

**Uma performance que vem de dentro:
os sentidos da autenticidade de Jojo Todynho**

*A performance from within:
the meanings of authenticity of Jojo Todynho*

Vitória Aparecida de Almeida PEREIRA¹
Henrique MAZETTI²

Resumo

O presente artigo analisa como o ideal de autenticidade é mobilizado na construção da figura pública de Jojo Todynho. Amparados em discussões sobre as transformações históricas do ideal de autenticidade e em debates sobre a articulação do conceito no campo midiático e cultural, analisamos matérias jornalísticas produzidas entre 2018 e 2024 que desenvolvem a ideia de que a artista é autêntica. Assim, identificamos dois sentidos da autenticidade predominantemente atribuídos à celebridade: *autenticidade como marketing e autenticidade como fidelidade às origens*. A autenticidade é mobilizada pela artista, portanto, para fortalecer seu potencial mercadológico e legitimar suas cambiantes posições políticas como fruto da coerência entre suas opiniões e experiências pessoais.

Palavras-chave: Autenticidade. Celebidades. Jojo Todynho. Figuras públicas. Performance.

Abstract

This article analyzes how the ideal of authenticity is mobilized in the construction of Jojo Todynho's public figure. Based on discussions about the historical transformations of the ideal of authenticity and debates about the articulation of the concept in the media and cultural fields, we analyze journalistic articles produced between 2018 and 2024 that articulate the idea that the artist is authentic. Thus, we identify two meanings of authenticity mostly attributed to the celebrity: *authenticity as a marketing ploy* and *authenticity as fidelity to origins*. Authenticity is mobilized by the artist, therefore, to strengthen her marketing potential and to legitimize her changing political positions as a result of the coherence between her opinions and personal experiences.

Keywords: Authenticity. Celebrities. Jojo Todynho. Public figures. Performance.

¹ Graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Bolsista de Iniciação Científica CNPq. Email: vitoria.a.pereira@ufv.br

² Doutor em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Email: mazetti@ufv.br

Introdução

Durante o ano de 2024, “fugir” da imagem da influenciadora digital Jojo Todynho foi uma tarefa complicada. Para aqueles já acostumados a acompanhar sua vida, a primeira metade do ano foi repleta de conquistas pessoais e profissionais. Mas, para esse grupo e para aqueles que não eram fãs, a segunda metade de 2024 foi conturbada. A *influencer* se envolveu em diversas polêmicas, com outros artistas, com o próprio público, mas também com marcas de quem era parceira. Apesar disso, das polêmicas às parcerias de sucesso, um denominador se mostrou comum: sua autenticidade.

Autores como Taylor (2007 e 2011), Trilling (2014) e Guignon (2004) apontam como a era em que vivemos pode ser considerada “a era da autenticidade”, cujo cerne está em “ser fiel a si próprio”. Enquanto isso, autores como Boltanski e Chiapello (2009), Sibilia (2015), Vaz (2014) e Mazetti (2024) chamam a atenção para como um conceito antes crítico, sofreu diversas mudanças com o avanço capitalista e, hoje, molda os padrões morais da sociedade em que vivemos. Ao contrário das expectativas, superexposição e transparência coexistem neste espaço dominado pela performance e pela autenticidade (Sibilia, 2015). E, com o avanço cada vez maior das redes sociais como forma de expressão da subjetividade (Sibilia, 2015), tornou-se possível a figuras, até então anônimas, ascenderem ao nível de celebridade através da exibição de suas vidas cotidianas. Assim, o principal objetivo deste artigo é analisar as diferentes dimensões da autenticidade de Jojo Todynho, figura aclamada como autêntica desde o início de sua carreira pública.

Inicialmente, faremos um breve resgate histórico do conceito de autenticidade, mantendo como foco a virada comercial que o ideal sofreu nos anos 1960, sua popularização e posterior integração como fonte moral da vida em sociedade neste século. Isso porque, conforme a vida ordinária se mescla e passa a ser produzida para/nas formas de sociabilidade *online*, compreender as bases filosóficas por trás da autenticidade responsável pelas figuras públicas que inundam nossas telas se torna necessário. Buscaremos, então, analisar as matérias jornalísticas disponíveis sobre Todynho na imprensa. Para tanto, inspirados nas técnicas da análise de conteúdo, escolhemos reportagens, notícias, colunas e artigos de opinião que aparecem nas páginas principais do *Google* quando seu nome é pesquisado; mas também aqueles que são resultado de uma busca mais refinada através do *Google* Notícias.

