

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

JÉSSICA PRISCILA CANTALICE SANTOS

CELEBRIDADES E RELAÇÕES INTERNACIONAIS: O CASO DE
ANGELINA JOLIE NO ACNUR

RECIFE

2024

JÉSSICA PRISCILA CANTALICE SANTOS

**CELEBRIDADES E RELAÇÕES INTERNACIONAIS: O CASO DE
ANGELINA JOLIE NO ACNUR**

Trabalho de Conclusão de Curso como
exigência parcial para graduação no curso de
Relações Internacionais, sob orientação do
Prof. David Jose Pereira Gonzaga

RECIFE

2024

Catálogo na fonte
Bibliotecário Ricardo Luiz Lopes CRB-4/2116

S237c Santos, Jéssica Priscila Cantalice.
Celebridades e Relações internacionais: o caso Angelina Jolie no
ACNUR / Jéssica Priscila Cantalice Santos. – Recife, 2024.
50 f.

Orientador: Prof. Ms. David José Pereira Gonzaga.
Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia – Relações
Internacionais) – Faculdade Damas da Instrução Cristã, 2024.
Inclui bibliografia.

1. Embaixador da Boa Vontade. 2. Soft power. 3. Celebridades. 4.
ONU. I. Gonzaga, David José Pereira. II. Faculdade Damas da
Instrução Cristã. III. Título.

327 CDU (22. ed.) FADIC (2024.2-003)

JÉSSICA PRISCILA CANTALICE SANTOS

**CELEBRIDADES E RELAÇÕES INTERNACIONAIS: O CASO DE
ANGELINA JOLIE NO ACNUR**

Trabalho de Conclusão de Curso como
exigência parcial para graduação no curso de
Relações Internacionais, sob orientação do
Prof. David Jose Pereira Gonzaga

Aprovado em: _____ de _____ 2024

BANCA EXAMINADORA

Avaliador Externo,

Avaliador Externo,

Orientador, Prof. David Jose Pereira Gonzaga

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pela vida, pela minha família e amigos. Ainda, pelas oportunidades de crescimento pessoal e profissional no decorrer de minha graduação, me permitindo ingressar e concluir a faculdade.

Aos meus pais, Marcelo e Nilbe e minha irmã Marcela, que me apoiaram em toda a minha trajetória acadêmica. Mas não apenas isso, por estarem sempre presentes em cada momento da minha vida, sempre querendo o melhor para mim e dando os melhores conselhos. E por todo esforço, dedicação e orações, que foram fundamentais na minha criação. Pela constante presença na minha vida, desde questões simples do dia a dia até questões importantes.

Aos meus parentes que sempre estiveram presentes me incentivando e se esforçando para fazer parte da minha vida pessoal e acadêmica. Ao apoio familiar e por saber que sempre estão do meu lado e felizes pelas minhas conquistas.

As minhas amigas e amigos da vida, que Deus me proporcionou amizades tão abençoadas, que sempre se importam e se preocupam com meu bem-estar e me fazem rir.

Aos meus amigos da faculdade e companheiros de turma que estiveram comigo desde o primeiro período até a conclusão do curso, passando por momentos difíceis e desafiadores, por cada angústia de trabalhos e provas difíceis. Pelas risadas e bons momentos durante os intervalos e pelo companheirismo.

A Faculdade Damas da Instrução Cristã e também aos professores e seus ensinamentos, pois possibilitaram uma formação rica em conhecimentos. Por cada professor que não exitou em tirar minhas dúvidas e me ajudar nas dificuldades ao longo dos períodos. Aos coordenadores do curso de Relações Internacionais que me proporcionaram excelentes anos de ensino.

Ao meu orientador, professor David Gonzaga, por toda a paciência, dedicação e pelo incentivo. Só tenho a agradecer por toda ajuda e pelos conhecimentos adquiridos durante todo o processo de escrita do trabalho, sou grata por todo auxílio dado nesse processo tão importante e por contribuir com diversas ideias enriquecedoras para este trabalho.

A todo o corpo docente da Faculdade Damas, pelo trabalho e dedicação no cuidado com os alunos. A todos os funcionários da Faculdade Damas, pelo suporte fornecido durante esses quatro anos.

RESUMO

No presente trabalho, será exposta a relação existente entre celebridades cinematográficas e a Organização das Nações Unidas por meio do cargo de Embaixadoras da Boa Vontade e como essa relação permite a difusão dos direitos humanos nas relações internacionais. O trabalho analisa a atriz Angelina Jolie como Embaixadora da Boa Vontade no ACNUR. Nesse sentido, o trabalho busca explicitar como surgiu essa relação e como ela será aplicada pela organização, com o objetivo de obter visibilidade para as causas humanitárias e políticas. Por tanto, foram realizadas pesquisas sobre os principais conceitos aos quais o tema abrange, como Embaixador da Boa Vontade, *soft power*, ONU, celebridade e visibilidade. Somado a esses conceitos, será posta a teoria do *soft power* de Joseph Nye, para identificar a importância e a relação dessa ferramenta com as relações internacionais quando esta for utilizada pelas celebridades em cargos da ONU. Por fim, será explicitada a atuação de Angelina Jolie no ACNUR, plataforma organizacional da ONU, abordando seus feitos e discursos enquanto Embaixadora da Boa Vontade e o fato de sua presença ter sido uma estratégia da organização para obter uma visibilidade global.

Palavras-chave: Embaixador da Boa Vontade; *soft power*; celebridades; ONU.

ABSTRACT

This paper will look at the relationship between film celebrities and the United Nations through the position of Goodwill Ambassadors and how this relationship allows for the dissemination of human rights in international relations. The paper analyzes actress Angelina Jolie as a Goodwill Ambassador for the UNHCR. In this sense, the work seeks to explain how this relationship came about and how it will be applied by the organization, with the aim of gaining visibility for humanitarian and political causes. For this reason, research was carried out into the main concepts covered by the topic, such as Goodwill Ambassador, *soft power*, the UN, celebrity and visibility. In addition to these concepts, Joseph Nye's theory of *soft power* will be used to identify the importance and relationship of this tool with international relations when it is used by celebrities in UN positions. Finally, Angelina Jolie's role in the UNHCR, a UN organizational platform, will be explained, addressing her achievements and speeches as a Goodwill Ambassador and the fact that her presence has been a strategy for the organization to gain global visibility.

Keywords: Goodwill Ambassador; *soft power*; celebrities; UN.

LISTA DE ABREVIATURAS

ACNUR	-	Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados
ONU	-	Organização das Nações Unidas
ONGs	-	Organização não governamental
RI'S	-	Relações Internacionais

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 A RELAÇÃO ENTRE CELEBRIDADES CINEMATOGRAFICAS E OS CARGOS INTERNACIONAIS DA ONU	12
1.2 O RELACIONAMENTO ENTRE CELEBRIDADE E A ONU: TRAZENDO A CONCEITUAÇÃO DA ONU E A IMPORTÂNCIA DA ATUAÇÃO DA CELEBRIDADE	15
2 EXPLORANDO A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA DO SOFT POWER RELACIONANDO COM A INFLUÊNCIA DAS CELEBRIDADES	26
2.1 SOFT POWER: CONCEITO E SURGIMENTO	26
2.2 CINEMA COMO ESTRATÉGIA DE SOFT POWER: UTILIZANDO CELEBRIDADES CINEMATOGRAFICAS	31
3 A ENTRADA E SAÍDA DE ANGELINA JOLIE NA ONU, SERVINDO COMO EMBAIXADORA DA BOA VONTADE NO ACNUR	36
3.1 QUEM É ANGELINA JOLIE E PORQUE ENTREGAR A ELA O CARGO DE EMBAIXADORA?	36
3.2 SUA ENTRADA NO ACNUR E SEU DESEMPENHO COMO EMBAIXADORA ...	38
3.3 A IMPORTÂNCIA E O IMPACTO DA SUA ATUAÇÃO COMO EMBAIXADORA DA ONU.....	42
4 CONCLUSÃO.....	44
REFERÊNCIAS	47

INTRODUÇÃO

Ao tratarmos da relação existente entre relações internacionais e celebridades do mundo cinematográfico, abordamos a constante integração de novos atores nos campos das RI'S. E ao fato de que cada vez mais tem se buscado inserir celebridades nesses campos de modo que, mesmo não apresentando o poder de decisão final, as celebridades que obtêm um cargo nos meios políticos, desenvolvem um papel de maior influência sobre a população e adquirem uma nova visibilidade, tanto para sua própria imagem como para a causa ou para a organização. É possível notar que a indústria do entretenimento tem buscado se inserir cada vez mais em questões humanitárias e políticas e igualmente a Organização das Nações Unidas (ONU), que é uma organização intergovernamental que surge com o objetivo de promover a cooperação internacional, tem recrutado celebridades para atuarem em cargos dentro da ONU. Tal relação, nos permite identificar um processo mutuamente benéfico, entre as celebridades e as organizações internacionais que as convidam.

A Organização das Nações Unidas, exerce diversos papéis de importância para a sociedade, buscando apoiar e defender causas de cooperação internacional, causas sociais, humanitárias entre outras. E neste meio de atuação a presença de celebridades do meio cinematográfico, não foi excluída. Se tornou frequente o recrutamento de celebridades para atuarem em parceria com estas instituições, sendo Embaixadores da Boa Vontade, investidores e a cara de campanhas de divulgação.

Juntamente com o início da Primeira Guerra Mundial, surgiu a necessidade de acelerar a implementação do *Soft Power*, também conhecido como poder brando, que se trata de um termo utilizado nas relações internacionais, que se aplica à capacidade de influenciar e convencer indiretamente os interesses e o comportamento de um indivíduo ou um grupo de indivíduos. Com base na obra “*Soft Power: The Means to Success in World Politics*” que traz o conceito de Joseph Nye (2003), *Soft Power* seria “a habilidade de se conseguir o que se quer através da atração e persuasão de outros a adotarem o mesmo objetivo almejado”. Já que os governos presentes na guerra buscavam por formas de propagarem suas causas e desta forma o *Soft Power* se inseriu em um contexto de guerra como uma ferramenta utilizada por governos envolvidos no conflito.

A utilização do *Soft Power* como ferramenta de propagação veio se mantendo e evoluindo em sociedade, mesmo não sendo um assunto tratado ela está presente. Em uma sociedade atual em que se disseminou a ideia de que conhecimento é poder, as pessoas buscam se manter informadas e detentoras de conhecimento, conhecimento este que muitas vezes é

divulgado pelas mídias sociais, meios de comunicação e celebridades. Neste aspecto, entramos na pauta da relação entre celebridades e a política internacional. Abordando a partir de que momento o *Soft Power* foi divulgado não somente pelas ferramentas convencionais, como países e governos, mas também por quem a utiliza sendo propagador do *Soft Power* para os seus usuários, neste caso, as celebridades.

Este tema, abordará o porquê de celebridades cinematográficas membros da ONU utilizam sua visibilidade e acesso às grandes mídias em geral, para propagarem questões políticas e sociais para seu público. Com base em estudos, trataremos como a presença das celebridades para divulgação de causas permite uma interação constante e informal com o público receptor. Tornando assim, as celebridades como meios de propagação e divulgação de questões políticas internacionais.

O problema de pesquisa foi o questionamento a respeito de qual a relação existente entre celebridades cinematográficas e o cargo de embaixador de causas internacionais na ONU? Através de um estudo de caso a partir da atuação da atriz Angelina Jolie no ACNUR.

A respeito da delimitação temporal e espacial, busca-se analisar o fenômeno da emergência de celebridades na Organização das Nações Unidas, especificamente a presença da atriz Angelina Jolie no ACNUR, Agência da ONU para Refugiados, tendo o cargo de Embaixadora da Boa Vontade de 2001 a 2012.

O tema apresenta como objetivo tratar sobre a relação existente entre relações internacionais e celebridades cinematográficas, quando estas utilizam a ferramenta do *Soft Power*. E a presença destas celebridades na ONU, tratando a respeito da sua presença nesse meio político. E para melhor compreensão do conteúdo, o trabalho é dividido em três seções.

A primeira trata do relacionamento de modo geral entre as celebridades cinematográficas e os cargos designados a elas por meio da ONU. Trazendo desde o conceito de Embaixador da Boa Vontade, especificando suas funções e obrigações, como também o conceito do que seria a ONU e abordando de modo geral a atuação das celebridades no meio político internacional.

A segunda parte do estudo traz a definição do *Soft Power*. Nela é discutido o conceito e surgimento do *Soft Power*, e a partir disso analisar o funcionamento e importância da ferramenta em questão, e por fim, discutir a presença do cinema como estratégia de *Soft Power*, tratando das celebridades cinematográficas e a presença da cultura como recurso de política internacional, em que a junção do cinema com as celebridades perpassa a fronteira do entretenimento.

Na terceira e última parte, será analisada a presença da atriz Angelina Jolie em seu cargo no ACNUR, trazendo seus feitos enquanto exercia o cargo de Embaixadora da Boa Vontade e relatando o impacto de sua atuação.

A pesquisa apresenta a utilização do método qualitativo, por meio de uma análise de conteúdo a respeito dos acontecimentos referentes ao tema, através do artigo escrito por Angelina Jolie para a CNN “Angelina Jolie: A história de duas meninas refugiadas”. Além de por meio de uma análise histórica trazer o fato da entrada e saída da atriz Angelina Jolie no ACNUR e sua participação na ONU por meio de dados secundários.

Com base em notícias do ACNUR: “Angelina Jolie é nomeada enviada especial do chefe do ACNUR” e “Os 20 anos de Angelina Jolie em dedicação às pessoas refugiadas”, analisando seus feitos e sua participação com assuntos de relações internacionais.

