



**A vida imita a arte? A campanha eleitoral de Volodymyr Zelensky no ambiente político midiaticado<sup>1</sup>**

**Life imitates art? The electoral campaign of Volodymyr Zelensky in the mediatized political environment**

Marcell Machado Marchioro<sup>2</sup>

**Resumo:** A vitória de Volodymyr Zelensky na eleição presidencial ucraniana de 2019 foi atribuída a diferentes aspectos da situação política do país naquele momento e ao fato do candidato, então um comediante popular no país, interpretar um professor de história que se tornou presidente da Ucrânia durante três temporadas da série *Servo do Povo*. Zelensky é mais um exemplo de político-celebridade que soube ler o ambiente social no qual estava inserido e atender aos anseios de eleitores de maneira eficaz. Assim, a presente pesquisa procura demonstrar como a estratégia da campanha de Zelensky à presidência da Ucrânia se beneficiou do ambiente político midiaticado em busca da vitória eleitoral.

**Palavras-chave:** Zelensky; Mídia; Político-celebridade.

**Abstract:** Volodymyr Zelensky's victory in the 2019 Ukrainian presidential election was attributed to different aspects of the country's political situation and the fact that the candidate, then a popular comedian, interpreted a history teacher turned into the country's president during the three seasons of *Servant of the People*. Zelensky is yet another example of a celebrity-politician who was capable of reading the social environment in which he stood and meeting the electorate aspirations in an effective

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Email: marcellmarchioro@gmail.com.



# Anais de Artigos

## IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

---

way. Thus, this research seeks to demonstrate how the strategy of Zelensky's campaign for the presidency of Ukraine benefited from the mediatized political environment in search of electoral victory.

**Keywords:** Zelensky; Midiatization; Celebrity-politician.

Em maio de 2019, o então comediante Volodymyr Zelensky foi eleito presidente da Ucrânia, derrotando o candidato à reeleição Petro Poroshenko. Para entender a vitória eleitoral deste artista que nunca havia ocupado um cargo político fora da ficção é preciso observar três fatores presentes na ex-república soviética naquele ano: o ambiente resultado da revolução de 2014; a onipresença de oligarcas no espaço político e no controle da mídia do país; e a presença de Zelensky na televisão durante três anos, proferindo discursos críticos ao *establishment* político ucraniano através de seu personagem na série *Servo do povo* (tradução nossa): um professor de história chamado Vasyl Holoborodko, que deixa a sala de aula para o cargo de presidente depois que seu discurso anticorrupção viraliza.

Zelensky promoveu uma campanha diferente de seus concorrentes, baseada no contato direto com os ucranianos através das redes sociais e shows que promovia pelo país na companhia de sua trupe cômica. Somam-se a isso suas aparições no canal 1+1, que transmitiu a terceira temporada da série dias antes do primeiro turno. A imagem de Holoborodko na série, enfrentando inúmeros desafios para livrar seu país da corrupção estimula a hipótese de que as três temporadas da série serviram como pré-campanha para Zelensky. A decisão de batizar seu partido com o mesmo nome da série também chama a atenção.

À primeira vista, a ascensão de Zelensky ao poder parece ser mais um caso da vida imitando a arte. Porém, trata-se de um acontecimento relevante também na medida em que parece fazer parte de uma tendência na política mundial nos últimos anos: celebridades, algumas com discurso populista, que são eleitas em repúblicas democráticas. Esse fenômeno, que vai além do caso de Zelensky, poderia ser mais uma



---

manifestação de uma crescente tendência: a midiatização como lógica dominante no ambiente político.

Neste sentido, a presente pesquisa procura demonstrar como a estratégia da campanha de Zelensky à presidência da Ucrânia se beneficiou do ambiente político midiatizado em busca da vitória eleitoral. O estudo possibilitará a compreensão do poder da celebridade no ambiente político contemporâneo e das estratégias de campanha que garantiram a vitória do ex-comediante. Iniciativa essa que se demonstra relevante em um ambiente político cada vez mais influenciado pela lógica da mídia, no qual celebridades são capazes de alcançar o cargo executivo de maior relevância em nações democráticas.

