

## **O entretenimento como espaço de disputa política: uma análise sobre a dinâmica da circulação no enfrentamento entre divas pop e a extrema-direita<sup>1</sup>**

Bianca Rosa<sup>2</sup>

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

### **Resumo**

Pretendemos demonstrar, através deste trabalho, como as relações entre política e entretenimento estabelecem uma disputa pela produção de sentido dentro da ambiência midiaticizada, por conta do processo da circulação de sentidos. Apresentaremos, neste texto, dois casos de disputas entre personalidades políticas, que ao estimular conflitos com artistas pop de grande visibilidade, se aproveitam de seu engajamento, assim ampliando o alcance de sua mensagem. Isso então faz com que, através das disputas percebidas dentro da processualidade da circulação, novas reelaborações ocorram, cujo resultado, na maioria das vezes, se torne imprevisível.

**Palavra-chave:** midiaticização; política; entretenimento; cultura pop; comunicação.

Este artigo pretende propor uma discussão sobre como o fenômeno da circulação é utilizado como uma estratégia política em atravessamentos entre figuras políticas e artistas da cultura pop para furar as bolhas que antagonizam seu discurso político. Essa estratégia costuma ser muito utilizada por políticos da extrema-direita para ampliar o alcance da mensagem produzida através da dinâmica da circulação e com isso atingindo uma maior circularidade com relação às suas produções de sentido.

A midiaticização busca compreender a complexidade comunicacional que se configura através do uso interacional dos dispositivos sociotécnicos, gerando uma processualidade na qual a mediação foi deslocada em uma nova estrutura, fazendo com que diferentes sistemas e atores sociais interajam em uma nova ambiência, a partir de novas lógicas de produção de sentidos. Rosa (2019) sugere que na ambiência midiaticizada, “produtores e receptores atuam como cogestores da cultura, implicando em novos modos de pensar, ver, produzir e compartilhar imagens”. Dentro da ambiência midiaticizada, a circulação emerge como o resultado da diferença das relações entre sistemas interpenetrantes, em uma profusão de sentidos circulantes, que se disputam e se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 10º Colóquio Brasil-Estados Unidos de Estudos da Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, na Seção Temática 4 – Mídia local como espaço de prática profissional no Brasil e nos EUA.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, bolsista Capes. E-mail: [bianca0rosa@gmail.com](mailto:bianca0rosa@gmail.com).

---

pretendem negociar. Pois a circulação é um processo que ocorre a partir da interação entre pessoas, sistemas da sociedade e a mídia, em interações nas quais novos sentidos são elaborados e então circulam na ambiência da midiatização, fazendo com que ocorram disputas, negociações e reelaborações diversas, que, por sua vez, fazem emergir novas significações e sentidos. Conforme Antônio Fausto Neto (2018), a circulação deve ser pensada como “diferença a partir do efeito da dissociação/distância/contato entre gramáticas da produção e do reconhecimento” fazendo com que se indique

uma atividade relacional entre produtores e receptores de mensagens que se faz em torno de uma dinâmica não-linear, no contexto no qual as distâncias (intervalos) entre tais polos e as especificidades de suas lógicas, ensejariam uma atividade relacional, mas marcada por fortes desajustes, fazendo com que os sentidos em circulação resultassem subordinados às dinâmicas não-determinísticas. [...] Tal dinâmica se orientaria por padrões de interpenetrações, segundo articulações, mesmo que atravessadas por alto grau de imprevisibilidades, fruto da natureza das diferentes lógicas (Fausto Neto, 2018, p. 21).

É importante, então, destacar que o processo de produção de sentidos que emerge da circulação é marcado por fortes desajustes, provenientes de relações de interpenetração entre sistemas diversos, atores sociais e as mídias. Nessas relações ocorrem uma série de disputas, cujo resultado é imprevisível. O que ocorre é a circulação de conteúdos que são elaborados socialmente, em processos que negociam a produção de sentido através destas disputas, negociações e atravessamentos entre diferentes sistemas e os atores sociais. Dessa maneira, esses processos atuam na construção de um sentido social. O resultado destes movimentos cria uma carga semântica e gera um ambiente em que os meios não são somente utilizados como instrumentos possibilitadores das relações sociais, mas fazem parte da autocompreensão social e individual, como um processo mais abrangente e sistêmico.

