celebridade em questão. Portanto, quando Anitta defende que os jovens tirem o título, ela não fala com qualquer público, mas com o seu público jovem, que difere de outros jovens da sociedade. Esse público se identifica com determinados valores e modos de vida que estão implícitos ou explícitos na figura da cantora. Nas suas músicas, mas também na estética dos seus vídeo clipes, nos seus figurinos e nas bandeiras que ela defende. Hoje o público cobra que as celebridades se posicionem politicamente, que opinem no processo político e em pautas identitárias. O não posicionamento de uma celebridade, pode implicar na perda de seguidores e em alguns casos na perda de dinheiro, já que o público deixa de consumir o seu conteúdo. O inverso também acontece, celebridades ganham público à medida que opinam e se posicionam. Ainda é possível ser “neutro”, mas a própria neutralidade já é considerada um posicionamento nos dias atuais, quase sempre a favor de uma perspectiva mais conservadora de sociedade.

Outro aspecto que merece ser destacado são os marcadores sociais que atravessam as celebridades, tanto quanto atravessam a nós, reles mortais. Mark Ruffalo, Leonardo DiCaprio e Mark Hamill são homens cisgênero, brancos, heterossexuais e estadunidenses. São em certa medida produto de uma sociedade imperialista, que considera natural intervir em processos políticos de outras nações, sem medo de censura ou retaliações, eles são o topo da cadeia alimentar humana, e por isso a sua palavra tem mais peso no inconsciente coletivo. São galãs, mocinhos e salvadores. Homens que vivem a jornada do herói nas telas, e chegam para salvar a todos nós do nosso destino incerto diante do atual cenário político brasileiro. Talvez por isso seja mais fácil para eles mobilizar as massas em torno de uma causa. São inclusive menos atacados pelos inimigos das suas pautas do que as mulheres, ou quando atacados, sem os requintes de misoginia e machismo direcionados a Anitta, por exemplo, pelo eleitorado de Bolsonaro.

Ainda assim, para além do sucesso da sua interferência na campanha pelo título de eleitor entre jovens brasileiros, mesmo com toda a sua popularidade e dinheiro investidos em pautas ambientais, os astros Hollywoodianos estão longe de conseguir salvar o planeta do aquecimento global que nos ameaça, como um monstro debaixo da cama, só esperando a hora certa para puxar o nosso pé. São poucos heróis para muitos fantasmas, e assim como fazemos com os monstros e fantasmas, nós fechamos os olhos para não ver a ameaça que está ali diante de nós.

Referências bibliográficas:

AGGIO, Camilo de Oliveira. Os candidatos ainda evitam a interação? Twitter, comunicação horizontal e eleições brasileiras. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação: E-Compós, vol. 18 nº1. Brasília, Jan-Abr. 2015. Pág: 1-22.

BAUMGARTNER, Frank R & JONES, Bryan D. Agendas and instability, in American politics. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

BEZERRA, Waldir Navarro. Expansão democrática pelas redes sociais: uma visão das eleições de 2018. In: Brazilian Journal of Development. Vol. 06 nº 07, Curitiba, jul. 2020. pág. 44.889-44.903

FREJAT, Denise Nunes Martins. 2014. “O voto como garantidor da legitimidade dos representantes do povo.” Monografia apresentada como requisito para conclusão de curso de bacharelado em Direito do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB

KAMRADT, João Francisco Hack. Políticos Celebridades, e celebridades políticas no Brasil: Uma análise das Eleições Presidenciais de 2018. Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/216375> Acesso em: 10 de mai. 2022.

SANCHES, Mariana, Quem está por trás de campanha por voto jovem postada por Leo DiCaprio e que irritou Bolsonaro? BBC Brasil.
https://www.bbc.com/portuguese/brasil-61347034?utm_campaign=later-linkinbio-bbcbrasil&utm_content=later-26661947&utm_medium=social&utm_source=linkin.bio Acesso em: 8 de mai. 2022.

TEIXEIRA Isabela e TONI Ana. A crise ambiental-climática e os desafios da contemporaneidade: o Brasil e sua política ambiental. CEBRI Revista, Ano 01 vol. 01. Centro Brasileiro de Relações Internacionais. Rio de Janeiro, Jan-Mar, 2022. Pág. 71-93 Disponível em: <https://cebri-revista.emnuvens.com.br/revista/article/view/7/30> Acesso em: 11 de mai. 2022.

VASCONCELOS Camila de, et al. Cultura política e socialização política virtual: influência das redes sociais nas opiniões políticas de jovens estudantes da região do Distrito Federal e de seu entorno. In: Brazilian Journal of Development. Vol. 06 nº 04. Curitiba, abril de 2020. p. 20282-20297.
<https://brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/9013/7807> Acesso em: 11 de mai. 2022.

WEIRICH, Fernanda; DE AZEVEDO, Domingos Sávio Campos. O que tem afastado os jovens da participação política? Uma análise do caso de São Borja-RS. **Conversas & Controvérsias**, v. 7, n. 1, p. e35149-e35149, 2020.