Para alcançar esses objetivos, 29 publicações da imprensa ucraniana e internacional a respeito da campanha eleitoral de Zelensky, publicadas entre outubro de 2018 e outubro de 2019, foram analisadas. Seguindo as orientações para análise qualitativa oferecidas por Saldaña (2013), o conteúdo das matérias e vídeos selecionados foi codificado e categorizado, permitindo a compreensão das estratégias políticas adotadas por Zelensky no processo eleitoral. A seguir, temas como midiatização e a interseção entre celebridade e política serão explorados, culminando na apresentação e discussão dos resultados da análise.

### **1. Midiatização como processo interacional de referência**

Antes de nos aprofundarmos na análise do caso Zelensky, já é possível relacionar esse acontecimento com os estudos sobre o fenômeno da midiatização. E este parece ser o enquadramento mais adequado aqui, uma vez que, como lembra Hjarvard (2012, p. 54), estudos dessa natureza buscam "entender as maneiras pelas quais as instituições sociais e os processos culturais mudaram de caráter, função e estrutura em resposta à onipresença da mídia".

A partir de Braga (2006), conseguimos compreender melhor como a onipresença da mídia da qual Hjarvard (2012) fala se tornou central aos processos sociais. No seminal *Mediatização como processo interacional de referência*, o autor categorizou o



# Anais de Artigos

## IV Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

---

processo no qual a mediação caminha para se tornar o padrão naquilo que direciona a construção de realidade: a interação social (p. 11). O resultado disso são mudanças que outros autores vão observar em diferentes campos sociais, justamente porque a mediação limitou o poder desses espaços em ditar as lógicas de interação com outros campos (BRAGA, 2012, p. 44). Em resumo, o que se observa é a lógica da mídia imperando (HJARVARD, 2012, p. 64-65).

Dito isso, é importante ressaltar que a lógica da mídia como referência no ambiente político não é algo novo. Como também apontou Hjarvad (2014, p. 113), a “visibilidade na esfera pública constitui um importante recurso político”. Para Rubim (2014, p. 182), a política sempre foi mediada. Ela possui, por natureza, uma dimensão estética que foi afetada pela mídia (p. 190). Porém, para o autor, a mediação aqui corresponderia a uma “mera veiculação de algo pela mídia”, sendo que as mudanças observadas na prática política seriam resultado de um processo de espetacularização (p. 200). Moffitt e Tormey (2013, p. 387), por sua vez, traçam uma linha direta entre mediação e populismo, com este primeiro provocando uma simplificação do discurso político e promovendo uma maior centralidade dos aspectos estéticos e performativos na prática. Assim, segundo eles, chegamos em uma situação na qual o estilo político ganha importância. E o populismo seria justamente isso: uma performance.

### **2. O político-celebridade**

E quem entende melhor de performance do que as celebridades? Segunda França e Simões (2014, p. 1078-1079), elas são figuras presentes no ambiente social - e mediado - pois funcionam como ponto de identificação para o sujeito, agregando expectativas e aspirações. Para Driessens (2014, p. 15), os campos da celebridade e da política sempre tiveram em comum a criação de personalidades e a necessidade de reconhecimento dessas personalidades pelo público. O autor destaca que, além da mediação, observa-se um processo de personalização e comoditização em curso,



---

resultando na transformação dos sujeitos-celebridade em mercadorias a serem exploradas pela lógica comercial (2014, p. 16-17).

Atento a essa configuração, Street (2019, p. 9) sugere que a compreensão a respeito do político-celebridade aconteça a partir de uma análise daquela figura do ponto de vista da celebridade, uma vez que essas personalidades praticam sua política através da sua performance. Para o autor, isso inclui observar a forma de engajamento político e convenções estilísticas adotadas pelo político-celebridade em questão (p. 10). Assim, voltamos às considerações de Moffitt e Tormey (2013, p. 391) a respeito da performance do populista, caracterizada por: (1) um apelo ao povo; (2) a percepção de uma crise ou ameaça; e (3) um desprezo à etiqueta e às regras tradicionalmente associadas ao jogo político. Soma-se a isso, a partir da contribuição de Tormey (2019), a posição do *strong leader* como figura central do partido, que passa a girar em torno dele. Todos esses elementos parecem estar presentes no caso Zelensky. Como apontam Rohozinska e Shpak (2019), propostas políticas e ideologias claras não estiveram presentes na campanha do então comediante (p. 33). Apesar disso, ele pareceu conectar um desejo do público pelo distanciamento das elites políticas envolvidas na revolução EuroMaidan (Rohozinska e Shpak, 2019, p. 33).