Portanto, este artigo objetiva analisar de que maneira esses processos ocorrem na relação entre política e entretenimento. Segundo Martino (2019), na relação entre política e entretenimento há “o fato de que os participantes da classe política já nasceram, também, convivendo com o ambiente das mídias, seus códigos e linguagens”. Portanto, “a comunicação do campo político, nesse cenário, tende a se aproximar das formas consagradas da mídia, incluindo a utilização de elementos da cultura pop como referências”. O pesquisador explica que isso ocorre porque,

no ambiente das mídias, a lógica da comunicação política leva em conta que a concorrência não é apenas com outros atores do campo político, mas com produtos da mídia, da cultura pop e do entretenimento. A candidata ou político interessado em divulgar sua imagem disputa espaço nas mídias com sucessos da música pop, episódios de séries de tv, vídeos comentados em redes sociais e postagens de familiares e amigos de cada cidadã e cidadão em aplicativos de comunicação e assim por diante (Martino, 2019, s.p., online).

Nesse sentido, a cultura pop e o entretenimento podem ser percebidos dentro de um sistema de significações que se atravessa com outras esferas da sociedade, tais como a política. Martino adverte que “o entretenimento, em muitas ocasiões, se apresenta como espaço de construção e veiculação da opinião política” (2019, p. 19). E isso se deve por conta da capacidade de provocar o engajamento do público, em uma maneira de comunicação que se utiliza de elementos simbólicos e alegorias, gerando identificação e assim fazendo que o entretenimento passe a ser transformado em um espaço de ação e representação política.

De acordo com o autor (2011), “longe de ser simples diversão associada à alienação ou ao domínio político, o entretenimento pode ser pensado como um instrumento de ação política, inclusive para construção de resistências a um sistema hegemônico”. É a partir de uma análise das obras de John Street sobre a influência do campo do entretenimento com as articulações políticas que Martino elabora algumas reflexões sobre a relação entre o entretenimento e o debate político:

Para Street (1986; 1997; 2001), a força do entretenimento se deve a pelo menos dois fatores. De um lado, o alcance da mensagem. De outro, sua articulação com a vida das pessoas na criação de vínculos de identidade e comunidades. [...] Street (2001, p. 21) mostra como a política partidária progressivamente se articulou com os meios de comunicação no sentido de aproximar sua mensagem do público - a participação de políticos em programas de auditório, apresentando-se como músicos durante as campanhas eleitorais ou tentando, de outras maneiras, criar vínculos entre a imagem séria e distante do político com a linguagem da televisão. Em tempos de "showmícios", cantores eleitos e artistas de televisão eleitos para a Câmara dos Deputados e eleições conduzidas mais pelo *marketing* político do que por ideias e debates, é possível pensar como o entretenimento transforma o processo democrático: A cultura pop se tornou, por conta de seus usos e a partir do valor dado a ela na sociedade, uma forma de atividade política. Ao mesmo tempo, a política contemporânea tem se conduzido no mesmo modelo e formato da cultura pop (Martino, 2011, online).

Um dos exemplos percebidos neste atravessamento entre figuras políticas e artistas da cultura pop é um episódio protagonizado pela cantora Anitta. Pois esse episódio envolveu, além da uma disputa entre os sistemas político e musical, uma relevante reflexão sobre as dinâmicas de circulação nas redes sociais e de figuras políticas que se usam do engajamento da relação entre artistas pop e seus fãs como capital político.

Essa disputa envolveu uma breve discussão entre Anitta e o então Presidente da República, Jair Bolsonaro, realizada em abril de 2022 no antigo Twitter, agora X. Tudo começou quando a cantora resolveu comentar no Twitter sobre as cores da bandeira brasileira, refletindo sobre como os símbolos nacionais sofreram nos últimos anos uma apropriação por parte de seguidores do bolsonarismo. Assim, aproveitando o comentário de Anitta, de que “a bandeira e as cores do Brasil pertencem aos brasileiros”, Bolsonaro compartilhou a postagem em seu perfil, respondendo que concordava com a cantora.