Ao longo da pesquisa, por meio de artigos como “Celebridade Diplomatas: Atuações da indústria do entretenimento no cenário político internacional” tratando sobre celebridades, indústria cinematográfica, RI’S e a ONU, foram analisadas situações envolvendo celebridades no meio internacional e como elas têm desenvolvido seu poder de persuasão e apresentado capacidade de disseminação das causas que apoiam.

O campo das RI’S é um campo bastante diverso e vem constantemente adquirindo novas concepções. E tratar da presença de celebridades do meio cinematográfico no cenário político internacional, demonstra essa diversidade das RI’S. Ao momento em que organizações internacionais, como a Organização das Nações Unidas, selecionam celebridades mundialmente famosas para exercerem papéis dentro da instituição, e se estabelece uma nova dinâmica internacional, de modo que, por meio da utilização do *Soft Power* como ferramenta, essas celebridades adquirem influência no meio político internacional.

A convocação e o desempenho de celebridades nas organizações internacionais não é algo novo no cenário internacional. Ao abordarmos esse desempenho realizado por celebridades, mais especificamente quando em cargos de Embaixadores da Boa Vontade, observamos a possibilidade de assuntos e questões políticas serem somadas à utilização do *Soft Power*, o que se propõe a gerar maior divulgação e o recebimento de maior alcance. Pois este relacionamento envolvendo celebridades e organizações internacionais permite que questões políticas alcancem um público que é consumidor da indústria do cinema e também que as celebridades sejam ferramentas para abordagens políticas.

Um aspecto importante a respeito da interação entre celebridades cinematográficas e a ONU é disposta pelo autor Assis Lima:

Quando se fala em celebridades diplomatas não se está insinuando que elas devam substituir os diplomatas tradicionais nos negócios internacionais, nem que elas possuam uma posição dominante na esfera do agendamento e enquadramento das temáticas públicas. Em vez disso, o que se quer enfatizar é que as celebridades diplomatas possuem uma posição única no cenário internacional que pode ajudar a trazer atenção pública a importantes temas. Uma das principais diferenças entre as celebridades diplomatas e os diplomatas tradicionais é que as celebridades podem tomar partido de alguma causa sem necessariamente precisarem defender ou representar um Estado-nação ou uma agência intergovernamental (Lima, 2013, p.294 *apud* Coope; Turcotte, 2012, p. 191).

Este tema é importante pois traz o aspecto de celebridades se engajarem em causas sociais, buscando por meio de seus alcances como detentores de fama, trazer os olhares do público para essas causas, fazendo com que estas tenham maior dimensão. De semelhante modo, trata como as celebridades adquirem capacidades para atuar neste meio político internacional.

Para concluir, quando uma celebridade global exerce um papel em uma organização em prol de uma causa, faz com que esta adquira um caráter mundial o que envolve países e culturas distintas, o que mostra sua relação com a política internacional.

1 A RELAÇÃO ENTRE CELEBRIDADES CINEMATOGRAFICAS E OS CARGOS INTERNACIONAIS DA ONU

Este trabalho tem como finalidade analisar a relação existente entre celebridades cinematográficas e a Organização das Nações Unidas (ONU). Para tal finalidade é preciso existir uma introdução da definição de Embaixador da Boa Vontade da ONU, conceituar a relação entre ONU e celebridades e uma breve descrição de como as histórias de celebridades estão relacionadas com a sua escolha para o cargo.

Ao abordar que celebridades diplomáticas podem atuar conjuntamente com organizações internacionais, e que por meio do uso do *Soft Power*, estes usam de sua influência para mobilizar a sociedade em prol da causa defendida. Este trabalho se baseia na concepção de que essas celebridades conseguem de certa forma pressionar os Estados e as organizações internacionais por mudanças em prol da causa.

E esta pressão se dá pela presença das celebridades no meio político internacional em cargos concedidos pela ONU. Contudo, a presença das celebridades vai muito além de estar apenas nos holofotes, de modo que traz benefícios e problemas, pois a causa estará associada à imagem da celebridade, a sua história pessoal, a sua atuação durante sua carreira entre outros aspectos.

A participação de celebridades na esfera política, especialmente, em defesa de questões humanitárias e ambientais, não é algo recente nem representa uma nova tendência social. Este capítulo propõe, evidenciar como essas celebridades se posicionam como agentes nas Relações Internacionais, exercendo uma função de embaixador.

1.1 O CONCEITO DE EMBAIXADORES DA ONU

Um Embaixador da Boa Vontade do inglês *Goodwill Ambassador* é um título atribuído a uma pessoa que busca defender uma causa específica ou questão global com auxílio de sua notabilidade. Os Embaixadores da Boa Vontade buscam promover posicionamentos e ideias e disseminar para a população buscando visibilidade para determinada causa. Estes estão inseridos em governos, instituições e países de modo que a diplomacia deve estar presente. Eles realizam viagens, fazem presença em eventos e levam ao público a consciência para a causa que estão defendendo, por meio de atividades de relações-públicas e eventos. Os embaixadores apresentam como responsabilidade fornecer ajuda humanitária, implementação de programas de bem-estar social e fornecimento de assistência.

Inicialmente, a ONU e outras organizações, utilizavam de civis, funcionários do governo para cumprir a função de embaixadores, estes não deixaram de atuar, contudo, o cargo veio sendo exercido por celebridades como atores, atrizes, músicos, atletas, cientistas, autores, ex-políticos, em geral, utilizando figuras públicas da alta sociedade.

Segundo a Biblioteca Dag Hammarskjold das Nações Unidas, existe uma distinção entre Embaixadores da Boa Vontade e Mensageiros da Paz das Nações Unidas. Estes são indivíduos minuciosamente selecionados nos campos artísticos, que aceitam a função de auxiliar uma causa trazendo visibilidade mundial ao trabalho desenvolvido pela ONU.

O cargo de Mensageiro da Paz vem apoiado a uma elevada honra concedida pelo secretário-geral, em que essa celebridade global dispõe de sua notoriedade perante a mídia, de seu tempo e pela sua vontade de incentivo da conscientização, para propagar causas humanitárias. O cargo de Embaixador da Boa Vontade é designado por chefes de fundos ou agências das Nações Unidas como UNICEF e ACNUR¹. O UNICEF, se trata do maior programa da ONU. Instituído em 1946, o UNICEF defende os direitos e o bem-estar de crianças e adolescentes em mais de 190 nações e territórios². É orientada pela Convenção dos Direitos da Criança, que atua como o principal defensor mundial de meninas e meninos e seu objetivo é suprir as necessidades fundamentais e criar oportunidades para que as crianças atinjam sua capacidade máxima.

O departamento do Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR) foi estabelecido em 1950, após o término da Segunda Guerra Mundial, visando auxiliar milhões de europeus que fugiram ou perderam suas residências. O ACNUR já ajudou mais de vinte milhões de indivíduos a recomeçarem suas vidas. Recebeu duas vezes o Prêmio Nobel da Paz pelo seu trabalho humanitário (1954 e 1981). No momento, a agência possui quase 12 mil colaboradores e opera em aproximadamente 130 países. Através de colaborações com centenas de entidades não governamentais, o ACNUR oferece suporte e proteção a mais de 67 milhões de indivíduos, incluindo homens, mulheres e crianças.

Os Embaixadores da Boa Vontade, irão funcionar como ferramentas estratégicas para difusão de ideias e valores da ONU devido ao seu caráter público. Com base em seu reconhecimento transnacional e com sua base de fãs, as celebridades que recebem o cargo de embaixadores da ONU sendo porta-voz do discurso humanitário, atingem um público muito

¹ Fundo Internacional de Emergência das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR)

² ACNUR – Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados. Refugiados no Brasil. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/sobre-o-unicef>. Acesso em: 15 ago. 2024.

mais amplo com maior notoriedade. Segundo o site da Associação de jovens ONU Brasil (AJONU) o título de Embaixador da Boa Vontade é honorífico e sua utilização como dispositivo oficial ou não oficial na diplomacia, principalmente na ONU tem sido cada vez mais frequente.

Os embaixadores da ONU podem exercer alguns papéis como: serem o contato direto com a mídia, sensibilizando o público; concessão de sua imagem; presença em eventos internacionais, entre outras. A partir das preferências das agências, às quais as celebridades estão vinculadas, serão atribuídas funções aos embaixadores, cujas atividades em geral são realizadas ou supervisionadas pelas agências, ou pelos chefes de Estado. Com base nisto, a estratégia da ONU está relacionada com a representação que as celebridades podem apresentar, já que elas já apresentam os holofotes. Uma situação em que isso se aplica diz respeito a temas de difícil encaixe em interesses humanos, que acabam ganhando visibilidade quando defendidos por uma celebridade. Assim, as celebridades moldadas pela mídia e pela percepção popular, por meio da ampliação de sua imagem, têm desempenhado um papel significativo na formação da realidade social, especialmente nas esferas das relações internacionais e em certos debates relacionados aos Direitos Humanos.

Em relação à participação, a celebridade nomeada de Embaixadora da Boa Vontade, deve apresentar compromisso e capacidade na ajuda para mobilização do público para desencadear o interesse por parte da população a respeito do assunto. Eles devem estar cientes a respeito de suas atividades, objetivos e metas dentro da agência ao qual foram designados para aplicar suas capacidades conforme o necessário.

Um conceito de semelhante modo importante para este trabalho é o termo celebridade cinematográfica. A celebridade consiste em uma figura pública, em que o indivíduo detentor desfruta de fama e atenção pública. A palavra celebridade vem do latim *celebritas*, que significa “grande público”. Elas podem ser entendidas como figuras públicas que ocupam um espaço de visibilidade na mídia e são construídas, principalmente, através do discurso (Simões, 2009, p. 75).

Para uma celebridade alcançar o patamar de ser chamado para exercer o cargo de embaixador, é necessário que este possua amplas habilidades de comunicação, um sentido de missão e alcance global. Mas, além disso, as celebridades devem se inserir no mundo das relações internacionais e estabelecer relações com autoridades estatais (Rodrigues; Eduarda, 2016, p. 18).

A atuação das celebridades no âmbito da ONU será moldada através dos termos de diretrizes para a designação de Embaixadores da Boa Vontade e Mensageiros da Paz. Esses

termos são semelhantes para todas as agências do sistema ONU, por meio dos quais ficam explícitos a definição do termo e o critério de seleção, a designação, o papel dos Embaixadores e dos Mensageiros da Paz, condições de serviço, sua relevância na comunicação e informação e, por fim, a terminação, ou seja, quando é necessário o “desligamento” do embaixador da organização.

A designação dos embaixadores só pode ser realizada pelos chefes de gabinete da Agência, Fundos ou Programas das Nações Unidas, porém os chefes devem notificar ao Secretário-geral sobre sua intenção antes de oficializar com a celebridade. Nesta notificação deve conter uma explicação a respeito do raciocínio sobre tal nomeação, aos embaixadores ocorre um recebimento de uma Carta de Designação emitida pelos chefes de sua Agência, Fundos ou Programa da ONU, em que os termos serão definidos.

A respeito da conduta dos escolhidos para o cargo de embaixador cabe: preservar a neutralidade e autonomia da instituição e, da mesma maneira, evitar comportamentos que possam prejudicar, de algum modo, a reputação da entidade. Devem exercer a discrição em todos os assuntos relacionados ao desempenho individual das funções empregadas por eles no âmbito da organização. Devem também renunciar a atividades incompatíveis com os princípios e valores da ONU.

O período de atuação de uma celebridade como embaixador é estabelecido para dois anos, contudo esse prazo pode ser renovado por meio de um acordo mútuo entre as partes. Estes não receberam salário, pois se trata de um trabalho voluntário, sendo concedido às celebridades apenas viagens e ajuda de custos nestas viagens, isso se estiver viajando em nome da organização. O fim das atividades exercidas pelo embaixador deve ter como base a opinião do chefe da agência, ao qual está ligado. E podendo ser encerrada a designação caso a celebridade não apresentar capacidade para concluir o papel acordado nos termos ou se este se envolver em atividades incompatíveis com as normas e valores da ONU. O que mostra o quão alinhadas devem ser a relação entre a celebridade e a ONU, e o quanto o histórico, comportamento e interesse dessa celebridade influência na sua presença no cargo de embaixador.

1.2 O RELACIONAMENTO ENTRE CELEBRIDADE E A ONU: TRAZENDO A CONCEITUAÇÃO DA ONU E A IMPORTÂNCIA DA ATUAÇÃO DA CELEBRIDADE

A Organização das Nações Unidas (ONU) se trata de um agente de grande importância quando falamos da participação de celebridades no meio das relações internacionais. Esta é uma organização intergovernamental que surge com o objetivo de promover a cooperação

internacional. A ONU se caracteriza como uma organização de amplitude global e com propósitos que abrangem todo o globo, nas mais variadas áreas como política, segurança, economia e cultura (Salvador, 2017).

A partir de sua criação em 1945, a ONU e as agências inseridas no seu sistema, se tornaram elementos de extrema importância para as relações internacionais. Já que esta foi criada para a garantia da paz e ordem internacional. Partindo de um ponto de vista construtivista, Jennifer Grubert (2016), aborda que a ONU não apresenta poderio material para coagir os Estados, todavia a ONU se torna um espaço para criação e disseminação de novas ideias, normas e valores que geram efeitos significativos no mundo. Concluindo que a ONU apresenta uma autonomia significativa que permite criar efeitos no âmbito internacional, de modo relativamente independente dos Estados.

A ONU está inserida em um complexo conjunto de instituições que conduzem as relações internacionais. Contudo, sua relevância está atrelada ao posicionamento prevalecente que ocupa nos meios de comunicação em massa, ao se comparar com outras organizações internacionais (Bertrand, 1995).

