

## **Enquadramentos De Uma Celebridade Política De Esquerda Na Internet: Uma Análise Sobre A *Drag Queen* Rita Von Hunty<sup>1</sup>**

Kamily de Oliveira NOGUEIRA<sup>2</sup>

Ricardo Duarte Gomes da SILVA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

### **RESUMO**

Este texto é fruto de uma pesquisa ainda em andamento que objetiva questionar o que é ser uma celebridade de esquerda radical na internet, através de uma análise da figura pública Rita Von Hunty, drag queen criadora do canal do YouTube *Tempo Drag*. Partimos da perspectiva metodológica de Enquadramento (França; Silva; Vaz, 2015), apoiada em noções de análise do discurso, e nas conceituações de celebridade (França, Simões, 2020), celebridade política (Street, 2004) e mídia radical (Downing, 2002). Nesse sentido, iremos discutir o potencial das figuras célebres em informar e mobilizar os públicos em prol de políticas e sociais e traçar que formatos de relação Rita constrói.

**PALAVRAS-CHAVE:** Celebridades; Celebridade Política; Esquerda Radical; Mobilização Social; Rita Von Hunty.

### **INTRODUÇÃO**

Diferente do que defendem alguns estudiosos, como Gabler (2000), de que a celebridade atual serve apenas para entreter, acreditamos no potencial delas em alcançar e mobilizar diferentes públicos em razão de pautas sociais e políticas – é isso que buscamos tratar nesta pesquisa. Em uma era da midiatização, a visibilidade mediada pelas redes se torna um indicativo de poder e reconhecimento, ou seja, as figuras que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e suas interdisciplinaridades, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

<sup>2</sup> Bolsista de Iniciação Científica (IC/Probic-CNPq). Graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV. E-mail: [kamily.nogueira@ufv.br](mailto:kamily.nogueira@ufv.br)

<sup>3</sup> Professor Associado do Departamento de Comunicação Social da UFV. Doutor em Comunicação Social pela UFMG. Orientador da pesquisa IC/Probic-CNPq.

possuem visibilidade midiática (na TV, redes sociais, etc.), e que se tornam um ponto de identificação para certo grupo, alcançam, por meio dele, um espaço de certo poder, principalmente discursivo (Marshall, 2014). Nesse sentido, iremos discutir como esse poder pode ser usado por figuras da esquerda radical na missão de informar e mobilizar seus públicos em prol das pautas políticas e sociais que defendem.

Para isso, tomamos como objeto empírico a figura pública Rita Von Hunty, uma persona *drag queen* criada pelo professor e ator Guilherme Terreri Lima Pereira, que desenvolve, através do pensamento marxista, um trabalho de arte-educação focado na discussão de temas sociais e políticos. Seu principal campo de exposição é seu canal do YouTube, *Tempero Drag*, onde iniciou falando sobre culinária vegana, mas, aos poucos, foi adentrando em temáticas como gênero, sexualidade, raça e lutas de classes.

Propusemo-nos a descrever e interpretar, à luz do nosso referencial teórico, os enquadres dessa figura como celebridade política (Street, 2004; Kamradt, 2019) nas redes em que se apresenta. Buscamos com essa análise, portanto, questionar o que é ser uma celebridade de esquerda radical na internet e que formato de relação ela busca manter.

Muitos estudos já foram realizados a fim de se aprofundar no fenômeno das celebridades e o que elas revelam sobre a nossa sociedade atual, como as contribuições de Rojek (2008), França e Simões (2014; 2020) e Marshall (2014). Quanto às celebridades políticas, destacamos os trabalhos de França e Leurquin (2022) e de Kamradt (2021). Ambos observam o influenciador digital Felipe Neto como celebridade política e sua influência no atual cenário político brasileiro, reconhecendo a relação entre os dois campos.

O fenômeno da celebridade não é recente. França e Simões (2020), destacam que, no passado, os célebres eram figuras associadas ao poder político e a grandes feitos históricos. Esse cenário mudou, inicialmente, com o Renascimento, que deu fama a grandes artistas, e, mais tarde, com o surgimento dos meios de comunicação de massa e das redes sociais, que impulsionaram esse fenômeno. Nesse contexto, o surgimento da internet provocou mudanças nas lógicas de fama e também no perfil das celebridades. Assim, o título de celebridade passa a ser designado não apenas a estrelas de cinema, da

TV e músicos, mas também a pessoas que se sobressaem em nichos específicos<sup>4</sup>: as “microcelebridades” – como é o caso do objeto empírico deste trabalho.