### **3. A Ucrânia de Zelensky**

Rohozinska e Shpak (2019) falam numa Ucrânia cuja realidade política é caracterizada por forças sem ideologia definida, partidos que representam iniciativas político-eleitorais construídas em torno de uma figura específica e um ambiente midiático dominado por oligarcas (p. 35). A situação disfuncional do estado ucraniano, de acordo com Kudelia (2012, p. 418) é resultado de vantagens das elites e da dominância de regras informais presentes no período subsequente à dissolução da URSS.

Aos elementos do ambiente político ucraniano apresentados por Rohozinska e Shpak (2019), Kudelia (2012, p. 418) acrescenta a burocracia patrimonial, a prestação de contas governamentais limitada e o estado de direito fraco. Herron (2013, p. 355)



---

lembra ainda da divisão linguística no país, entre aqueles que preferem falar ucraniano e russo. Mas o fator da política ucraniana mais recorrente na literatura são os oligarcas. Esse grupo promove influência na elite política e também são vistos em cargos públicos, principalmente no parlamento, como lembra Pleines (2016, p. 116). O autor também ressalta a influência dos oligarcas na mídia. (p. 116)

#### **4. Metodologia**

A análise será realizada a partir do suporte teórico de Saldaña (2013) para pesquisas qualitativas. Na base está o código, elemento que “representa simbolicamente um atributo para um *corpus* baseado em linguagem” (Saldaña, 2013, grifo nosso). O processo de identificação de códigos, ou codificação, representa a primeira etapa da análise. As tarefas de categorização e teorização acontecem na sequência, quando os dados da codificação são reorganizados e classificados, em busca da identificação de padrões. Por fim, esses mesmos dados são sintetizados e a partir deles teorizações serão apresentadas.

Para esta análise, 29 publicações da imprensa foram selecionadas, publicações essas em vídeo e em texto. A maior parte deste conteúdo foi publicada por veículos internacionais como *The Economist*, *The Guardian*, *CNN* e *Al Jazeera*. São matérias publicadas entre outubro de 2018 e outubro de 2019 que tratam de acontecimentos diretamente relacionados à campanha eleitoral de Zelensky. Do texto de cada publicação foram extraídos trechos no primeiro ciclo, trechos esses categorizados no segundo ciclo e a partir dos quais foram identificados insights no terceiro ciclo. A seguir apresentamos os resultados da análise.

#### **5. Resultados da análise**

Através da análise qualitativa do conteúdo do *corpus* em três ciclos, foi possível identificar algumas estratégias utilizadas pela campanha de Zelensky no período eleitoral. Estas estratégias foram categorizadas em sete grupos que dizem respeito à série produzida e estrelada pelo comediante, o canal de televisão responsável pela



---

exibição de *Servo do Povo*, o partido político de Zelensky, seu contato com o público através das redes sociais e de shows de comédia, o debate realizado na véspera do segundo turno e a presença da oligarquia na política ucraniana.

### **5.1 *Servo do Povo***

A série conta a história de Holoborodko, um professor de história que se torna presidente da Ucrânia (WILLIAMS E ZINETS, 2019; KARATNYCKY, 2019; MAHESHWARI, 2019; KRAVETS, 2018; TRAGICOMEDY, 2019; UNSCRIPTED, 2019; CONRADI, 2019; WARD, 2019; SHAHRIGIAN, 2019; FOX, 2019). Sem experiência política, o personagem é alçado ao cargo depois que um discurso seu a respeito da corrupção no país viraliza (KARATNYCKY, 2019; NUSSBAUM, 2019; CONRADI, 2019; TROIANOVSKI, 2019; FOX, 2019; BROWN, 2019), discurso no qual Holoborodko define o cenário político do país como uma porta giratória de corruptos (BROWN, 2019). Uma vez no poder, o *approach* político de Zelensky, segundo relatos, é marcado pela defesa dos direitos dos ucranianos (KRAVETS, 2018) e por uma cruzada contra a corrupção (VARSHALOMIDZE, 2019a; VARSHALOMIDZE, 2019c; TROIANOVSKI, 2019).