A própria ONU vai tratar dessa relação entre celebridades cinematográficas e a ONU, relatando que as celebridades têm a capacidade de falar diretamente com aqueles que podem realmente mudar as coisas, ser famoso permite acesso a pessoas que possuem poder, poder este que pode solucionar a causa defendida. De semelhante modo, podem angariar fundos por meio de sua imagem. Um aspecto importante, é que a ONU apresenta subdivisões em agências, o que faz com que a celebridade escolhida entre em determinada agência com base em sua conexão e familiaridade com a causa defendida.

O primeiro caso em que a ONU passou a utilizar o cargo de Embaixador da Boa Vontade de forma oficial para promover suas missões, foi em 1954, com o ator Danny Kaye. Durante um período de 33 anos ele exerceu o cargo pela UNICEF, e a partir dele muitas outras celebridades foram convidadas a assumirem a posição de embaixador. Segundo o site brasil.un.org (2016) “Atualmente, mais de 200 pessoas, no âmbito global, detém o título de Embaixador das Nações Unidas”.

Um dos nomes mais conhecidos ao tratarmos do assunto Embaixadores da Boa Vontade na atualidade se trata de Angelina Jolie, a atriz atuou como enviada especial do ACNUR e legalmente conhecida como “Embaixadora Angelina Jolie” sendo também tratada como “Sua Excelência Angelina Jolie”, reconhecimento que poucas celebridades adquiriram. A atriz além de apresentar excelente importância no meio cinematográfico, dedicou anos para ajudar causas humanitárias que necessitavam de seu apoio. A atriz vencedora do Oscar viajou para vários

países devastados pela guerra com a ONU e usou sua plataforma pública para tentar encontrar maneiras de ajudar. Ao se tornar enviada especial da ONU, Angelina Jolie começou a visitar campos de refugiados e realizar doações financeiras ao ACNUR.

Ao tratarmos de sua trajetória como atriz, sempre se mostrou uma ativista ao tratar dos direitos humanos. Ela tornou-se Embaixadora da Boa Vontade do Alto Comissário das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR) e posteriormente promovida para o cargo de enviada especial. Sua vida pessoal reflete isso, de modo que em suas missões como embaixadora e imersa na realidade dos refugiados a atriz decidiu adotar seus filhos, e constantemente combatia o fim da violência infantil e das mulheres em áreas de conflito.

A ação de nomeação de celebridades a cargos de embaixadores busca gerar atenção global e nacional para temas como saúde, educação, mudanças climáticas, sustentabilidade, combate à fome, refugiados, entre outros. Contudo, as celebridades para serem convidadas ao cargo, devem apresentar requisitos como: conhecimento do tema, notoriedade, disponibilidade, carisma e oratória.

Uma exemplificação, de uma atuação no campo político por parte de uma celebridade, temos a atuação de Taylor Swift, cantora norte-americana, que nas eleições de 2018, demonstrou-se contra o partido republicano, a cantora até então não demonstrava publicamente sua opinião política, contudo ao comentar publicamente que as falas do candidato eram contra os seus princípios Taylor gerou uma movimentação em relação à participação nas eleições, ela utilizou de sua visibilidade para engajar que seu público votasse, aumentando o número de eleitores, principalmente jovens, nos Estados Unidos nesse período, pois no país o voto não é obrigatório³.

Outro caso a se mencionar, é a respeito de Leonardo DiCaprio, que se mostrou engajado em divulgar questões climáticas, principalmente sobre o aquecimento global. Em um determinado evento a estrela alertou aos presentes no evento sobre a realidade climática do mundo, tratando a questão do “Eu finjo para viver”, onde afirmava ser parte da realidade das celebridades ignorar a existência de problemas climáticos⁴. Em seu discurso apresentou aproximadamente 2 milhões de telespectadores, muito mais do que o número de telespectadores de um discurso público comum de um primeiro-ministro, por exemplo.

³Taylor Swift ajuda a aumentar registro de eleitores nos EUA ao endossar candidatos. G1.GLOBO, 9 out. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/10/09/taylor-swift-ajuda-a-aumentar-registro-de-eleitores-nos-eua-ao-endossar-candidatos.ghtml>. Acesso em: 15 set. 2024.

⁴O discurso ecologista de Leonardo DiCaprio no Oscar: “O planeta não é algo garantido”. **ELPAIS**, 29 fev. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/02/29/cultura/1456729824_971862.html. Acesso em: 30 set. 2024.

Tais exemplos, servem para realizarmos uma análise de como fica essa relação entre celebridades e a ONU e como se dá o funcionamento destas exercendo o cargo de embaixador. Quando uma celebridade se posiciona em prol de uma causa, muitos devem se perguntar o que ela sabe sobre o assunto. A celebridade apresenta um índice de visibilidade altíssimo, mas um fato importante é que essa visibilidade está atrelada às suas atuações em Hollywood, a sua vida pessoal, a sua trajetória durante a carreira. E tais aspectos refletem nesse questionamento a respeito da capacidade de uma celebridade defender uma causa com base se ela é detentora da informação a respeito ou não.

Isso nos leva a outro aspecto: a escolha da ONU, a organização não seleciona celebridades aleatoriamente, nem o fato de apresentar maior número de seguidores, é seu maior critério. Para a colaboração ser benéfica, a ONU parte muitas vezes da conexão existente entre a celebridade e causa, essa conexão pode se dar por papéis representados por essa celebridade em que a atuação e o enredo do filme traz aspectos da causa, assim como pelas atividades ativistas em sua vida pessoal, postagens em redes sociais ou até o caso mais simples em que a própria celebridade antes de receber cargo já utiliza de suas redes sociais para a conscientização.

Em uma entrevista, Maher Nasser (2015), o chefe da Divisão de Divulgação da ONU em Nova York, ao ser questionado sobre como funciona a seleção de embaixadores disse: "Não escolhemos alguém apenas por ser famoso e conseguir atrair atenção. Também precisamos ver, por vários anos, um comprometimento e envolvimento com a questão." Muito desse relacionamento entre celebridades e a ONU se baseia que não há como fingir que uma celebridade é um especialista, a modo geral o perfil de uma celebridade é visto como uma mercadoria, de modo que ela é moldada para gerar a conscientização, mostrando um problema, trazendo possíveis soluções e solicitando doações (Flitton, 2015).

Quando tratamos dessa relação, existe um risco, pois se a adição de uma celebridade a uma causa não for bem trabalhada, pode se desenvolver o apego à celebridade, o que desencadeia uma visão de que a solução para o problema da causa defendida é algo simples, o que de fato não é, e com isso o público alvo pode enxergar como uma situação de que pequenas soluções pontuais resolvem todo o contexto em que a causa está inserida. Alguns especialistas chamam tal situação de "ajuda glamourosa" como o economista Dambisa Moyo (2009) em seu livro *"Dead Aid: Why Aid Is Not Working and How There Is a Better Way for Africa"*. Trata-se de uma romantização da situação, em que a causa é vista de forma glamourosa. De modo que, são divulgadas fotografias bem elaboradas de celebridades simpaticizando com a massa populacional carente nos países mais necessitados de ajuda humanitária (Flitton, 2015).

Ao tratarmos sobre celebridades e sua escolha para o cargo de embaixador, temos a explicação de três *status* explicada por Chris Rojek (2008), referentes a celebridades, estes *status* são: conferida, adquirida e atribuída. O primeiro diz respeito a celebridades que têm seu *status* com base em linhagem de sangue. O segundo a celebridade tem o *status* por meio de suas competências individuais como talento e habilidades. O terceiro a celebridade tem o *status* com base a exposição atribuída. Tais *status* estão diretamente relacionados com a ascensão de uma celebridade e fazem parte, de certo modo, dos critérios para a escolha da celebridade (Celidonio, 2016, p. 66).

Contudo, além da ascensão, a sua queda e decadência devem ser semelhantemente analisadas. O meio midiático em que as celebridades estão inseridas tiram proveito da figura pública até onde lhes for favorável. Quando falamos sobre ascensão e queda de uma figura pública, estamos analisando o contexto que muito provavelmente vai delimitar sua trajetória como embaixador. E sabemos que esses dois aspectos são controlados pelas grandes mídias e pelos representantes destas celebridades.

Em seu artigo, Jennifer Grubert (2016), tratando de como a imagem de uma celebridade e a ascensão e queda estão relacionadas aborda: A imortalização da imagem da celebridade vem exatamente da personificação do desejo abstrato: a partir do momento em que ela é elevada ao *status* de celebridade e é internalizada na cultura popular, seu rosto público ganha a eternidade e assim constitui um modelo que será reciclado e reutilizado, já que suas formas já são conhecidas pelo público. Por isso, entende-se que a decadência de uma celebridade é orquestrada para que ela atinja a imortalidade mítica. Tão lucrativa quanto a exposição da vida de uma celebridade é sua morte.

Robinson (2000) realizou um estudo sobre o impacto que as mídias têm na tomada de decisões, tratando-se principalmente de temas humanitários. Para Robinson, a influência da mídia nessas questões só ocorrerá se em algum dado momento existir incerteza política sobre o tema e se somado a isso a cobertura do tema enfatizar de alguma forma o sofrimento humano. Porém, Robinson também afirma que se o responsável pela tomada de decisão estiver ciente e convicto politicamente, neste caso a mídia não terá muito papel de influenciar a decisão, mas apenas “inflamar” a opinião pública a respeito. Importante ressaltar que além da representação feita por chefes administrativos da ONU, podem existir outras formas em que a ONU pode propagar suas ideologias e normas para a sociedade internacional e os Estados, um exemplo disso são as organizações de mídias, que é considerado um veículo de propagação de suas ideias. A relação entre ONU e organizações globais de mídias apresenta grande relevância, pois trata da imagem que a organização terá no meio internacional, e conseqüentemente para a

relação entre ONU e celebridades funcionar ambas devem estar imprescindivelmente bem representadas pela mídia. Por isso, quando falamos de celebridades é necessário conceituar a mídia devido ao fato de serem complementares.

Um aspecto a ser analisado é a escolha feminina para o cargo de embaixadora, cargo que tradicionalmente é ocupado por homens, contudo, nos anos mais recentes a ONU tem buscado inserir muitas mulheres nos cargos de embaixadora. Como já foi mencionado, existem características específicas que levam a escolha de uma determinada celebridade, como: se apresenta um histórico como ativista humanitário e se suas redes sociais já refletem um engajamento em prol de causas. Muitas vezes o discurso do embaixador é reflexo de sua personalidade, de seu modo pessoal e está enraizado na vida da celebridade. Ao tratar-se da perspectiva da visão da celebridade, estas buscam por exercer maior progresso no seu conhecimento e experiência individual, analisam como uma forma de fazer a diferença em prol de uma causa.

Com a globalização e o mundo interligado em várias esferas como a política, social, comunicativa e econômica, o conceito de interdependência se torna a abordagem mais apropriada para entender as relações internacionais de maneira mais complexa, pois propõe soluções globais com uma ampliação da agenda internacional e envolvimento de diversos atores internacionais, levando em consideração que a "[...] fragilização da soberania e autonomia do Estado, novas possibilidades políticas, sociais e comerciais surgiram nas relações internacionais e novas formas de cooperação podem ser estabelecidas" (Bedin, 2001). Principalmente com o aumento da participação de novos atores internacionais.

O aumento das celebridades em cargos de embaixadores da ONU, desafiam os pressupostos das abordagens tradicionais, o que em outras palavras significa que a figura do Estado não será a única unidade do sistema internacional. O Estado irá manter sua força em seu espaço de atuação no cenário internacional, contudo a disseminação de forças de interesse difusas, que desempenham pressão significativa nos Estados, além disso, outros atores acabam desempenhando papel de destaque frente ao Estado, porém sendo incapaz de substituí-lo. Com base nisto, é possível perceber uma mudança na maneira como as decisões são recebidas e como os atores exercem pressão no processo de decisão (Monbiot, 2004, p. 232).

O impacto das ONGs, especialmente em relação aos países, têm uma influência direta no fenômeno abordado nesta pesquisa: a celebridade. Para pressionar os Estados, essas organizações frequentemente recorrem à conscientização da opinião pública, que, por sua vez, tende a impactar as decisões dos políticos, além de se engajar em ações diretas, realizando iniciativas locais com o objetivo de alcançar os governos e as empresas envolvidas nas questões

em pauta. Diante disso, é evidente que as ONGs surgem como novos protagonistas no cenário internacional, participando ativamente das relações entre países e influenciando tanto os Estados quanto às Organizações Internacionais na formulação de tratados e na tomada de decisões sobre questões globais.

É fundamental que a mídia forneça suporte a esses atores internacionais para que possam realizar suas atividades. Através desses canais, a comunidade internacional toma conhecimento do trabalho realizado por essas entidades. Em outras palavras, são os meios de comunicação de massa que permitem que as ONGs apresentem suas formas de atuação e façam denúncias. Assim, as ONGs consideram a mobilização da mídia como uma ferramenta indispensável para que suas ações alcancem os objetivos desejados. Sem a cobertura da mídia, seria desafiador estabelecer uma conexão entre as ONGs e a sociedade internacional na luta por várias causas (Celidonio, 2016, p. 30-31).

Atualmente, não existe um acordo claro acerca da influência do indivíduo como protagonista nas Relações Internacionais, e a definição de ator – seja como novo ou emergente – carece de apoio nas doutrinas contemporâneas. De toda forma, está se tornando cada vez mais evidente que alguns indivíduos têm desempenhado um papel significativo no contexto político internacional. O estudo da celebridade enquanto ator das relações internacionais se torna significativo e constitui o foco deste estudo. A análise desse fenômeno, especialmente em relação à sua interação com os meios de comunicação de massa, a opinião pública, a política internacional e os diversos agentes do cenário global, será o que definirá sua aptidão para ser reconhecida como um autêntico protagonista nas relações internacionais.