Imagem 1: Disputas entre Bolsonaro e Anitta no Twitter (X)



Fonte: reprodução

Logo depois a cantora resolveu bloquear a conta de Bolsonaro e de outras contas semelhantes para que eles não se aproveitassem dos circuitos criados em torno da interação nas disputas criadas entre eles. Anitta então desabafou no Twitter que já havia percebido a estratégia da equipe de Bolsonaro, seus colaboradores e seguidores, de aproveitarem os circuitos criados através das disputas com personalidades famosas mas

opositoras de seu governo para tentar atrair eleitores mais jovens, principalmente em um ano de eleição presidencial.

Imagem 2: Anitta comenta estratégia de Bolsonaro



Fonte: reprodução

A cantora disse compreender que a equipe de redes sociais de Bolsonaro estava adotando uma linguagem mais jovem e descolada, para passar uma imagem mais suavizada do presidente, assim, incentivando uma maior identificação deste público com ele, que estava em campanha pela reeleição. A artista também refletiu que, mesmo que se formassem circuitos de artistas pop que se opusessem ao atual presidente e que esses circuitos alcançassem uma enorme visibilidade ao se referirem de maneira negativa ao político, ainda assim eles acabariam levando a imagem deste político adiante, dando, com isso, mais visibilidade à produção de sentido intencionada por esse político nas redes sociais, assim fazendo com que o alcance da sua mensagem se amplie além da sua bolha, fazendo com que se gere mais engajamento. Essa última reflexão converge com a ideia sobre circulação, pois na medida em que compartilhamos alguma postagem, mesmo que para rechaçar seu conteúdo ou condenar a atitude, estamos levando adiante a mensagem e mais do que isso, estamos dando engajamento àquele determinado perfil de rede social. Isso significa monetização, influência e disseminação da produção de determinado sentido. Pois, segundo Rosa (2019), o sentido é aquilo “que está em jogo no processo de circulação”, se configurando como um produto de defasagens e dissonâncias, pelo fato de que é “sempre fruto de produções e cocriações” o que resulta na impossibilidade de se definir um sentido único.

Outro exemplo que demonstra uma relação similar envolve as disputas entre a cantora Taylor Swift e o político republicano Donald Trump, atual presidente dos Estados Unidos. Durante as eleições presidenciais de 2024, o político publicou na plataforma criada por ele, Truth Social, uma imagem de Taylor Swift em que ela está vestida nas cores vermelho, branco e azul, contendo a inscrição “Taylor quer que você vote em Donald Trump”. O político também publicou imagens de adolescentes vestindo camisetas em que estava escrito “*Swifties for Trump*”. Todas as imagens foram geradas por inteligência artificial, gerando uma discussão sobre os limites éticos do uso desse tipo de tecnologia. O episódio também evidencia a intenção do político em utilizar o engajamento em torno dos fãs da cantora, conhecidos como *Swifties*, para comunicar uma falsa impressão de apoio político.

Vale reforçar que as imagens geradas por inteligência artificial das “*Swifties for Trump*” foi compartilhada pelo perfil conservador @amuse no Twitter (X), mas criada como uma sátira pela John Milton Freedom Foundation, uma organização sem fins lucrativos sediada no Texas se apresenta como um grupo de liberdade de imprensa com o objetivo de “empoderar jornalistas independentes” e “fortalecer os alicerces da democracia”. E é perceptível como esta tem sido uma estratégia de grupos da extrema direita: a produção de conteúdos falsos a partir de perfis criados com a intenção de disseminar *fake news* e com isso direcionar o debate político. Exatamente por conta deste objetivo, de pautar o debate político, que esses grupos utilizam símbolos da cultura pop, pois o engajamento gerado na disputa, seja com a própria Taylor ou seus fãs, aumentam o alcance da mensagem e direciona o conteúdo para um público diverso, que não acessaria aquela postagem por vontade própria. Pois, a partir do conflito gerado, pela apropriação da imagem da artista, uma reação em resposta é provocada, uma reação que repudia a ação, mas leva adiante o conteúdo. E é exatamente por isso que a produção de conteúdos ofensivos, com discurso de ódio e de enfrentamento são amplamente utilizados como uma ferramenta poderosa pelos políticos de extrema-direita, justamente porque seu conteúdo mobiliza emoções contrárias, que fazem com que uma reação instantânea promova aquele conteúdo. Trump inclusive aplicou essa estratégia de diversas maneiras, inclusive usando, durante seus anúncios e comícios, diversas músicas não autorizadas de artistas como Celine Dion, ABBA e Beyoncé, que criticaram publicamente o uso impróprio de suas músicas.