Nussbaum (2019) descreve cenas da primeira temporada de *Servo do Povo* que mostram Holoborodko lidando com a sua nova realidade como presidente do país e as escolhas que ele faz no cargo. No final da primeira temporada, o personagem de Zelensky vai a um *talk show* com o primeiro ministro para debater corrupção, quando revela uma lista de ucranianos corruptos. Em seguida, a luz do estúdio se apaga e uma luz fluorescente brilha na mão do primeiro ministro, indicando que ele havia encostado em dinheiro sujo (NUSSBAUM, 2019; FOER, 2019). Outras cenas descritas na imprensa demonstram a preocupação de Holoborodko em resgatar a confiança da população na classe política (TRAGICOMEDY, 2019), sem abrir mão da sua sinceridade (THE COMEDIAN, 2019).

A interseção entre o Zelensky candidato à presidência e seu personagem em *Servo do Povo* teria sido explorada pela campanha, de acordo com relatos de jornalistas.



---

Para Foer (2019), a série foi uma divulgação de campanha durante três temporadas. Goncharenko (2019) observou o uso proposital de uma imagem do personagem Holoborodko durante a eleição, imagem essa divulgada no site e na página do Facebook da campanha. Outra situação na qual uma imagem da série teria sido usada pela campanha de Zelensky foi relatada por Troianovski (2019, tradução nossa).

No popular aplicativo de mensagens Telegram, a campanha de Zelensky distribuiu a apoiadores uma imagem do candidato segurando duas pistolas automáticas. Trata-se de um frame de uma sequência gráfica de sonho em “Servo do Povo”, na qual o personagem presidencial de Zelensky vai até o Parlamento, pega as armas de seus seguranças e promove um massacre com os deputados em sua frente. “Fim de uma era” dizia o texto abaixo da imagem.

Durante o período eleitoral, a terceira temporada da série foi exibida (MARDER, 2019; CONRADI, 2019; ROTH, 2019; GONCHARENKO, 2019; BROWN, 2019). Os episódios incluíam cenas de uma Ucrânia próspera e livre de corrupção como resultado do mandato de Holoborodko (TROIANOVSKI, 2019). Em um *teaser*, o personagem descreve uma situação de tranquilidade em família como seu sonho para o país (KRAVETS, 2019).

## 5.2 O partido

A importância da série para a candidatura de Zelensky é observada no nome de seu partido: *Servant of the People* (“Servo do Povo”, em português), assim como o título da série (UNSCRIPTED, 2009; CONRADI, 2019; VARSHALOMIDZE; 2019c; ROTH, 2019a; GONCHARENKO, 2019; FISHER, 2019). A construção do partido, segundo relatos, teria começado em 2017, organizada por funcionários da Kvartal 95, a produtora de Zelensky (BROWN, 2019; KRAVETS, 2018; NUSSBAUM, 2019).

## 5.3 Oligarcas

A presença da oligarquia é outro aspecto que transcendeu a tela durante a campanha. Na série, uma das características de Holoborodko era seu enfrentamento aos oligarcas (WILLIAMS E ZINETS, 2019; KARATNYCKY, 2019; MAHESHWARE,



# Anais de Artigos

## IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

---

2019; KRAVETS, 2018; WARD, 2019; FOER, 2019). Na vida real, Zelensky apresentou um discurso crítico às elites empresariais e políticas do país durante a campanha (KARATNYCKY, 2019; MAHESHWARI, 2019) enquanto mantinha ligações com Ihor Kolomoisky, empresário apontado como oligarca e cujas ligações com o candidato seriam apenas profissionais (WILLIAMS E ZINETS, 2019).

### 5.4 1+1

Kolomoisky é proprietário do canal 1+1, que exibia *Servo do Povo*. O anúncio da candidatura de Zelensky foi feito naquele canal durante um show de comédia exibido no ano novo de 2019 (WILLIAMS E ZINETS 2019; CONRADI, 2019; FOX, 2019; VARSHALOMIDZE, 2019c). Durante a campanha, as aparições de Zelensky no 1+1 aconteceram no programa *League of Laughter* (BEFORE, 2019; FOER, 2019) e através da extensiva cobertura que teria recebido do canal (THE COMEDIAN, 2019; SHAHRIGIAN, 2019). Para alguns, o canal promoveu a campanha de Zelensky (UNSCRIPTED, 2019; TRAGICOMEDY, 2019; TROIANOVSKI, 2019). Exemplo disso seria a programação do 1+1 na véspera do primeiro turno, repleta de aparições de Zelensky (WILLIAMS E ZINETS, 2019; GONCHARENKO, 2019), incluindo um documentário sobre Ronald Reagan narrado pelo candidato (WILLIAMS E ZINETS, 2019).