A estratégia de promover imagens favoráveis por meio de ações de *Soft Power* tem sido uma constante ao longo da história, mas suas maneiras de manifestação mudaram significativamente nos últimos tempos. Com a democratização que ocorreu em diversos países ao redor do mundo, a influência sobre a opinião pública internacional assumiu uma nova perspectiva. A noção de que "informação é poder" deixou de se restringir apenas ao governo e agora se estende também ao conjunto de cidadãos que detêm algum grau de poder, influenciando assim cada nação a ser atingida.

Os progressos tecnológicos atuais resultaram em uma significativa redução nos custos de processamento e transmissão de informações, levando a uma explosão de dados circulando pelo sistema global. Essa abundância de informações tem causado dificuldades para o público em decidir onde concentrar sua atenção, tornando-se o foco principal das estratégias de *Soft Power*, consequentemente, o público tornou-se mais cauteloso e sensível diante de propagandas governamentais, uma vez que a credibilidade destas pode ser facilmente questionada diante da

vasta quantidade de materiais informativos disponíveis. Os governos, impactados por esse cenário, passaram a competir não apenas entre si, mas também com uma variedade de outras fontes, como meios de comunicação, empresas, organizações não-governamentais e indivíduos porta-vozes de ideias, como as celebridades que utilizam do *Soft Power* para propagar informação.

Gary Whannel (2006) cunhou o conceito de vortextualidade, explicando como o encantamento pode ser empregado para influenciar a audiência. Ele analisa a origem desse fenômeno, sugerindo que tenha surgido devido ao “[...] aumento na diversidade de meios de comunicação e ao significativo aumento na velocidade de circulação da informação, que se combinaram para gerar um efeito semelhante a um vórtice” (Whannel, 2006, p. 65-71). O autor descreve a interconexão entre diferentes meios de comunicação, que se alimentam mutuamente. Na era eletrônica e da troca de informações digitais, a velocidade desse processo é tão rápida que torna difícil para um meio discutir qualquer assunto que não seja o tema atual. Dessa forma, são inevitavelmente atraídos para debater um determinado tópico, como se fossem sugados por um redemoinho. “Ora, uma vez uma celebridade endossando uma causa, se usa do fascínio tratado por Whannel (2006), e com o apoio dos meios de comunicação, estaria influenciando na definição de temas a serem discutidos na agenda mundial.”

Ao abordar a celebridade na esfera política, David Marsh (2010) sugere que não existem muitas abordagens de como proceder para investigar esses efeitos, já que ativistas e partidos veem nas celebridades líderes e seus seguidores estariam muito mais atentos ao indivíduo em si e ao seu produto. Dessa forma, as celebridades poderiam ter uma grande influência na política, uma vez que a sua voz receberia atenção do público de forma avassaladora e poderia eliminar as perspectivas de outros interlocutores menos famosos ou sem fama. Em contrapartida, Inthon e Street tentam uma abordagem diferente, estudando a maneira pela qual jovens tendem a enxergar políticos como profissionais adultos apresentando as características de velho, sério, rico e masculino e sendo intimidados pelo governo, acreditavam no apoio de celebridades como uma alternativa para decidir seus votos, se afastando do caráter formal da política (Marsh; Hart, 2010, p. 322-340).

E esses diferentes tipos de celebridades como chefs famosos, artistas de TV, astros de Hollywood, estrelas da música e atletas, podem apoiar causas das mais diversas sendo políticos ou não, e oferecem ao público um conjunto complexo de relações e perspectivas de identificação através de uma interação parassocial, ou seja, a criação de uma conexão íntima, reproduz um efeito relacional que pode levar a um fato de interesse comum aos dois pólos da

relação artista-público, embora este fluxo seja principalmente comunicação unilateral e mesmo que o fato não, seja socialmente positivo.

Tomando como exemplo, a atriz Angelina Jolie e analisando sua imagem, em um cenário específico que foi durante seu término de relacionamento com o ator Billy Bob Thornton, onde a atriz atraiu olhares de todas as mídias devido à mudança de seu visual e a nova estética e comportamento adquirido por ela. Contudo, no mesmo ano a atriz publicou um artigo no jornal Washington Post sobre a crise em Darfur⁵, com isso realizou um reposicionamento de sua imagem e deu início a sua atuação como Embaixadora da Boa Vontade do Alto Comissário das Nações Unidas para Refugiados.

O envolvimento de celebridades na política internacional e em causas sociais gera informações, estimula discussões e até resultados. Da mesma forma, o poder das notícias políticas sobre como consumir informação torna-se o mesmo que consumir a vida de celebridades. Os meios de comunicação social diversificaram radicalmente as suas fontes de notícias e o seu mercado de notícias de entretenimento, cada vez mais competitivo, influencia a forma como a opinião pública e a política internacional são moldadas. O que costumava ser noticiado na CNN ou na BBC⁶ agora também é apresentado nos chamados programas de notícias leves.

As celebridades enfrentam hoje problemas mais profundos, porque mesmo que sejam boas em chamar a atenção para um problema, isso não significa automaticamente que haverá muito apoio à ação de forma direta, e também porque não é assim que a política funciona na esfera global. Independentemente da solução para um problema, como o aquecimento global ou a crise de Darfur, exige não só boa vontade, mas também vontade de incorrer em custos significativos. E mesmo que se obtenha o efeito de promover uma causa defendida por uma celebridade nos meios de comunicação social, não há garantia de que haverá um consenso sobre a melhor forma de resolver o mesmo problema.

Por fim, o envolvimento de uma celebridade pode gerar desconfiança, já que seu papel pode interferir no trabalho da elite política, podendo ser levada mais em consideração que os próprios políticos frente a assuntos de maior peso no Estado. Se celebridades estão crescendo em influência, isso significa que mais especialistas em política externa tradicionais estão sendo deixados em segundo plano. Há uma linha fina entre o ativismo e a justa indignação, e a

⁵WASHINGTON POST. Sexual violence is rife in war zones. We must take action. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2019/04/22/sexual-violence-is-rife-war-zones-we-must-take-action/>. Acesso em: 20 set. 2024.

⁶ Cable News Network (CNN), British Broadcasting Corporation (BBC).

celebridade que cruzar essa linha, agindo como um diplomata, pode correr o risco de bater de frente com o Estado e seus interesses.

É possível ser através da indústria do entretenimento que uma celebridade cinematográfica, isoladamente, consiga fazer alguma pressão internacional. Nos anos 40, a investigação na área de comunicação sofre uma transformação e começa a analisar o público-alvo, além da estrutura das mensagens, visando influenciar. Estes estudos percebiam que a informação veiculada pela mídia não seria facilmente aceita pelas pessoas, devido a diferentes filtros psicológicos de cada indivíduo (Wolf, 2006, p. 28). Com base nesse entendimento, começou-se a argumentar que a influência da mídia não se daria pela manipulação, e sim pela persuasão. Dessa forma, é viável alcançar resultados significativos através da persuasão legítima, contudo é necessário que essas mensagens sejam devidamente adaptadas à diversidade de aspectos individuais de quem as recebe.

Uma celebridade quando exerce sua influência para propagar um discurso, não está manipulando, mas sim trazendo pautas que necessitam de visibilidade. Um discurso feito por uma celebridade em prol de uma causa humanitária será vista como mais uma variável em meio a muitas outras que um indivíduo pode receber e utilizar para formular opiniões.

Deste modo, se compreende que por meio de discursos, de celebridades embaixadoras, é possível realizar um certo nível de pressão internacional. A possibilidade de se ter diferentes meios de propagação de causas, vindas de indivíduos não convencionais no ramo, como as celebridades cinematográficas, possibilita a causa ultrapassar fronteiras estatais. Ora, as celebridades possibilitam o maior alcance da causa humanitária, que conseqüentemente traz a participação populacional, e gera uma mudança comportamental por parte dos indivíduos buscando a solidariedade.

Com base nas argumentações anteriormente trazidas, é comum o desenvolvimento do questionamento de se realmente o público se preocupa com problemas humanitários ligados às relações internacionais e se verdadeiramente as celebridades embaixadoras conseguem estimular a participação desse público.

Compondo todos os argumentos anteriormente apresentados, a capacidade de transmitir informação para um público com base na sua própria interpretação de forma notável, é necessário saber utilizar as ferramentas corretas, neste caso o *Soft Power* é a ferramenta ideal, contudo sua eficácia para gerar uma influência no público, só será útil se a celebridade, se tratando do por voz, souber utilizar e não conflitar com o ideal a ser promovido pela causa.

A celebridade apresenta a capacidade, de certa forma, de mexer com o imaginário e cria uma utopia de se sentir livre das opressões cotidianas. E desta forma é importante que a imagem

dessa celebridade se solidifique no imaginário do público alvo. A escolha acertada de uma celebridade para atuar como embaixadora pode trazer resultados altamente significativos para campanhas de causas humanitárias. Porém, é importante ressaltar que, embora os recursos advindos de patrocínios ou da participação em ações humanitárias possam representar atrativos ganhos indiretos para essas celebridades. Vincular sua imagem a uma causa também pode trazer riscos que devem ser cuidadosamente avaliados, assim sendo, a dinâmica comercial que envolve figuras do universo cinematográfico, por exemplo, vai além de sua produção artística. Através da sua atuação em filmes, sua imagem, seu estilo de vida, seus costumes sociais, suas posturas e suas crenças, tudo isso pode se transformar em uma mercadoria que pode ser explorada pelas organizações para atrair o público consumidor do conteúdo dessas celebridades para engajarem em causas humanitárias.

Com base nas argumentações anteriores é notório que a participação de celebridades na política, especialmente em defesa de causas humanitárias e ambientais, não é uma novidade e não representa uma nova tendência social. Se torna possível observar e evidenciar como as celebridades atuam como agentes nas Relações Internacionais, exercendo sua influência como diplomatas e como esta atuação dissemina a luta por causas humanitárias. Contudo, tal atuação feita pelas celebridades não ocorreria se estas não utilizassem da ferramenta chamada *Soft Power*. Ao longo do texto serão trabalhados os conceitos de *Soft Power* e como ela se tornou ferramenta tão poderosa quando utilizada por celebridades cinematográficas.

2 EXPLORANDO A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA DO SOFT POWER RELACIONANDO COM A INFLUÊNCIA DAS CELEBRIDADES

A expressão *Soft Power*, ou poder brando, foi definida pelo professor norte-americano Joseph S. Nye na década de 80, para descrever uma forma mais sutil de exercer o poder político e cultural. Além do *Soft Power*, Joseph Nye também é conhecido por formular os conceitos de *Hard Power*⁷ e *Smart Power*⁸, trazendo, assim, uma perspectiva contrastante em relação ao ponto de vista do *Soft Power*.

O conceito de *Soft Power* ganhou destaque no começo do ano de 1990, pouco depois do lançamento do livro de Nye, intitulado "*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*". Este trabalho, juntamente com "O Paradoxo do Poder Americano" e "*Soft Power: The Means to Success in World Politics*", este último sendo o livro base para este capítulo, ambos publicados após os eventos de 11 de setembro nos Estados Unidos, evidencia a eficácia desse tipo de poder.

No conceito de Nye, “poder brando”⁹ é a habilidade de influenciar os outros a fazer o que você deseja pela atração em vez de coerção. O poder coercitivo seria a ostentação militar e sanções econômicas, classificados por Nye de “poder bruto”, enquanto a identidade cultural, ideológica e política comporiam o “poder brando” (Nye, 2004, p. 2).

2.1 SOFT POWER: CONCEITO E SURGIMENTO

Para entender adequadamente o que seria esse poder brando é fundamental que o conceito de poder esteja bem definido. Ao consultarmos o dicionário, encontramos os seguintes significados para a palavra "poder": (1) ter autorização ou permissão para...; (2) ter a possibilidade de...; (3) ter capacidade de...; (4) ter calma ou paciência...; (5) ter a oportunidade de...; (6) ter motivação para...; (7) dispor de autoridade moral...; (8) conseguir controlar ou dominar...; (9) ser suficientemente forte para...; (10) ter autoridade para tomar uma decisão...; (11) demonstrar força de vontade para...; e (12) exercer influência sobre (Miranda, 2020, p. 13).

De acordo com Joseph Nye, o poder brando consiste na capacidade de influenciar os outros a realizarem o que se deseja, sem recorrer ao uso da força bruta, como a força militar,

⁷ O Hard Power é o tipo de poder que é considerado mais “perceptível”, porque está ligado diretamente às ações que podem ser percebidas de forma mais clara.

⁸ Smart Power tem como definição mostrar que a capacidade de combinação do Hard Power com o Soft Power resulta em estratégias vencedoras. A tradução mais utilizada para este termo é “Poder inteligente”.

⁹ Poder Brando também chamado de Soft Power.

por exemplo. Em outras palavras, o poder brando refere-se à conquista de objetivos e vantagens por meio de aspectos da identidade cultural e outros elementos ideológicos.

Segundo a teoria do *Soft Power*, Nye argumenta que seria uma forma alternativa de os Estados exercerem influência sobre outros, sem recorrer diretamente à coercitividade, através de abordagens mais suaves, sem o uso de violência, intimidação ou intervenção econômica em outros países.