As plataformas digitais também proporcionaram a ampliação das possibilidades de manifestação de grupos minoritários e movimentos sociais, cujas histórias são, quase sempre, escritas por ativistas que foram/são vítimas das repressões do Estado (Downing, 2002). Através da Internet – assim como outras mídias importantes na sobrevivência da mídia radical – foi possível ampliar seu alcance, se organizar e mobilizar novos públicos. Dessa forma, notamos um dos contextos em que o cenário político se cruza com o fenômeno da celebridade do meio digital e a sua importância social. Entretanto, estudos que abordam essa relação não são recorrentes na área da comunicação.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo França e Simões (2020), o tornar-se celebridade está intrinsecamente ligado à mídia, ele é conquistado e mantido através dela, podendo ser de grande ou curta duração. Adotamos o conceito de celebridade definido pelas autoras como “todas as figuras que adquirem proeminência, alcançam grande visibilidade através de dispositivos e práticas comunicacionais, provocam sentimentos e emoções em públicos estendidos” (p. 41). Além de provocar sentidos, as celebridades se constituem em referenciais (França; Simões, 2014, p. 1079), seja no estilo de vida, construção de opiniões, valores ou posicionamentos políticos, para aqueles que as seguem e se identificam com elas.

Se antes a relação entre celebridades e política se tornava cada vez mais distante, na atualidade, volta a se aproximar. Fora do universo digital, são muitas as figuras célebres que decidiram se candidatar a cargos políticos, como Donald Trump e Arnold Schwarzenegger, nos EUA, e Tiririca, João Dória e Alexandre Frota, no Brasil. A esse tipo de político, que ou possui um passado ligado ao mundo do entretenimento ou se auto promove celebridade como ferramenta para aumentar sua popularidade e melhorar sua imagem, John Street (2004) vai denominar celebridades políticas (CP1).

Ao centrar-me na ligação entre a cultura popular e a representação política, espero mostrar como cada uma delas recorre a elementos da outra nas

---

<sup>4</sup> França e Simões (2020) atentam que esse fenômeno não é exclusivo do universo digital, mas é visível que têm se intensificado nesse contexto e alcançado outra dimensão.

relações que estabelecem. Este artigo utiliza, por isso, apenas duas categorias de celebridades políticas. A primeira refere-se ao político tradicional - o representante legitimamente eleito (ou aquele que aspira a sê-lo) - que se envolve com o mundo da cultura popular a fim de melhorar ou fazer avançar as suas funções e objetivos políticos pré-estabelecidos. Este é o político celebridade (CP1). (Street, 2004, p. 437)

No entanto, mesmo sem participar de eleições e ocupar cargos, artistas da cultura popular utilizam da sua visibilidade midiática para falar de política e representar certos grupos e/ou causas, sendo chamados de celebridades políticas (CP2) (Street, 2004; Kamradt, 2019). No contexto da esquerda e da mídia radical (Downing, 2002), figuras como Rita Von Hunty que se sobressaem de alguma maneira em seu nicho – nesse caso, educacional e do movimento marxista – e alcançam o status de celebridade, utilizam desse posto para manifestar os movimentos políticos e sociais que defende e/ou faz parte.

## **METODOLOGIA**

Para produzir este estudo, partimos da perspectiva metodológica do conceito de Enquadramento (França; Silva; Vaz, 2015), que diz respeito “ao nível metacomunicativo de toda interação, e à indicação da relação que se propõe e se negocia entre os interlocutores” (p.139), ou seja, está relacionado às noções de situação comunicativa, papéis sociais, interação e posicionamento. Nesse sentido, buscamos, com a análise dos enquadramentos, compreender os diferentes papéis, posicionamentos e conflitos evidenciados pelo nosso objeto empírico em diferentes situações. Para isso, construímos e interpretamos um perfil da celebridade Rita Von Hunty, observando sua trajetória em paralelo à do seu canal. Além disso, iremos fazer um levantamento de 3 publicações que representam seus momentos mais significativos no YouTube e em outras mídias para representar as fases que identificamos no canal, a fim de realizar uma análise narrativa mais minuciosa do formato de relação da figura com os públicos.

Com fundamento nessas técnicas e apoiados em lógicas da análise do discurso e em bases bibliográficas, procuramos entender como (e se) Rita Von Hunty se apresenta como referencial para o seu público e que formatos de relações são construídas e mantidas nesse contexto.