### 5.5 Redes sociais

Além da exposição na televisão, Zelensky também fez uso das redes sociais em sua campanha. Tanto que Karatnycky (2019) considerou essa a primeira campanha presidencial bem sucedida inteiramente virtual. Zelensky teria priorizado o virtual (KARATNYCKY, 2019; VARSHALOMIDZE, 2019b; FISHER, 2019) e feito isso de maneira habilidosa (UKRAINE, 2019a; ELLYATT, 2019a; ELLYATT, 2019b; YAFFA, 2019), usando as redes para entrar em contato com seu público (KARATNYCKY, 2019; VARSHALOMIDZE, 2019a; WARD, 2019; WALKER, 2019; VARSHALOMIDZE, 2019c).



---

Encontramos exemplos dessa estratégia na prática através de publicações da *BBC News* e da *Pravda Ucrâniana*. O primeiro exemplo é um vídeo no qual Zelensky aparece treinando em uma academia, acompanhado por um instrutor (THE COMEDIAN, 2019). Em outro momento, o então candidato teria usado seu perfil no Instagram para divulgar um discurso contra os velhos políticos (KRAVETS, 2018).

### **5.6 Shows de comédia**

Os espetáculos também estiveram presentes na campanha de Zelensky. Inicialmente, eram shows de comédia que o candidato realizou (KARATNYCKY, 2019; FISHER, 2019; UKRAINE, 2019b; SHAHRIGIAN, 2019). A campanha de Zelensky teria sido baseada nessa estratégia (VARSHALOMIDZE, 2019c; WARD, 2019; WALKER, 2019) em detrimento aos eventos de campanha (VARSHALOMIDZE, 2019b). Nesses shows, Zelensky teria deixado claro que o encontro não fazia parte da campanha (BROWN, 2019; ROTH, 2019a), apresentando piadas direcionadas a Poroshenko (CONRADI, 2019; BROWN, 2019) e críticas aos poderosos da Ucrânia (ROTH, 2019a).

### **5.7 Debate**

O encontro frente a frente com o adversário viria somente na véspera do segundo turno (BROWN, 2019; WALKER, 2019; KARATNYCKY, 2019). Inicialmente, Zelensky não teria aparecido para um primeiro debate com Poroshenko (FOX, 2019; VARSHALOMIDZE, 2019a). Em um segundo momento, o comediante concordou em participar desde que o oponente aceitasse se submeter a um teste de sangue que detectaria drogas ou álcool (ROTH, 2019b; WALKER, 2019; UKRAINE, 2019a; UKRAINE, 2019c). A ideia de realizar o debate no Estádio Olímpico de Kiev também teria sido de Zelensky (WALKER, 2019). Na data do encontro, véspera do segundo turno, o espaço para a plateia foi dividido em duas seções, cada uma dedicada aos apoiadores dos candidato (WALKER, 2019), sendo que a plateia de Poroshenko parecia



---

maior (UKRAINE, 2019a; WALKER, 2019). Em termos de discussão, o embate teria sido marcado por gritos e insultos (WALKER, 2019).

### **Conclusão**

A análise das publicações na imprensa internacional que trataram da campanha de Zelensky demonstram a presença de dois aspectos centrais em sua estratégia eleitoral: a imagem do comediante como presidente do país estabelecida durante as três temporadas de *Servo do Povo* e o contato que promoveu com seu público durante a campanha. Neste sentido, a campanha de Zelensky parece ter se beneficiado do ambiente político midiático.

Seguindo a orientação de Street (2019) e através dos relatos publicados na imprensa, observamos a performance de Zelensky atuando na série *Servo do Povo* e como candidato nas eleições de 2019. Na ficção, o personagem de Zelensky se apresentava como um *outsider*, um professor de história que assumia ser diferente e cuja sinceridade justificava seu *status*. Durante as três temporadas da série, Holoborodko desafiou os oligarcas e corruptos, entregando uma Ucrânia que refletia os desejos da população. A importância de Holoborodko para a campanha de Zelensky é observada também na escolha do título da série para nomear seu recém formado partido.