O uso do *Soft Power* se faz de extrema valia, pois segundo a definição de Joseph Nye (2004), utilizar o poder é implementar que outros indivíduos busquem aquilo que você quer que eles busquem.¹⁰ Em outras palavras, seria uma forma de direcionar o comportamento dos outros, levando esses indivíduos a crerem que buscam e necessitam. Com base nisso, Miranda define que:

O *Soft Power* é tão importante pois é uma arma sedutora, que busca atrair o outro e não o obrigar a algo, assim fazendo-o acreditar que quer aquilo, através dos seus desejos e não pelo medo. Esse tipo de poder para funcionar e atingir o objetivo, deve ser atrativo, criando assim inúmeras oportunidades (Miranda, 2020, p. 15).

Joseph Nye, enfatiza um ponto fundamental que não pode ser despercebido para o sucesso na aplicação do poder brando: ele não deve ser a única forma de influência. Tanto o poder brando quanto o *Hard Power* devem ser empregados de maneira conjunta, conforme a necessidade que surgir. Ao utilizar adequadamente os dois tipos de poder, surge o que ele denominou de *Smart Power*, um poder autêntico e significativo. Quando o *Hard Power* e o *Soft Power* operam em harmonia, o Estado se torna mais proeminente no cenário global. Em outras palavras, quanto mais robusto e eficaz for o *Smart Power*, maior será a relevância desse Estado ou ator dentro do sistema internacional.

Pode-se afirmar que o núcleo central do *Soft Power* reside nas semelhanças ideológicas e políticas entre os povos, pois por meio delas, a aproximação cultural se torna mais facilitada, ou seja, os princípios políticos, como a valorização da democracia e das liberdades individuais, são observados como fatores que atraem outras nações que adotam políticas parecidas.

A cultura é vista como um dos principais fatores que influenciam os Estados, especialmente aqueles que possuem políticas, ideologias e componentes culturais mais atraentes. Principalmente no cenário globalizado, onde a rápida e quase instantânea propagação de informações é uma constante. Com base nessas informações, é importante compreender que os países emergentes têm um maior potencial de disseminar seu poder brando através da informação global, e isso precisa ser feito com muito cuidado. Pois a cultura, os princípios

¹⁰ “Soft power rests on the ability to shape de preference of others”(Nye, 2004, p. 5).

políticos e a política externa de cada nação podem influenciar de maneira positiva e negativa, ao considerarmos a utilização do *Soft Power*.

É, portanto importante que quem difunde este poder compreenda que os valores transmitidos devem ser tão amplos e completos quanto possível, e assim poder obter um número de indivíduos, o que não seria possível com uma difusão de políticas e culturas que eram muito sólidas.

Nye enfatiza a importância de compreender que, para que o Poder Brando alcance os resultados esperados, é fundamental considerar que “*the effectiveness of any produces of any power depends on the context*” ¹¹(Nye, 2004, p. 12). Portanto, é evidente que a influência e os efeitos podem variar significativamente entre os diferentes países.

Nye sustenta que as produções de Hollywood, o cinema mais rentável do planeta, seguem a lógica da indústria cultural. Segundo ele, quando o governo dos Estados Unidos se dá conta de que essa abordagem pode servir como um atrativo, começa a usar essas produções como uma ferramenta política e ideológica. O cinema dos Estados Unidos começou a adotar o *Branding*¹² como ferramenta de análise para alcançar de forma mais eficaz suas metas. É nesse contexto que é criado o *Office for Inter-American Affairs* (OCIAA), cuja função é fomentar a cooperação americana nas áreas política e econômica. Essa promoção ocorria, em grande medida, por meio do *Soft Power*, utilizando personalidades públicas de renome mundial, incluindo cineastas, atrizes e pensadores.

A influência exercida pelos Estados Unidos e assimilada por diversas culturas evidencia a importância desses elementos na afirmação de posição no cenário internacional. As nações começam a se deixar cativar pelo que era promovido pelos americanos, sentindo uma crescente necessidade de adotar a cultura dos EUA.

No mesmo âmbito da credibilidade como forma de poder brando, é crucial reconhecer que, em tempos anteriores, a política se resumia a uma disputa sobre qual exército ou economia triunfaria. Contudo, na era da globalização e da disseminação acelerada de informações, a verdadeira competição política se transforma em uma batalha para determinar qual narrativa é a mais convincente, caracterizando-se como uma rivalidade no terreno do poder brando.¹³

¹¹ “a eficácia de qualquer produto de qualquer potência depende do contexto”

¹² O Branding é a construção, gerenciamento e manutenção da imagem de determinada marca, que tem como objetivo estimular emoções e criar vínculos entre o cliente e a marca. Nesse sentido, atrelado ao conceito de American Way of Life, esse recurso é utilizado para produzir uma sensação de ligação entre as pessoas de outros países e o estilo de vida pregado pelos americanos.

¹³ NYE, Joseph S. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**. Nova Iorque, 2004

Joseph Nye criou a expressão "*Soft Power*" (poder brando) em seu livro "*Bound to Lead – the changing nature of american power*". Na época, muitos acadêmicos apontavam o declínio da hegemonia americana, conforme apontado por Paul Kennedy, e a população americana acreditava que o país estava perdendo espaço na economia para o Japão e a Europa (Alemanha). Nye defendeu que tal declinismo era um equívoco. Os Estados Unidos lideravam o mundo militarmente, econômicos e em uma terceira dimensão, que ele denominou de "poder brando" (Gueraldi, 2006, p. 66).

Poder brando refere-se à capacidade de obter o que se deseja através de meios pacíficos, em vez de força ou pagamento de subornos. Essa capacidade de atrair é fruto da cultura, dos princípios e das políticas implementadas por uma nação. Quando tais políticas são percebidas como legítimas por outros, o poder brando é exaltado. Quando você conquista a admiração dos outros e faz com que eles desejem o que você deseja, não é necessário recorrer à força física ou econômica para atingir suas metas. Direitos Humanos, democracia e oportunidades individuais são valores muito sedutores.

Durante mais de uma década, a expressão "poder brando" foi frequentemente empregada nos meios de comunicação, no setor editorial e na comunidade acadêmica global. Para desapontamento de Nye, seu termo foi empregado de forma excessivamente trivial e a influência americana se limitou à Coca-Cola, Hollywood, jeans e ao culto ao capitalista do dinheiro. Segundo o escritor, o que o deixou ainda mais frustrado foi ver políticos envolvidos em corrupção. Eles desconsideravam a relevância do poder brando americano, resultando em perdas e punições desnecessárias para o país e a sociedade como um todo.

Diante da necessidade de aprofundar o conceito e evitar que a opinião pública e acadêmica utilizem o termo "poder brando" de forma equivocada, Nye publicou em 2004 o livro "*Soft Power – The Means To Success In World Politics*". Neste, o escritor sustenta que o ataque contra o Iraque, em março de 2003, foi uma demonstração da derrota do poder brando americano como o da vitória do poder bruto dos Estados Unidos. Nye declara que alcançar a paz é mais desafiador do que alcançar a vitória na guerra. E o poder brando é fundamental para se vencer a paz.¹⁴

Nye (2004) cita o argumento de Joseph Joffe (1997, p. 38), afirmando que, ao contrário dos séculos anteriores, em que a guerra desempenhava um papel central como solucionadora

¹⁴ Para quem acha ilusório vencer sem armas e que tais argumentos de poder brando são inócuos, vale lembrar o histórico de Joseph S. Nye, Jr. Ele se destacou lecionando disciplina de Segurança Internacional em Harvard e foi integrante do governo como conselheiro do departamento de defesa do presidente Bill Clinton. Para Nye, o "poder esperto" não é nem o brando, nem o bruto. É a combinação de ambos.

de conflitos, atualmente os tipos mais fascinantes de poder não estão relacionados à força militar. Segundo Joffê, é muito mais vantajoso “fazer com que os outros desejem o que você deseja”. Isso se relaciona à atração cultural e ideológica, ao estabelecimento de pautas e à habilidade de oferecer altos valores em troca de colaboração, como ocorre na imensidão e na complexidade do mercado dos Estados Unidos.

Nye (2004) sugere que a essência do poder passou por transformações. Antigamente, Maquiavel afirmava que era preferível ser temido do que amado. No entanto, segundo Nye, o ideal nos dias de hoje é uma mescla dos dois aspectos.

Nye menciona que o conceito de poder brando já foi referenciado como “a face alternativa do poder” e está relacionado à ideia de moldar a agenda política global e conquistar a cooperação de outras nações dentro do sistema internacional. Nye destaca o conceito de poder brando como a capacidade de influenciar as preferências alheias, de modo que elas passem a desejar aquilo que você almeja. Por exemplo, as nações democráticas utilizam uma mescla de indução e atração para alcançar seus objetivos. Essas características fazem com que as políticas implementadas sejam percebidas como legítimas e possuam uma base de autoridade moral. No entanto, Nye ressalta que o poder brando vai além da simples influência; ele também envolve a atração.

Nye estabelece uma comparação intrigante ao relacionar o conceito de poder brando com a famosa mão invisível do mercado descrita por Adam Smith (1759). O poder brando é uma força intangível de atração que nos persuade a alinhar nossos valores com os de outrem ao tomarmos decisões, sem que haja uma pressão econômica ou uma ameaça explícita. O autor discute os espectros do comportamento e as fontes de poder, evidenciando que o poder de comando se manifesta na capacidade de alterar os desejos alheios por meio de coercitividade ou indução. Por outro lado, o poder de cooptação refere-se à habilidade de influenciar os anseios dos outros através da atração, seja por meio da cultura, de valores ideológicos ou da destreza em manipular a agenda política, a ponto de fazer com que esses indivíduos não consigam expressar suas verdadeiras preferências por parecerem irrealis.

Nye cita exemplos do poder brando dos Estados Unidos, como o Plano Marshall, na Europa, a política da boa vizinhança, na América Latina, os intercâmbios culturais com alunos do mundo todo por iniciativa do senador Fulbrighth, na década de 1950, e a inspiração de sonhos e desejos de milhares de pessoas devido às imagens propagadas pelo cinema e pela televisão (Nye, 2004, p.48).

Nye sustenta que várias nações, ao utilizarem o poder brando, apresentam uma influência política que supera suas próprias capacidades econômicas e militares. Isso se deve à

adoção de abordagens atrativas, como a oferta de assistência econômica a países em situação desfavorecida e a promoção de incentivos à paz (Nye, 2004, p.9).

No livro *“Soft Power: The Means to Success in World Politics”*, Joseph Nye aponta que existem três fontes fundamentais de poder brando: (1) a cultura, ou a capacidade de atração cultural; (2) os valores políticos, que podem ser tanto internos quanto externos; e (3) a política externa, percebida como legítima e dotada de autoridade moral (Nye, 2004, p. 11). A cultura refere-se ao conjunto de valores e práticas que conferem significado a uma sociedade. Segundo a análise de Nye, a cultura universalista dos Estados Unidos faz com que sua capacidade de influência seja maior que suas fronteiras militares (Nye, 2004, p. 31).

Nye (2004) chama a atenção para os limites do poder brando e declara que sua importância é inquestionável e a probabilidade de sucesso é maior onde o poder é distribuído, como nas democracias, por exemplo, em comparação com os regimes autoritários. Ademais, numa sociedade liberal, o governo não pode, e não deve, controlar a cultura. Isso significa que as fontes de poder brando não são exclusivas do governo.

Nye vai além da exploração do poder brando pelos estados, o que implica que até mesmo os políticos (pessoas físicas) poderão se beneficiar, pois se transformarão em competidores por atração, legitimidade e credibilidade (Nye, 2004, p. 31-32). Nye, argumentava que a habilidade de dividir informação e de ser acreditado será uma importante fonte de atratividade e poder num futuro breve.

A cultura é uma fonte significativa de poder brando e está relacionada à educação, aos estudos, à cultura, valores, política, instituições, teatros, cinemas, academias, esportes e assim por diante. Nye destaca que a atração e o poder brando que emergiram dos contatos culturais entre as elites após a Segunda Guerra Mundial tiveram relevantes contribuições para o sucesso dos objetivos políticos dos Estados Unidos (Nye, 2004, p. 46).

A política externa é outra fonte de poder brando, possivelmente a mais evidente no cenário internacional, por isso é tão importante que seja pesquisada academicamente. Conforme Nye (2004), cada nação busca seus interesses nacionais através da política internacional. O poder brando é a capacidade de países sem ameaças ou pagamentos, o seu êxito depende em grande parte de como o país que os acolhe se comporta e como pretende utilizar seu poder brando para definir seus próprios objetivos.

2.2 CINEMA COMO ESTRATÉGIA DE SOFT POWER: UTILIZANDO CELEBRIDADES CINEMATOGRAFICAS

Joseph Nye analisa também, com menos rigor, o poder brando de outros atores estatais e não-estatais. O *Soft Power*, um conceito frequentemente usado neste estudo, tem uma característica fundamental para sua análise: ao contrário do Hard Power anteriormente mencionado, este tipo de poder não está limitado ao Estado, podendo ser exercido por qualquer entidade internacional. Ele emprega estratégias ideológicas, sociais e culturais capazes de atrair e cativar aquele que se está querendo influenciar. Os conceitos anteriormente mencionados a respeito do *Soft Power* serviram como base para serem analisadas a presença do *Soft Power* no cargo de embaixador da ONU exercido pelas celebridades.

Quando abordamos a cultura no âmbito da diplomacia pública, especialmente como um recurso de política internacional, o conceito de Soft Power proposto por Joseph Nye destaca-se pela importância da legitimação promovida pela cultura internacional e pelas ações de uma nação. Nesse sentido, as nações têm utilizado o cinema como ferramentas de Soft Power, o que sem dúvida se configura como um objetivo dentro de suas estratégias de política externa.

Evitando as bases de uma cultura que se mostra pouco ativa, caminhamos em direção a uma cultura atual, em que a indústria de Hollywood, por meio do *Soft Power*, evidenciou seu posicionamento e crescimento sobre outros países. E a partir disso, observamos um outro aspecto em que o *Soft Power* não é apenas utilizado nas produções cinematográficas, mas pelas celebridades que saem das telas para discursar.