Desenhamos um recorte temporal baseado em conteúdos do início da carreira de Jojo (2018), momentos nos quais ela já era vista como celebridade (2020 a 2022), mas, principalmente, naqueles produzidos em 2024, ano em que o número de polêmicas com o nome da influenciadora foi maior. Através dessa pesquisa, os conteúdos jornalísticos obtidos foram, inicialmente, divididos em: 1) textos nos quais “autenticidade” ou “autêntica” aparecem no corpo; e 2) textos que contribuem na construção da autenticidade nesta figura.

Assim, inicialmente apresentaremos discussões sobre o conceito de autenticidade e suas transformações e como o conceito é articulado nos estudos de mídia. Na sequência, apresentamos a autenticidade de Todynho categorizada em dois sentidos: *autenticidade como marketing*; e *como fidelidade às origens*. Durante esta seção, apresentaremos, também, algumas discussões teóricas que vão amparar nossa análise; e, por fim, concluímos retomando as etapas que compreenderam este trabalho.

Autenticidade: um conceito em movimento

Em seus primórdios, a ideia de ser autêntico foi antecedida pela de ser sincero. Ainda que o termo “sinceridade” tenha tido significados diversos ao longo do tempo, é no século XVI quando, principalmente por conta da recente possibilidade de mobilidade social, a noção de fidelidade a si mesmo surge. Esta aparece em resposta à necessidade da sociedade de separar os sinceros dos “vilões”, aqueles que escondiam suas verdadeiras origens. Então, na época, ser fiel a si mesmo se tornou peça fundamental para que fôssemos, também, fiéis para com os demais (Trilling, 2014).

Apesar dessa proximidade, Trilling, (2014, p. 22) sugere como, atualmente, podemos observar a autenticidade como uma “experiência moral mais tenaz”. Para além dos avanços que o ideal sofreu com o passar dos séculos, essa afirmação se torna possível por conta das contribuições românticas ao conceito. Nos fins do século XVIII, a ética da autenticidade surge como uma fonte moral intrínseca a todos nós, capaz de guiar nossas ações (Guignon, 2004; Taylor, 2011). Nesse período, que põe o ser humano no centro do universo, a autenticidade é vista como capaz de fornecer ao “eu” as fontes da liberdade autodeterminante:

Ser fiel a mim significa ser fiel a minha própria originalidade, e isso é uma coisa que só eu posso articular e descobrir. Ao articular isso, eu também me defino. Estou realizando uma potencialidade que é propriamente minha. Essa é a compreensão por trás do ideal moderno de autenticidade e dos objetivos de autorrealização e autossatisfação nos quais são usualmente expressos. Esse é o pano de fundo que confere força moral à cultura da autenticidade, incluindo suas formas mais degradadas, absurdas ou triviais. (Taylor, 2011, p. 39)

Contudo, é a partir da década de 1960 que a autenticidade ganha as massas e, ao mesmo tempo, uma nova “base” (Taylor, 2007). Ao contrário dos sentidos críticos que, anteriormente, serviam de fundamento para o conceito, a partir dessa época, a autenticidade passa a ser promovida no interior do mundo dos bens de consumo que, agora, servem como marcas de expressão da individualidade. O universo de escolhas dessa nova ética passa a não mais envolver aspirações de transformação social, mas sim ideais de conformismo e aceitação que caminham lado a lado com a ideia de que cada um é livre para escolher sua trajetória (Guignon, 2004). Tais mudanças começam a (re)organizar diferentes práticas, permitindo que o capitalismo enquanto cultura amplie sua influência e suas formas de controle (Boltanski e Chiapello, 2009). Então, os produtos agora comercializados podem ser cada vez mais diferentes, individualizados e autênticos; além de não estarem mais restritos aos bens de consumo “físicos”: as vidas também são produtos.

O capitalismo conquistou assim uma liberdade de jogo e de mercantilização que ele nunca tinha atingido no mesmo grau, pois num mundo onde todas as diferenças são admissíveis, mas onde todas as diferenças se equivalem precisamente como tais, nada merece, só por existir, ser protegido do mercado, e tudo poderá então ser objeto de comércio. (Boltanski e Chiapello, 2009, p. 472)