A presença do então candidato na televisão continuou durante o período eleitoral. No canal 1+1, Zelensky participava do show de comédia *League of Laughter* e da terceira temporada de *Servo do Povo*, exibida pouco antes do primeiro turno da eleição. Os relatos da imprensa internacional também apontam a cobertura positiva da campanha realizada pelo canal. E o contato de Zelensky com os ucranianos durante o processo eleitoral não se limitou à televisão. O comediante viajou o país com seu show de comédia. Apesar do conteúdo político dessas apresentações e do momento em que aconteciam, o candidato deixava claro que aquilo não se tratava de um evento de campanha.

Deixando de lado tradicionais eventos de campanha, Zelensky investiu nas redes sociais, no que seria a primeira campanha presidencial bem sucedida inteiramente



# Anais de Artigos

## IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

virtual (KARATNYCKY, 2019). O candidato aguardou a véspera da eleição para participar de um evento esperado em campanhas eleitorais: o debate. E mesmo aceitando participar, Zelensky fez algumas exigências: que o seu adversário fosse submetido a um teste que identificaria álcool ou drogas no seu sangue e que o encontro acontecesse no Estádio Olímpico de Kiev. O resultado foi um espetáculo que não ajudou o adversário Poroshenko, apesar da presença de seus apoiadores em maior número na plateia.

Dos elementos da performance populista apresentados por Moffitt e Tormey (2013), observamos na campanha de Zelensky a percepção de crise ou ameaça e o desvio das regras tradicionais do jogo político. Nesse último, Zelensky se posicionou como um candidato outsider e optou por uma campanha baseada nos ambientes que eram de seu domínio. No que diz respeito a ameaças, o cenário político da Ucrânia apresentado por Rohozinska e Shpak (2019) indicam uma situação delicada, que deu tom àquela eleição.

O fenômeno Zelensky se provou um terreno fértil para observar o impacto do processo de midiatização acelerado que atinge a política e outras práticas sociais. O presente estudo se deteve a uma dimensão desse fenômeno, restando inúmeros aspectos que podem e devem ser analisados em pesquisas subsequentes. Ainda na campanha de Zelensky, uma análise do discurso do candidato em seus shows de comédia e suas publicações na rede social é bem-vinda. Há que se observar também o comportamento dele uma vez como presidente. Estaria Zelensky mantendo a mesma informalidade adotada na campanha em sua rotina presidencial? Seria essa estratégia aplicável também para uma reeleição? A resposta para essas perguntas indicarão o potencial de replicação da experiência de Zelensky em outros processos eleitorais pelo mundo.

### Referências

BEFORE The Trump Scandal: How Comedian Zelensky Became Ukraine's President. **Vice News**, 7 abr. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=30ALpcuyaYM>. Acesso em: 12 ago. 2020.



## Anais de Artigos

### IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

---

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. **Animus - revista interamericana de comunicação midiática**, v. 5, n. 2, p. 9-35, 2006.

BRAGA, José Luiz. In: Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A., JANOTTI JUNIOR, J., e JACKS, N., (orgs.). **Mediação & mediatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 29-52.

BROWN, Hayes. He Plays A President On TV. Now He Wants To Be The Real Deal. **BuzzFeed News**, 29 mar. 2019, online. Disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/hayesbrown/volodymyr-zelensky-ukraine-election-servant-of-the-people>. Acesso em: 12 jun. 2020.

CONRADI, Peter. Ukraine's fictional president within reach of real power; The star of a TV political satire who is topping the polls ahead of today's election fires off jokes but keeps his policies vague. **Sunday Times**, Londres, p. 24, 31 mar. 2019.

ELLYAT, Holly. A comedian could be about to win Ukraine's presidential election. **CNBC**, 26 mar. 2019a, online. Disponível em: <https://www.cnn.com/2019/03/26/ukraine-election-actor-zelensky-leading-the-polls.html>. Acesso em: 12 jun. 2020.

ELLYAT, Holly. A comedian is hot favorite to be Ukraine's next president - so what are his policies? **CNBC**, 17 abr. 2019b, online. Disponível em: <https://www.cnn.com/2019/04/17/ukraine-election-comedian-zelensky-is-favorite-to-be-ukraine-president.html>. Acesso em: 12 jun. 2020.