Imagem 3: Reprodução de imagens geradas por IA no perfil de Trump



Fonte: reprodução

Logo após o debate eleitoral entre Trump e Kamala Harris, ocorrido em setembro de 2024, Taylor Swift publicou um texto em seu perfil do Instagram declarando apoio à Harris. A cantora também se refere no texto ao uso indevido de Trump da sua imagem, em uma postagem que relacionava de maneira falsa um suposto apoio da cantora ao político, o que a motivou a deixar claro o seu voto à candidata democrata. No texto, a cantora deixa claro seu posicionamento político: “Vou votar em @kamalaharris porque ela luta pelas causas e direitos que acredito que precisam de uma guerreira para defendê-los”. A postagem gerou dois milhões de curtidas em apenas uma hora.

Imagem 4: Taylor Swift declara seu voto em Kamala Harris



Fonte: Instagram, 2024

Dias depois da publicação da cantora, Trump publicou no Truth Social uma postagem em que dizia: “Eu odeio Taylor Swift!”. Mas esse não foi o único episódio no

---

qual Trump se referiu à cantora ou mobilizar os sentidos em circulação na disputa com Taylor Swift. O político costuma mencionar Swift pelo menos desde 2018, quando a cantora anunciou seu apoio ao candidato democrata ao Senado, Phil Bredesen, conforme a linha do tempo<sup>3</sup> publicada pela revista Rolling Stone. Já Taylor, que foi considerada muitas vezes omissa quando se trata de se posicionar politicamente, fez uma autocrítica sobre o assunto no documentário “Miss Americana”, realizado pela Netflix. No filme, a cantora diz ter se arrependido de não ter se manifestado publicamente contra a candidatura de Donald Trump à presidência em 2016.

Exatamente por conta destes exemplos que apresentamos que se observa a produção artística como um ambiente que se configura, cada vez mais, em um ambiente de articulações e disputas de sentido entre outros sistemas da sociedade. Entretanto, essa relação se complexifica ainda mais pelo fato de que a produção artística da cultura pop se configura ao mesmo tempo como arte e produto. Segundo Martino (2019), “uma das contradições do entretenimento é ser, ao mesmo tempo, produto e cultura – contradição com a qual lida desde sua origem e que, aparentemente, se afirma como uma de suas características principais”. Mas ao mesmo tempo, “o entretenimento também acabou por se tornar um espaço no qual questões políticas são endereçadas ao público, em uma linguagem conhecida, na qual os códigos são compartilhados tanto por produtores quanto pelo público”. E isso faz com que o ambiente da cultura pop se torne, cada vez mais, ambiente atrativo para disputas de sentido protagonizadas por figuras políticas, que se usa dos códigos e das lógicas do entretenimento, em uma arena pública aonde os políticos se preocupam mais em se consagrarem como personas pop do que propriamente em fazer política.

## Referências

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, 2018.

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

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://rollingstone.com.br/politica/linha-do-tempo-tudo-o-que-donald-trump-ja-disse-sobre-taylor-swift/>. Acesso em 22 jun. 2025.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. Mídiação da política, entretenimento e cultura pop: dimensões conceituais e práticas. **Revista Inmediaciones de la comunicación**. Universidad Ort, online. Uruguai, 2019. Disponível em: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/download/2918/3052?inline=1>. Acesso 22 jun. 2025.

ROSA, Ana Paula da. Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. **Matrizes**, v. 13, n. 2, p. 155-177, 2019.