Um caso notável de uma celebridade utilizando o *Soft Power*, é quando está se tornando um ícone global consegue expressar de forma sutil ao público um modo de agir ou pensar, por exemplo, quando esta consegue promover a cultura americana no exterior, através de atuações em filmes, músicas e acontecimentos políticos. E o público receptor passa a ter uma percepção positiva ou negativa sobre determinado assunto, com base no direcionamento que a celebridade proporciona ao transmitir informação. Assim, a celebridade não apenas gera entretenimento, mas serve como propagadora de assuntos das relações internacionais, auxiliando no interesse do público para questões politicamente importantes. Com base neste aspecto, o *Soft Power* é visto como ferramenta eficaz, pelo fato de que as organizações buscam o recebimento e aceitação da informação propagada, visando atingir de forma ampla o público.

Buscando analisar o uso do cinema como estratégia de *Soft Power* através das celebridades cinematográficas, é perceptível que ao se analisar as diferenças do hard para o *Soft Power* percebemos que: o *Soft Power* não enfatiza a possibilidade de guerra, mas sim a possibilidade de cooperação; não o poder militar, mas o poder das ideias. Assim, a união entre *Soft Power* e celebridades consiste no poder de um para influenciar os outros através de suas

atravidades, como a sua fama, reconhecimento, imagem ou até mesmo o fato de almejam a vida da celebridade.

Produções cinematográficas reconhecidas mundialmente, especialmente as de Hollywood, vão além do simples entretenimento, elas também moldam uma representação cultural que pode afetar a percepção que outros países têm dos Estados Unidos, por exemplo. Essa influência abrange questões como os direitos humanos, assim de forma sutil questões de política internacional são enfatizadas nas histórias contadas nas telas. Com o tempo, essa relação entre cinema e *Soft Power* se externaliza, com personalidades do setor de entretenimento aproveitando sua notoriedade para destacar temas globais, como direitos humanos, saúde e educação, não transmitindo valores através de personagens em filmes, mas sim na vida real utilizando sua própria imagem e apresentando um lugar para discurso por meio do apoio da ONU, que torna suas vozes proeminentes ao se tratar de causas humanitárias e políticas.

A diplomacia pública consiste em um conjunto de estratégias que um país emprega para comunicar e moldar a percepção da opinião pública em outras nações. Enquanto a diplomacia tradicional que se concentra nas interações entre governos e instituições. A diplomacia pública tem como objetivo alcançar diretamente a população, empregando diversas ferramentas, incluindo a mídia, a cultura, cinema e as celebridades.

O paradoxo do excesso aborda que, embora a abundância de recursos e informações possa ser considerada um benefício, ela também impõe desafios consideráveis para quem deseja moldar a opinião pública ou impactar a política internacional. Pois em um cenário com abundância de informação a capacidade de influenciar ou persuadir pode diminuir, pois a tendência é que os indivíduos com excesso de informação fiquem sobrecarregados e consequentemente céticos e seletivos com as informações que irão absorver. Tal situação mostra o porquê de selecionar celebridades de respeito e visibilidade tem se tornado uma opção para as organizações que buscam divulgar suas causas.

Nye discute o conceito de "diplomacia pública" e o "paradoxo do excesso", onde quanto mais informações disponíveis, maior a falta de atenção. Isso se assemelha à situação pós-globalização, em que as pessoas se encontram imersas em um oceano de informações, porém sedentas por conhecimento. Nye critica a falta de foco e defende que quem conseguir identificar o que é relevante, terá vantagem na era da informação.

Neste cenário, a credibilidade se transforma em um poder sutil e já observamos governos agindo para estabelecer e abalar a credibilidade. Nye declara que anteriormente, a política era uma disputa para determinar qual exército ou economia ganhava (poder bruto). Na

era da informação, a disputa política é para determinar qual versão da história é a mais convincente, uma batalha no contexto do poder. A reputação sempre importou na política internacional, mas ganhou relevância devido ao “paradoxo do excesso” (Nye, 2004, p. 107).

Nye adverte contra o equívoco de considerar o poder brando como um problema de imagem, relações-públicas e popularidade passageira. Poder brando é um poder associado aos métodos para alcançar um resultado esperado. Ao desconsiderar a relevância da atratividade para outros países, há um custo (Nye, 2004, p. 129). Ao perder credibilidade e legitimidade perante outros países, a política externa gera atitudes de desconfiança que diminuem sua influência (Nye, 2004, p.130).

Nye argumenta que o poder brando não se refere à popularidade passageira, mas sim a teorias de liderança inovadoras e a uma nova realidade na era da informação. Assim ele reforça que o poder bruto é importante para conquistar resultados desejados, entretanto, para tratar de temas como crime, mudanças climáticas, disseminação de doenças contagiosas, e terrorismo internacional, por exemplo, não se pode usar somente as armas. O poder brando é essencial para buscar cooperação multilateral e resolver problemas conhecidos como os malefícios da globalização (Nye, 2004, p. 137). Ele aborda que quem focar unidimensionalmente num jogo com três dimensões, vai perder.

Desde a Primeira Guerra Mundial os Estados Unidos já percebiam potencial político nas produções cinematográficas de Hollywood. A influência das produções de Hollywood era tão marcante no período pós-Primeira Guerra Mundial, que investidores do Wall Street passaram a apoiar financeiramente diversas indústrias do entretenimento. “Um dos principais pontos que explicam o sucesso das produções cinematográficas dos EUA ao redor do mundo é a fácil transmissão das ideias para o telespectador” (Rodrigues, 2018, p. 26).

Hollywood, continua sendo um importante instrumento de *Soft Power* para os EUA, como afirma Rodrigues (2015):

É preciso reconhecer que Hollywood transmite um compromisso permanente com um conjunto de valores e crenças: individualismo, capitalismo, liberalismo e democracia. É essa característica que faz de Hollywood uma ferramenta de *Soft Power* tão importante para os EUA (Rodrigues, 2015, p. 49).

Todo o sucesso das produções Hollywoodianas ao redor do mundo se dá por meio das negociações, dos planejamentos, e das estratégias de produção, porém existe um elemento principal dentro da indústria do entretenimento, a celebridade. A celebridade se torna ferramenta usada pela ONU para propagar causas por meio do *Soft Power*.

Tratar a respeito das celebridades como propagadoras do *Soft Power* é tão importante. No cenário atual, inundado de informações a todo instante e com a globalização unindo indivíduos e nações, a representação e o respeito que a sociedade tem pelas celebridades podem contribuir para a mudança de realidades. Ações em favor de causas anteriormente negligenciadas pelos governos podem se tornar prioridade, e os dois principais fatores para isso são o suporte popular dado a essas celebridades e a capacidade de exercer influência que elas possuem, a partir do momento que utilizem o *Soft Power* como ferramenta.

3 A ENTRADA E SAÍDA DE ANGELINA JOLIE NA ONU, SERVINDO COMO EMBAIXADORA DA BOA VONTADE NO ACNUR

Angelina Jolie é uma figura emblemática para análise do conceito de *Soft Power* no contexto das celebridades cinematográficas. Sua influência perpassa o mundo do entretenimento, atuando como uma defensora ativa de causas humanitárias e direitos humanos.

Por meio de sua atuação no Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR) e suas atuações pessoais, por ser uma celebridade ativista. A atriz demonstra a capacidade que celebridades apresentam para mobilizar a opinião pública e motivar a realização de ações sociais.

A escolha da atriz para agregar à análise do estudo, se dá devido a sua capacidade de atrair atenção e gerar empatia em torno de assuntos de crises humanitárias, mostrando a eficácia do *Soft Power*, mostrando como a persuasão e a visibilidade se tornam ferramentas preferíveis em vez da coerção. Deste modo, a presença de Angelina Jolie valoriza o discurso a respeito da presença de celebridades exercendo cargos de Embaixador da Boa Vontade da ONU e reafirma que o papel do *Soft Power* como ferramenta para o discurso é importante para as relações internacionais.

3.1 QUEM É ANGELINA JOLIE E PORQUE ENTREGAR A ELA O CARGO DE EMBAIXADORA?

Angelina Jolie Voight, nasceu em 4 de junho de 1975 em Los Angeles. É filha de Jon Voight e Marcheline Bertrand, também atores, e seu irmão James Haven Voight também seguiu carreira no cinema. Ela teve uma adolescência complicada, sofrendo com transtornos psicológicos e alimentares, além do abuso de drogas. Angelina Jolie teve um relacionamento amoroso com o ator Brad Pitt, com quem tem seis filhos, três biológicos e três adotivos. O casamento com Pitt durou 14 anos, em 2016 eles se divorciaram. O primeiro filme que a atriz participou foi *Lookin' to Get Out* (1982), quando tinha 7 anos, depois ficou muitos anos sem se envolver com cinema, realizando o primeiro filme relevante em 1993, *Cyborg 2*. Jolie conquistou um Oscar (2000), dois Prêmios *Screen Actors Guild* e três Prêmios Globo de Ouro.

A atriz é uma figura proeminente da cultura americana, teve seu primeiro envolvimento com questões humanitárias no ano 2000, durante a filmagem do longa-metragem de aventura *Lara Croft: Tomb Raider*. A atriz teve seu compromisso com as crises humanitárias acentuado após uma viagem ao Camboja, onde ela relatou que “meus olhos começaram a abrir” ao tomar

conhecimento do sofrimento enfrentado pela população daquele país, marcado pela guerra (TIME, 2016). Esse importante episódio motivou a atriz a buscar, ainda naquele ano, o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), a entidade incumbida de coordenar e implementar ações globais para proteger e assistir pessoas deslocadas em todo o mundo.

Conforme o ACNUR, Angelina Jolie contactou a agência demonstrando seu interesse em compreender mais as iniciativas humanitárias destinadas aos refugiados. A partir de 2001, ela visitou diversos campos de refugiados em locais como Serra Leoa, Camboja e Paquistão, a atriz durante essas visitas se compromete a arcar com todos os custos de suas missões e vivenciando as mesmas condições de trabalho e vida precárias que a equipe de campo do ACNUR. Durante o período de visita, a atriz demonstrou sua preocupação com as condições de vida dos refugiados, afirmando: "Não podemos nos fechar à informação e ignorar que milhões de pessoas estão sofrendo lá fora. Eu realmente quero ajudar. Não vejo motivo para me sentir diferente dos outros. Acredito que todos almejamos justiça e igualdade, a oportunidade de ter uma vida que faça sentido. Todos gostaríamos de pensar que, se estivéssemos em uma situação difícil, alguém estaria disposto a nos ajudar" (ACNUR, 2001).

Após esse primeiro impacto com as causas humanitárias, Angelina Jolie inspirou-se a compor uma série de diários a respeito de suas missões na África. Em agosto de 2001, Angelina Jolie foi formalmente designada como Embaixadora da Boa Vontade do ACNUR, recebendo reconhecimento por seu trabalho voluntário em prol dos refugiados. No discurso proferido pelo Alto Comissário do ACNUR na época, Mr. Ruud Lubbers, durante a cerimônia em Genebra, foi destacado que a atriz poderia "contribuir para que a voz dos refugiados seja ouvida, muitos dos quais permanecem nas sombras de tragédias ignoradas, é um motivo de orgulho tê-la como parte da família ACNUR." Além disso, sua atuação como Embaixadora da Boa Vontade visava educar o público sobre a realidade dos refugiados e os desafios que enfrentam na busca por reconstruir suas vidas (ACNUR, 2001).

Segundo Cooper (2008), à primeira vista, Angelina Jolie implantou sua beleza como ímã de atenção, seja em Hollywood ou na arena dos negócios públicos. Seus discursos também ultrapassaram as barreiras de gerações, pois conseguiu atrair tanto a atenção daqueles que já se interessavam pela problemática dos refugiados como também daqueles que não acreditavam ou reconheciam muito a atuação da ONU.

Angelina Jolie foi um importante instrumento definidor para o termo celebridade diplomata, como aponta Cooper (2008). Ela promoveu sua fama ao se envolver em questões políticas do mais alto nível, desde participar do Fórum Econômico Mundial, em Davos, no ano

de 2006, a sentar-se em um painel de discussão na Iniciativa Global de Clinton, em 2007, e se encontrar com o presidente do Paquistão, em 2005. Ainda, segundo Cooper (2008, p.34) “ela não reluta em emitir diretrizes sobre o que acha ser certo e errado sobre questões globais”. Além disso, Jolie mostrou que a atuação de celebridades diplomatas no cenário internacional ganhou destaque nos últimos anos, e consequentemente, tem se tornando um importante instrumento diplomático, enquanto tem se tornado mais frequente vermos tais celebridades se inserindo no cenário político, buscando promover mudanças em diferentes áreas.

Durante o ano de 2005, a atriz lançou o Centro Nacional para Crianças Refugiadas e Imigrantes, uma organização que presta assistência jurídica gratuita a jovens solicitantes de refúgio nos EUA. Ao discursar, Jolie mostrou a sua preocupação acerca do cenário no qual as crianças refugiadas se encontravam ao terem que enfrentar sozinhas o sistema legal americano. No ano seguinte, Jolie criou o *Education Partnership for Children of Conflict* (EPCC), em parceria com Gene Sperling, fundador do Centro para Educação Universal, buscando financiar programas de educação para crianças afetadas por conflitos. Jolie e Sperling lançaram oficialmente a parceria em 2007, durante a Iniciativa Global de Clinton, anunciando o compromisso de 19 organizações de renome mundial para educar mais de um milhão de crianças afetadas por conflitos em 15 países.