FISHER, Jonah. Ukraine election: What a TV box set may tell us about the future. **BBC News**, 19 abr. 2019, online. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/stories-47980484>. Acesso em: 12 ago. 2020.

FOER, Franklin. The Betrayal of Volodymyr Zelensky. **The Atlantic**, 3 dez. 2019, online. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2019/12/zelensky-ukraine-impeachment/602905/>. Acesso em: 12 jun. 2020.

FOX, Kara. Volodymyr Zelensky played Ukraine's president on TV. Now it's a reality. **CNN**, 21 abr. 2019, online. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2019/04/21/europe/volodymyr-zelensky-ukraine-president-profile-intl/index.html>. Acesso em: 12 ago. 2020.

FRANÇA, Vera R. V.; SIMÕES, Paula Guimarães. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. **Revista FAMECOS**, v. 21, n. 3, set.-dez, p. 1062-1081, 2014.



# Anais de Artigos

## IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

GONCHARENKO, Roman. Ukraine: Is this comedian winning votes because of his political sitcom? **Deutsche Welle**, 7 abr. 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/en/ukraine-is-this-comedian-winning-votes-because-of-his-political-sitcom/a-48246003>. Acesso em: 12 jun. 2020. Acesso em: 12 ago. 2020.

HERRON, Erik S. The parliamentary elections in Ukraine. **Electoral Studies**, v. 33, p. 353-356, 2014.

HJARVARD, Stig. Mdiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012.

HJARVARD, Stig. **A mdiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

KARATNYCKY, Adrian. The World Just Witnessed the First Entirely Virtual Presidential Campaign. **Político Magazine**, 24 abr. 2019. Disponível em: <https://www.politico.com/magazine/story/2019/04/24/ukraine-president-virtual-campaign-226711>. Acesso em: 26 abr. 2020.

KRAVETS, Roman. Mezha zhartu. Yak Zelens'kyy hotuyet'sya do vyboriv. **Pravda**, 25 out. 2018. Disponível em: <https://www.pravda.com.ua/articles/2018/10/25/7196270/>. Acesso em: 26 abr. 2020.

KUDELIA, Serhiy. The sources of continuity and change of Ukraine's incomplete state. **Communist and Post-Communist Studies**, v. 45, n. 3-4, p. 417-428, 1 dez. 2012.

MAHESHWARI, Vijai. The comedian and the oligarch. **Político Europe**, 17 abr. 2019. Disponível em: <https://www.politico.eu/article/volodomyr-zelenskiy-ihor-kolomoisky-the-comedian-and-the-oligarch-ukraine-presidential-election/>. Acesso em: 26 abr. 2020.

MARDER, Michael. Comediante favorito à presidência da Ucrânia propõe 'ação política apolítica'. **Folha de S. Paulo**, 21 abr. 2019, online. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/04/comediante-favorito-a-presidencia-da-ucrania-propoe-acao-politica-apolitica.shtml>. Acesso em: 12 ago. 2020.

MARSHALL, P. David. Celebrity, Politics, and New Media: an Essay on the Implications of Pandemic Fame and Persona. **International Journal of Politics, Culture, and Society**, n. 33, p. 89-104, 2020.

MOFFITT, Benjamin.; TORMEY, Simon. Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style. **Political Studies** v. 62, p. 381-397, 2013.



# Anais de Artigos

## IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

---

NUSSBAUM, Emily. Screen Savior. **The New Yorker**, v. 95, n. 30, p. 15, 7 Out. 2019.

PLEINES, Heiko. Oligarchs and Politics in Ukraine. **Demokratizatsiya**, v. 24, n. 1, p. 105–127, 2016.

ROHOZINSKI, Joanna. SHPAK, Vitaliy. Ukraine's Post-Maidan Struggles: The Rise of an "Outsider" President. **Journal of Democracy**, v. 30, n. 3, p. 33-47, 2019.

ROTH, Andrew. No joke: comic takes centre stage in race for Ukraine presidency. **The Guardian**, 1 mar. 2019a. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/01/comedian-vladimir-zelenskiy-takes-centre-stage-in-ukraine-presidential-race>. Acesso em: 26 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. Ukraine president takes up comedian's drug test challenge. **The Guardian**, 5 abr. 2019b. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2019/apr/05/ukraine-president-takes-up-comedians-drug-test-challenge>. Acesso em: 26 abr. 2020.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Espetacularização e Mídia da Política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 181-222.