## ANÁLISE

Inicialmente, para contextualizar e refletir sobre a trajetória de Rita e sua relação com a política brasileira e movimentos sociais, dividimos o seu canal *Tempero Drag* em três fases: 1ª fase (2015-2018), onde o canal focava em culinária, mesclando cozinha vegana com performance e humor, mas que já adentrava em tópicos políticos e sociais de forma secundária; 2ª fase (2018-2021), em que o conteúdo passou a ser sobre política, sociologia e marxismo, trazendo “aulas” sobre consciência de classe e luta de classes e discutindo sobre o movimento LGBTQIAP+. Houve uma mudança de cenário, que sai da cozinha para a poltrona, num vídeo mais cara a cara, mas com uma produção ainda caseira; 3ª fase (2021-atualmente), onde a produção começa a se profissionalizar e o conteúdo continua focado em temáticas políticas e sociais, com algumas aulas sobre socialismo e outros temas semelhantes, mas com a inserção de alguns vídeos mais longos discutindo pautas com exemplos de casos da atualidade, como o genocídio em Gaza e a morte de pessoas trans, que foram comentados no vídeo “CURA GAY ou formas de matar”<sup>5</sup>.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos limites dessa leitura inicial, percebemos que a mudança mais nítida do canal *Tempero Drag* foi da primeira para a segunda fase, a partir de 2018, principalmente em relação ao conteúdo. Em um contexto conturbado da política brasileira e com a ascensão da extrema direita no cenário eleitoral, marcada pela eleição de Jair Bolsonaro à presidência e pelo surgimento do Bolsonarismo, o canal se tornou mais conteudista, trazendo aulas sobre sociologia, consciência de classe e luta de classes. Notamos, portanto, uma mudança de papel adotado pela drag queen, agora numa posição de educadora, utilizando do seu espaço de visibilidade midiática para mobilizar seu público para uma pauta política. Ao longo dessas últimas fases do canal, vemos uma preocupação em manter esse papel e em construir (e transmitir) opiniões embasadas – reforçado pelo grande número de referências a produções acadêmicas, que são feitas ao longo dos vídeos e colocadas nas descrições.

---

<sup>5</sup> O título do vídeo foi alterado para apenas “CURA GAY” e está disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Ws\\_w6Pw5Xh8](https://www.youtube.com/watch?v=Ws_w6Pw5Xh8)

Essa mudança de quadros de algumas celebridades no contexto do Bolsonarismo já foi observada por outros autores, como Vera França e Chloé Leurquin (2022) no artigo “Felipe Neto: uma celebridade política?”, e evidencia o atravessamento da política em diferentes nichos. Para Rita Von Hunty, esse fenômeno político não só marcou a mudança do conteúdo do seu canal, mas trouxe a necessidade de reforçar um posicionamento político de oposição e de mobilizar o seu público.

## REFERÊNCIAS

DOWNING, J. D. H. **Mídia radical: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

FRANÇA, V. V.; SIMÕES, P. G. Celebridades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, 2014.

\_\_\_\_\_; SILVA, T.; VAZ, F. Enquadramento. In: FRANÇA, V. V.; MARTINS B. G.; MENDES A. M. (org.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS) : trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação**. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, 2020.

\_\_\_\_\_; SIMÕES, P. G. Perfis, atuação e formas de inserção dos famosos. In: FRANÇA, V.; SIMÕES, P.; PRADO, D. (org). **Celebridades no século XXI: Diversos perfis, diferentes apelos**. Belo Horizonte: PPGCOM, 2020. v. 2, p. 31 - 57.

\_\_\_\_\_; LEURQUIN C. Felipe Neto: uma celebridade política?. **RuMoRes**, v. 16, n. 31, p. 15-41, 2022.

GABLER, N.. **Life: the movie – how entertainment conquered reality**. New York: Vintage Books, 2000.

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

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

\_\_\_\_\_. O capital celebridade e suas articulações em outros campos: a teoria de Bourdieu estendida e o caso de Felipe Neto. **Revista Brasileira de Ciência Política**. n. 36, p. 1-32, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/7MC47JBSpm5BQfWhvz/abstract/?lang=pt>. Acesso: 12 jan. 2024.

MARSHALL, P. D. **Celebrity and power: fame in contemporary culture**. 2. ed. Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 2014.

STREET, J. Celebrity politicians: popular culture and political representation. **The British Journal of Politics & International Relations**, Hoboken, v. 6, n. 4, p. 435-452, 2004.