Posteriormente, Jolie e seu atual ex-marido, Brad Pitt, criaram a Fundação Jolie-Pitt, para aumentar o alcance de suas ações filantrópicas pelo mundo. Para dar início ao projeto, o casal doou cerca de 1 milhão de dólares aos Médicos Sem Fronteiras e ao *Global Action for Children*. Através de sua Fundação, o casal também doou 333 mil dólares para o *SOS Children's Villages*, uma organização que se dedica a cuidar de crianças órfãs e crianças abandonadas (TEIXEIRA, 2017).

3.2 SUA ENTRADA NO ACNUR E SEU DESEMPENHO COMO EMBAIXADORA

No ano de 2007, Angelina Jolie tornou-se membro influente no Conselho de Relações Exteriores dos Estados Unidos e desde então financiou vários relatórios especiais para o Conselho (UNHCR, 2016). Posteriormente, em 2012, o Alto Comissário da ONU para os Refugiados, António Guterres, reconheceu os anos de extraordinário serviço prestado por Jolie para a agência, e em seguida ela foi nomeada como Enviada Especial. Exercendo esse novo cargo, ela se concentrou em crises de grande escala que resultaram em um deslocamento de população em massa, realizando a defesa e representando o ACNUR. A atriz também buscou ter papel ativo nas decisões a respeito das questões de deslocamento global. O ACNUR também

relata que “[...] através deste trabalho, ela ajudou a contribuir para o processo vital de encontrar soluções para as pessoas forçadas a fugir de suas casas” (ACNUR, 2012).

Em abril de 2012, Jolie em visita ao Equador em sua primeira missão como Enviada Especial teve como objetivo avaliar a situação nas áreas urbanas e rurais para refugiados da Colômbia, onde quase 50 anos de conflito deixaram cerca de 4 milhões de pessoas internamente deslocadas. Ao se encontrar com o Ministro das Relações Exteriores da época, Ricardo Patiño, para discutir a situação da proteção dos refugiados no Equador, Jolie pediu ao ministro para garantir que o governo do Equador mantivesse a sua longa história de proteção dos refugiados e que as pessoas que necessitam de proteção pudessem ter acesso aos seus direitos.

Atuando como Embaixadora da Boa Vontade do ACNUR, Jolie visitou mais de 40 campos de refugiados ao redor do mundo e “[...] tornou-se uma especialista sobre o fenômeno dos deslocamentos forçados, assim como uma defensora incansável dos refugiados e outros deslocados” (ACNUR, 2012).

Angelina utilizou sua fama para dar visibilidade às causas e problemas enfrentados por refugiados e deslocados forçados. Em relação a sua atuação, a atriz teve um papel importante em campanhas de arrecadação de fundos e de conscientização, realizando declarações públicas e participando de documentários, entrevistas e eventos para sensibilizar a comunidade internacional sobre a necessidade urgente de soluções para a crise dos refugiados.

A sua imagem e carreira renomada permitiam a ela sensibilizar a massa populacional e apresentar o desejo de engajar nas causas divulgadas por ela. Além disso, Angelina Jolie se mostrava verdadeiramente consciente do assunto, o que demonstrava e passava segurança a respeito do que se estava falando.

Jolie buscou estar sempre atenta em assuntos políticos ligados ao acolhimento de refugiados. Realizando apelos públicos a líderes governamentais, e também trabalhando em conjunto com várias entidades internacionais, como a ONU, visando pressionar por políticas que realmente protegem e dão assistência a indivíduos deslocados.

Em discurso a respeito da luta pelos direitos dos refugiados, Angelina Jolie abordou: “Os refugiados não querem ser beneficiários passivos de ajuda, eles querem soluções políticas. Basicamente, eles querem saber quando é que podem regressar a casa” (Jolie, 2015).

Angelina Jolie, durante sua trajetória, além de realizar atividades humanitárias, buscou se dedicar a aumentar a conscientização sobre crises humanitárias através de filmes e documentários. Entre suas obras destacam-se *"A Mighty Heart"* (2007), que narra o sequestro e a morte do repórter Daniel Pearl, e *"First They Killed My Father"* (2017), uma produção que ela também dirigiu e co-produziu.

Iniciando-se em 2001, com o recebimento do título de Embaixadora da Boa Vontade, até sua ascensão a Embaixadora Especial em 2012, Angelina Jolie tem se destacado como uma das personalidades mais influentes nas iniciativas do ACNUR.

Ao exercer o cargo, a atriz realizava diálogos diretos com líderes mundiais e organizações internacionais para discutir o papel das políticas globais a respeito da crise dos refugiados. Angelina Jolie buscou fazer apelos públicos induzindo que os governos se comprometam de fato com ações concretas em relação a crises humanitárias, como a crise dos refugiados sírios e a perseguição de rohingyas em Myanmar.

Em 2014, Jolie lançou a campanha *Draw Me To Safety com War Child UK*, juntamente com Stella McCartney, para ajudar crianças em perigo em países devastados pela guerra. A atriz abordava em entrevistas que se tratava de um enorme desafio persuadir pessoas de que os problemas defendidos pelas causas realmente podiam ser solucionadas e que se podia mudar a situação, pois relatava o fato de as pessoas se acostumarem com as situações precárias.

Outro aspecto importante, diz respeito à participação feminina no cenário político internacional, a presença de celebridades femininas para lutar em prol de causas é importante para garantir os direitos das mesmas, já que o ambiente político é bem masculino. Contudo, mulheres como Angelina Jolie, Emma Watson e Nicole Kidman têm realizado, ao longo de suas trajetórias na ONU, papéis fundamentais.

Em seu discurso sobre meninas refugiadas no Angelina Jolie Brasil, a atriz contou suas experiências no campo com refugiados, trazendo a história de duas meninas sírias refugiadas, a atriz ao abordar o quão difícil era a realidade dessas garotas refletia a respeito de a situação dos refugiados ser tratada como uma única massa de pessoas e um fardo, o não permite enxergar que nesse grupo existem diversos homens, mulheres e crianças com suas diferentes origens.

Existem milhões de jovens refugiados com energia, vontade e compromisso de estudar e trabalhar, que querem contribuir para as sociedades que os acolhem e ajudar a reconstruir seus países de origem. Há milhões de pais deslocados que fariam sacrifícios inimagináveis para ajudar seus filhos frequentar a escola.

Em um de seus artigos para CNN, Jolie aborda que para reconstruir um país não é somente necessário acordos e resoluções de paz, mas também diversos boletins escolares, exames aprovados e empregos, que ocorrem a partir das assistências das organizações não governamentais e que são divulgadas pelas celebridades.

Desta forma, afinal, pensei, é como você reconstrói um país: não com acordos e resoluções de paz, tão necessários como esses, mas com milhões de boletins escolares, exames aprovados, qualificações obtidas, empregos adquiridos e jovens vidas com um bom propósito, em vez de passar definhando nos campos. O ACNUR está solicitando que as crianças refugiadas tenham acesso a um currículo adequado durante todo o

ensino fundamental e médio, para que possam obter qualificações reconhecidas e ter uma chance de educação superior (Jolie, 2018).

Em uma de suas missões na Síria, a atriz trata da mudança de comportamento dos refugiados e que em cada visita dela, percebia o aumento na falta de esperança dos refugiados em relação à melhora da situação e da qualidade de vida. Ela visitava um mesmo local diversas vezes, grande parte do motivo de sua habilidade como Embaixadora da Boa Vontade, se dá devido a sua empatia, pois não só divulgava a causa, mas se colocava em contato direto com os refugiados.

Além de realizar os discursos, ela escrevia artigos durante as missões relatando os detalhes que via enquanto estava lá. Enquanto estava na Síria, Jolie relatou a respeito da presença ou falta de ajuda durante o conflito por outras potências:

Vimos inúmeras imagens de crianças sírias asfixiadas por gás, mutiladas por estilhaços, afogadas nas margens da Europa ou – enquanto escrevo – morrendo de frio na província de Idlib, na Síria. Nada disso foi suficiente para anular a brutal indiferença das forças e interesses concorrentes que contribuem para a destruição da Síria. Longe de curar as feridas da Síria, a resposta de algumas potências externas foi infligir mais ferimentos, sujando suas mãos de sangue no processo. Outros países se concentraram na luta contra o terrorismo ou no esforço de ajuda humanitária, enquanto a própria guerra sangrou cada vez mais ferozmente (TIME, 2020).

Um aspecto que gera insatisfação da atriz enquanto trabalhava como Embaixadora da Boa Vontade era que leis que proibiam as atrocidades durante a guerra como morte de civis, bombardeamento de hospitais e estupro; tratados de proibição ataques químicos; o pacto de Responsabilidade de Proteger assinado pelos Estados-membros da ONU; os poderes do Conselho de Segurança para agir para impedir um conflito, acabam sendo mal utilizados ou não utilizados durante o conflito sírio.

Em 16 de dezembro de 2022, após 21 anos exercendo o cargo no ACNUR, Angelina Jolie renuncia ao cargo. Argumentando que desejava atuar na área de forma mais direta com os refugiados. Com o passar dos anos e tendo realizado vários trabalhos como Embaixadora da Boa Vontade, aos poucos a atriz foi se desligando do cargo, tal acontecimento não foi de forma abrupta e ela não deixou de atuar na área. Contudo, Jolie desejava ajudar as causas humanitárias de outra forma que possibilitasse ela evoluir.

Angelina Jolie declarou que com o passar do tempo, sua participação na estrutura do ACNUR havia se tornado limitada, e que ela desejava atuar de forma mais autônoma, interagindo diretamente com os indivíduos impactados pelas crises, ao invés de permanecer ativamente conectada à organização institucional.

Angelina Jolie obteve grande reconhecimento pelo seu trabalho no ACNUR, recebendo vários prêmios e honrarias por suas ações humanitárias, como o Prêmio *Jean Hersholt*

Humanitarian Award, concedido pelo Oscar Awards em 2013. E atualmente sua jornada nas causas humanitárias apresenta foco em lutar contra a violência sexual em locais de conflito, lutar pelos direitos das mulheres e crianças e pelas crianças vítimas de locais em conflitos. Se desligando do ACNUR a atriz adquiriu mais autonomia e tem escrito artigos, dado entrevistas, criando projetos, além de suas visitas aos locais e de utilizar suas redes sociais para propagar causas humanitárias.

3.3 A IMPORTÂNCIA E O IMPACTO DA SUA ATUAÇÃO COMO EMBAIXADORA DA ONU

O propósito de algumas celebridades que exercem o cargo de embaixadores da ONU, como Angelina Jolie, é a defesa humanitária. Isso engloba o acompanhamento e elaboração de relatórios sobre a maneira como os países tratam questões de direitos humanos, a pressão sobre os infratores, auxílio jurídico e colaboração na elaboração de mecanismos para prevenir a violação desses direitos.

A sua dedicação, empenho e resolução em auxiliar os refugiados, conscientizar o público mundial sobre a causa que defende e, simultaneamente, fazer lobby¹⁵ para conseguir ajuda internacional, se transformaram em sua paixão e ela estabelece altos padrões de conduta.

Portanto, além de perseguir metas pessoais e reconhecimento, a atriz se dedica a causas humanitárias. Além disso, sua vida pessoal demonstra seu comprometimento pessoal. Um exemplo disso é seu primeiro filho adotivo, Maddox, que é originário do Camboja, país onde já construiu uma residência, estabeleceu um refúgio para a vida selvagem e obteve cidadania através de um decreto real. O segundo filho dela, Zahara, é originário da Etiópia. Em seguida, em 2007, ela adotou Pax, um garoto de apenas três anos, procedente do Vietnã.

Outro aspecto de sua vida pessoal que reflete o seu potencial como uma celebridade que sabe utilizar o *Soft Power* para propagar discursos, foi quando a atriz realizou uma dupla mastectomia, como forma de prevenção ao câncer de mama. Após divulgar publicamente o ocorrido e falar da importância do cuidado a respeito, ela impulsionou um número elevado de mulheres em busca de testes e centros médicos para se prevenir do câncer, de modo semelhante a Jolie. Pesquisadores estudaram 21 clínicas e centros genéticos regionais e constataram que havia 4.847 referências para o teste entre junho e julho de 2013, ante 1.981 no mesmo período de 2012 (Routers, 2014).

¹⁵O lobby é a comunicação oral ou escrita com uma autoridade pública para influenciar decisões políticas, administrativas e, principalmente, legislativas.

Neste período, as manchetes de jornais tratavam do assunto com “O Efeito Angelina Jolie”, pois o fato dela falar sobre e a forma como ela fala, faz com que o público que a acompanha se engaje no assunto ou queira fazer o mesmo. E tal efeito ocorre em diversos cenários em que a atriz estava envolvida, incluindo seu período como Embaixadora da Boa Vontade do ACNUR.

Angelina Jolie, se tornou um exemplo do sucesso do *Soft Power* por meio de celebridades cinematográficas, pois mostra que com a soma da visibilidade com o poder do discurso do *Soft Power*, é possível fazer uma massa populacional pensar, agir e buscar igual aquele que propaga o discurso. A atriz movimentava as causas por apresentar um grande e vasto público que a seguia e almejava ser como ela, querendo investir, divulgar e até fazer o mesmo que ela, em relação a causas humanitárias.

Os Embaixadores da Boa Vontade, especificamente Angelina Jolie, são peças estratégicas na difusão de ideias e valores da ONU devido ao seu caráter público. Nesse sentido, as ONGs utilizam diversos meios para a propagação de suas causas, ou seja, para alterar as perspectivas globais em prol de sua ideologia. E, dessa maneira, essas organizações buscam criar um poder de ação, através da introdução das celebridades, para proteção dos direitos humanos.