SALDAÑA, Johnny. **The coding manual for qualitative research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2013.

SHAHRIKIAN, Shant. Ukrainian comedian Volodymyr Zelensky set to become president. **The New York Post**, 20 abr. 2019, online. Disponível em: <https://nypost.com/2019/04/20/ukrainian-comedian-volodymyr-zelensky-set-to-become-president/>. Acesso em: 12 ago. 2020.

THE COMEDIAN who could be president. **BBC News**, 7 fev. 2019, online. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-9smD823aE0>. Acesso em: 12 jun. 2020.

TRAGICOMEDY; Ukraine. **The Economist**, v. 430, n. 9134, p. 45, 16 mar. 2019.

TROIANOVSKI, Anton. Comedian Volodymyr Zelensky unseats incumbent in Ukraine's presidential election, exit poll shows. **The Washington Post**, 21 abr. 2019, online. Disponível em: [https://www.washingtonpost.com/world/as-ukraine-votes-in-presidential-runoff-a-comedian-looks-to-unseat-the-incumbent/2019/04/21/b7d69a38-603f-11e9-bf24-db4b9fb62aa2\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/as-ukraine-votes-in-presidential-runoff-a-comedian-looks-to-unseat-the-incumbent/2019/04/21/b7d69a38-603f-11e9-bf24-db4b9fb62aa2_story.html). Acesso em: 12 jun. 2020.



# Anais de Artigos

## IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

---

UKRAINE election rivals trade taunts and media tricks. **BBC News**, 17 abr. 2019c. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-europe-47895061>. Acesso em: 12 ago. 2020.

UKRAINE presidential rivals trade barbs in stadium debate. **BBC News**, 19 abr. 2019a. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-europe-47990267>. Acesso em: 12 ago. 2020.

UKRAINE takes leap into the unknown with new president Zelensky. **France 24**, 22 abr. 2019b, online. Disponível: <https://www.france24.com/en/20190422-new-president-zelenskiy-ukraine-leap-unknown-challenges>. Acesso em: 12 ago. 2020.

UNSCRIPTED; Ukraine's presidential election. **The Economist**, v. 430, n. 9136, p. 54, 30 mar. 2019.

VARSHALOMIDZE, Tamila. Ukraine media demands access to runoff frontrunner Zelensky. **Al Jazeera**, 16 abr. 2019a, online. Disponível em: <https://www.aljazeera.com/news/2019/04/ukraine-media-demands-access-frontrunner-volodymyr-zelensky-190416154745843.html>. Acesso em: 26 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. Profile: Volodymyr Zelenskyy. **Al Jazeera**, 20 abr. 2019b, online. Disponível em: <https://www.aljazeera.com/news/2019/04/profile-volodymyr-zelensky-190418131155087.html>. Acesso em: 12 ago. 2020.

\_\_\_\_\_. Five things to know about Ukraine's presidential vote winner. **Al Jazeera**, 22 abr. 2019c, online. Disponível em: <https://www.aljazeera.com/news/2019/04/5-ukraine-presidential-vote-winner-190422063051756.html>. Acesso em: 12 ago. 2020.

WALKER, Shawn. Ukraine's presidential rivals trade insults in raucous stadium debate. **The Guardian**, 19 abr. 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2019/apr/19/ukraines-presidential-rivals-trade-insults-in-raucous-stadium-debate>. Acesso em: 26 ago. 2020.

WARD, Alex. A comedian just became Ukraine's next president. **Vox**, 21 abr. 2019, online. Disponível em: <https://www.vox.com/2019/4/21/18507822/volodymyr-zelensky-ukraine-president-comedian>. Acesso em: 12 ago. 2020.

WILLIAMS, Matthias; ZINETS, Natalia. Comedian faces scrutiny over oligarch ties in Ukraine presidential race. **Reuters**, 1 abr. 2019, online. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-ukraine-election-zelenskiy-oligarch/comedian-faces-scrutiny-over-oligarch-ties-in-ukraine-presidential-race-idUSKCN1RD30L>. Acesso em: 12 jun. 2020.