4 CONCLUSÃO

A realização dessa pesquisa possibilitou a compreensão e análise da atuação das Celebidades Cinematográficas, especificamente Angelina Jolie, no cenário político internacional por meio do cargo concedido pela ONU como Embaixador da Boa Vontade. Inicialmente foi possível perceber que a ONU, caracteriza-se como uma organização de amplitude global buscando difundir ideias e valores. De modo que como uma organização, ela não resiste ao passar do tempo se não possuir as habilidades de adaptação às novas realidades, o que motivou a organização a buscar celebridades do ramo cinematográfico para discursar e propagar as suas causas. E esse investimento em novos atores internacionais, evidencia a eficácia de um discurso feito por quem apresenta visibilidade e manuseio do *Soft Power*.

A relação entre a ONU e as celebridades é importante, pois afeta como a instituição será vista e retratada no sistema internacional, e conseqüentemente como a população vai lidar com as informações divulgadas.

Dessa forma, o fato da ONU conseguir se projetar através das mídias a coloca em posição de destaque, e neste quesito, as celebridades são importantes, pois apresentam a representatividade necessária dentro das mídias.

Estudos como estes são relevantes porque possibilitam trazer para o campo das Relações Internacionais um viés de discussão que não é muito comum, como as celebridades cinematográficas como novos atores das RI'S. O que faz dos nomes dos indivíduos da indústria do cinema relevantes nas relações entre a organização e as RI'S.

Quanto às relações de poder de influência política e as Celebidades Cinematográficas, foi possível analisar que, mesmo apresentando pouca chance de influir na decisão, devido à sua credibilidade social e à sua imagem carregar uma grande admiração popular, as Celebidades conseguem fazer com que suas reivindicações sejam ouvidas por aqueles que realmente podem mudar leis, estabelecer acordos de cooperação, e qualquer outra atividade política oficial. Em outras palavras, é perceptível que a atuação das celebridades se dá como função de “inflamar” a opinião pública contra ou a favor de uma decisão específica, independentemente da possível ineficácia do ato.

Outro aspecto importante é a relação mútua envolvendo a ONU e as celebridades, em que ambas podem influenciar uma à outra e também gerar visibilidade uma para a outra. As celebridades com seu poder de disseminar e propagar discursos de causas humanitárias e políticas, buscando criar identidades e interesses, ao mesmo tempo que é influenciada pela política internacional. Além do aspecto da utilização das celebridades como interlocutores,

possibilita algo que antes não era tão visível, o público se identifica estando próximo da causa propaganda, por se sentir próximo da celebridade.

Portanto, é com base nesses termos que a atuação de Angelina Jolie é apresentada ao público, como uma das celebridades em que a atuação apresentou resultados significativos e relevantes, no caso dela, principalmente para causas sobre refugiados.

Assim, as celebridades são elementos estratégicos planejados para promover uma maior receptividade do público em relação aos assuntos e programas da ONU. Isso ocorre devido à aceitação dessas personalidades nos meios de comunicação e mídia, além da sua extensa base de fãs e seguidores.

A importância da Organização das Nações Unidas e suas agências reside na sua interação com as plataformas de mídia. Isto é, a mídia impulsiona as celebridades ao estrelato, enquanto as celebridades, por sua vez, criam temas para a mídia e podem atuar como Embaixadores da Boa Vontade devido a esse estrelato.

As táticas utilizadas pela ONU em que utilizam plataformas midiáticas juntamente com celebridades para promover os princípios e valores da Organização, movimentam a causa. Portanto, essas táticas específicas da ONU certamente provocam algum tipo de comoção no cenário internacional. Portanto, embora o alcance das celebridades não envolva todos os indivíduos, já representa um avanço na propagação e resolução de algumas das dificuldades que as organizações buscam solucionar.

Portanto, a seleção de celebridades como Embaixadoras da Boa Vontade é racional, isto é, elas são analisadas como potenciais disseminadores das ideias da ONU e, em seguida, selecionadas. Assim, a sua escolha será influenciada pelo contexto em que a celebridade se encontra e pelas exigências da organização. Portanto, a seleção de celebridades tem como objetivo principal dar destaque a necessidades específicas (como direitos humanos ou direitos dos refugiados) e promover o debate sobre os temas defendidos por entidades internacionais, como a ONU.

Dessa forma, o trabalho foi elaborado para fornecer apoio e clareza ao tema proposto. Portanto, é essencial compreender os participantes que participam das relações internacionais. Neste estudo, isso implica entender a ONU como um participante significativo na implementação dos direitos humanos nas relações internacionais, algo que também será resultado de suas estratégias particulares, como o uso de meios de comunicação e dos Embaixadores da Boa Vontade para difundir suas ideologias. Somente após essa reflexão teórica e política foi possível abordar a pergunta principal e detalhar a participação das

celebridades nas relações internacionais, como exemplificado pela atuação da atriz Angelina Jolie como Embaixadora da Boa Vontade da ONU.

Contudo, é crucial enfatizar que a atriz é apenas um instrumento nesse processo de batalha pelos direitos humanos. É importante lembrar que há uma plataforma organizacional por trás de suas ações, a ONU. Assim, ela atua como um catalisador de grande visibilidade para impulsionar o assunto no debate global e, simultaneamente, provocar agitação na opinião pública.

REFERÊNCIAS

ACNUR. **Sobre o ACNUR**. Disponível em: <https://www.acnur.org/portugues/>. Acesso em: 6 jan. 2024.

JOLIE, Angelina. A história de duas meninas refugiadas. **Nações Unidas Brasil**, 2018. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2018/08/28/opinions/angelina-jolie-a-tale-of-two-refugee-girls/index.html>. Acesso em: 28 ago. 2024.

EX-ENVIADA Especial de Angelina Jolie. **UNHCR: THE UN REFUGEE AGENCY**. Disponível em: <https://www.acnur.org/portugues/enviada-especial-angelina-jolie/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

BEDIN, Gilmar Antônio. Globalização e suas conseqüências estruturais: potencialidades e desafios. **Revista de Integração Latino-Americana**, [S. l.], ano 1, n. 2. Santa Maria: Pallotti, 2005. p. 85. Acesso em: 11 ago. 2024.

BURITY, Caroline. A influência da mídia nas relações internacionais: um estudo teórico a partir do conceito de diplomacia midiática contemporânea. **Contemporânea**, Paraíba, v. 1, n. 21, ano 2, 2013. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/3349>. Acesso em: 18 maio 2024.

BERTRAND, Maurice. **A ONU**: tradução Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/relacoesinternacionais/article/download/290/278>. Acesso em: 5 ago. 2024.

CELIDONIO, Bruno. **Celebridade Diplomatas**: atuações da indústria do entretenimento no cenário político internacional. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de comunicação social, Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/6718/2/DIS_BRUNO_CELIDONIO_COMPLETO.pdf. Acesso em: 18 maio 2024.

COOPER, A. F.; TURCOTTE, J. F. “Celebrity diplomats as mobilizers? Celebrities and activism in a hypermediated time”. In: BORER, T. A. (ed.). **Media, mobilization and human rights**: mediating suffering. London: Zed Books, 2012 pp.181-204. Disponível em: https://www.academia.edu/28179844/DIPLOMACIA_DAS_CELEBRIDADES_CELBRIDADES_EM_CONJUNTO_COM_A_ONU_POR_CAUSAS_HUMANIT%C3%81RIAS. Acesso em: 20 maio.2024.

DAMBISA, Moyo. Dead aid: Why aid is not working and how there is a better way for Africa. **Global Public Health**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 1-2, nov. 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/38091995_Dead_aid_Why_aid_is_not_working_and_how_there_is_a_better_way_for_Africa. Acesso em:13 jul. 2024

FLITTON, Maher Nasser Daniel. Celebrity diplomacy: Can Nicole Kidman, Angelina Jolie or Leonardo DiCaprio really make a difference?. **The Sydney Morning Herald**, Australia, 22 mar. 2015. Disponível em: <https://www.smh.com.au/opinion/celebrity-diplomacy-can-nicole->

kidman-angelina-jolie-or-leonardo-dicaprio-really-make-a-difference-20150319-1m35fh.html
Acesso em: 13 jul. 2024.

GRUBERT, Jennifer Pereira. **A Agência das celebridades nas relações internacionais da ONU para a formação de opinião pública sobre direitos humanos**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia). Universidade Federal da Grande Dourados -UFGD, MS, 2016. Disponível em: <http://repositorio.ufgd.edu.br/jspui/handle/prefix/3269>. Acesso em: 14 de maio.2024.

GUERALDI, RONALDO. **A Aplicação do conceito de poder brando (soft power) na política externa brasileira**. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Fundação Getúlio Vargas, 2006. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/bitstream/handle/10438/3552/ACFC3.pdf>. Acesso em 11 maio. 2024.

LIMA, Rubia Karla Oliota de; PACHECO, Cristina Carvalho. A cultura de massa como recurso de soft power nas relações internacionais. **Diálogos Internacionais**, [S. l.], v. 11, n. 107, abr. 2024. Disponível em: <https://dialogosinternacionais.com.br/?p=3112>. Acesso em: 11 out. 2024

MARSH, David; T HART, Paul; TINDALL, Karen. Celebrity politics: The politics of the late modernity?. **Political studies review**, [S. l.], v. 8, n. 3, p. 322-340, 2010. Disponível em:https://www.researchgate.net/publication/227376741_Celebrity_Politics_The_Politics_of_the_Late_Modernity.Acesso em: 2 ago. 2024.

MIRANDA, Maria Paim. **The walt disney company e o american way of life: Um Estudo de Caso Baseado em Branding, Cultura e Poder**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Faculdade Damas da Instrução Cristã, Recife, 2020. Disponível em: <https://revistas.faculdadedamas.edu.br/index.php/academico/article/view/1980/1424>. Acesso em 25 set. 2024.

MONBIOT, George. **A era do consenso**. Tradução de Renato Bittencourt. Rio de Janeiro: Record, 2004.

NAÇÕES UNIDAS. **Sobre as Nações Unidas**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br>. Acesso em: 6 jan. 2024.

NYE Jr., S. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**. [S. l.: s. n.], abr. 2004. Disponível em: https://www.academia.edu/28699788/Soft_Power_the_Means_to_Success_in_World_Politics_Joseph_S_Nye_Jr. Acesso em: 17 maio. 2024.

O DISCURSO ecologista de Leonardo DiCaprio no Oscar: “O planeta não é algo garantido”. ELPAIS, 29 fev. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/02/29/cultura/1456729824_971862.html. Acesso em: 30 set.2024.

OLIVEIRA, EDSON BERRIEL. **O uso do cinema como uma estratégia de soft power da política externa indiana no Pós-Guerra Fria**. 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/30788>. Acesso em: 25 de Out de 2024.

OURIVEIS, MAÍRA. Soft Power e indústria cultural: a política externa Norte Americana presente no cotidiano do indivíduo. **Revista Acadêmica de Relações Internacionais**, São Paulo, Edição n. 14, v. 2, 2013 Disponível em: <https://rari.ufsc.br/files/2013/10/RARI-N%C2%B04-Vol.-II-Artigo-7.pdf>. Acesso em: 11 maio.2024.

REUTERS. Taylor Swift ajuda a aumentar registro de eleitores nos EUA ao endossar candidatos. **G1. GLOBO**, 9 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/10/09/taylor-swift-ajuda-a-aumentar-registro-de-eleitores-nos-eua-ao-endossar-candidatos.ghtml>. Acesso em 15 set.2024.

ROBINSON, Piers. The policy-media interaction model: Measuring media power during humanitarian Crisis. **Journal of Peace Research**, [S. l.], v. 37, n. 5, p. 613-633, set. 2000. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/249706330_The_Policy-Media_Interaction_Model_Measuring_Media_Power_during_Humanitarian_Crisis. Acesso em: 7 ago. 2024.

RODRIGUES, Lucas. **Soft Power e economia criativa: a indústria cinematográfica como instrumento de poder brando**. 2015. 90 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Relações Internacionais) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/140581>. Acesso em: 5 out. 2024

RODRIGUES, Maria Eduarda Lacerda. **Celebridades diplomáticas hollywoodianas: sua influência no cenário político internacional na era da comunicação**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Faculdade Damas da Instrução Cristã, Recife, 2018. Disponível em: <https://revistas.faculdaadedamas.edu.br/index.php/academico/article/download/2248/1676> Acesso em: 10 fev. 2024.

SALVADOR, Susana. **ONU: há 63 anos a usar famosos para defender as suas causas**. 2017. Disponível em: <https://www.dn.pt/mundo/interior/onu>. Acesso em: 11 maio 2024.

SIMÕES, Paula Guimarães. A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica. **LOGUS 31: Comunicação e filosofia**, [S. l.], ano 17, 2. Sem. 2009. Disponível em: http://www.logos.uerj.br/PDFS/31/06_logos31_paulasimoes.pdf. Acesso em: 15 jul. 2024.

TEIXEIRA, WANDERSON. Diplomacia das Celebridades e seus efeitos nas Relações Internacionais. **Linkedin**, 25 nov. 2017. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/diplomacia-das-celebridades-e-seus-efeitos-nas-lanzetti-teixeira/?originalSubdomain=pt>. Acesso em: 21 maio 2024.

TIME. **Angelina Jolie: o custo da inação na Síria é muito alto**. Disponível em: Acesso em 15 set. 2024.

UNICEF. **Sobre o UNICEF**. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/sobre-o-unicef>. Acesso em: 15 maio 2024.

WASHINGTON POST. **Sexual violence is rife in war zones. We must take action.** Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2019/04/22/sexual-violence-is-rife-war-zones-we-must-take-action/>. Acesso em; 20 set. 2024.