Através dessa nova lógica, uma nova gama de estudos da Comunicação, com foco nas mídias, aparece. Isso porque, a ascensão de *reality shows* no começo dos anos 2000 teve forte impacto nas discussões sobre autenticidade e mídia, uma vez que, inscrita na dinâmica desses programas, estava a noção de exposição do cotidiano de pessoas comuns, caso do *Big Brother Brasil*, e de personalidades conhecidas, caso do programa *A Fazenda* (Campanella, 2012). Sibilía (2015) argumenta como, ainda que contrário ao esperado, exposição e autenticidade podem coexistir e se beneficiar dessa relação. Segundo a autora (2015, p. 355), dentro da lógica cultural contemporânea altamente midiática, “(...) qualquer vida não só gera uma quantidade crescente de imagens e relatos (...) mas, além disso, (...) tende a se realizar nas imagens (...)”. Isso significa que espaços de

autoexposição, como os *reality shows* e as redes sociais atuais, ganham força nessa lógica e, consigo, chamam atenção para uma outra dimensão da vida: a da performance. Aqui, nesse espaço onde tudo pode e é incentivado a ser visto como produto, instiga-se o cotidiano a ser produzido “para e nas telas” (Sibilia, 2015, p. 355).

A questão da autenticidade estaria, portanto, na performance “adequada”. Segundo observações de Mazetti (2024, p. 5) acerca de outros estudos sobre a ascensão de *influencers*, a autenticidade dessas pessoas seria “teatralizada” e milimetricamente construída, de forma a maximizar o valor de suas “marcas pessoais”. Isso porque, conforme demonstra Sibilia (2015, p. 358), a marca de “verdade” da autenticidade não se constrói mais no interior do ser, mas sim no plano visível. É a medida que a performance é eficaz que se mensura, também, a autenticidade. Assim, o importante é *parecer* autêntico; o que se dá mais através de uma noção de transparência extrema do que de fidelidade às próprias essências (Sibilia, 2015, p. 363).

A ética da autenticidade passa, então, a servir de guia moral na contemporaneidade (Mazetti, 2024), uma vez que, através de sua generalização, permite que discursos superficiais e abrangentes (seja autêntico; não se preocupe com o que os demais pensam...) se propaguem (Vaz, 2014). Tal situação é possível, pois, através dessa virada, os questionamentos referentes aos valores culturais são simplificados nesses espaços de exibição. Com a sociedade cada vez mais dividida em nichos comportamentais específicos, transitar entre eles se mostra simples, basta que o indivíduo acredite que o nicho ao qual pertence é limitador, ou que o nicho vizinho é uma ameaça (Vaz, 2014). A autenticidade aparece, então, como forma do indivíduo se reafirmar dentro de um contexto social no qual ele se enxerga como vítima, como impossibilitado de ser quem realmente é por um outro que o restringe (Vaz, 2014).

Tais discussões, que sinalizam os desdobramentos responsáveis pelos contornos atuais do conceito de autenticidade, nos fornecem os meios necessários para entender como este conceito se configura na vida de Jojo Todynho. Dessa forma, julgamos necessário desenvolver uma breve biografia da influenciadora antes de iniciarmos de fato tal estudo.

Mas afinal, quem é Jojo Todynho?³

Jordana Gleise de Jesus Menezes nasceu em 11 de fevereiro de 1997 em Bangu, no Rio de Janeiro. Criada pela avó Rita Maria, Todynho perdeu o pai no final da infância, vítima de bala perdida. Quando pequena, participava de corais e apresentações de canto e dança na escola, pois o sonho de ser cantora sempre existiu. Apesar disso, Jojo nem sempre pôde dedicar-se a essa ambição, já que precisou começar a trabalhar muito cedo para ajudar a família. Teve vários empregos diferentes e, no início de 2017, passou a chamar atenção com seus comentários no *Facebook* sobre a novela “A Força do Querer”. Todynho alcançou, de fato, o estrelato em finais de 2017, depois de sua aparição no clipe de “Vai Malandra” da cantora Anitta. Pouco tempo depois, no mesmo ano, Jojo lançou o *single* “Que Tiro Foi Esse?”, sucesso do carnaval de 2018.

O sucesso de sua primeira música e o carisma que apresentava em seu perfil nas redes sociais lhe renderam o contrato com a Universal Music, também em 2017. Para além de sua carreira musical, em 2022, Jojo casou-se com o militar Lucas Souza, de quem se separou no mesmo ano. Sua vida acadêmica também passou a ser compartilhada: atualmente, Jordana estuda Direito e demonstrou seu desejo em se especializar para ser delegada.

Desde o início de sua carreira a palavra “autenticidade” aparece quando a imprensa decide falar sobre ela. Um dos primeiros registros é de abril de 2018 quando o G1 afirma que “A autenticidade e a autoestima elevada já são características conhecidas de Jojo.” (Neves, 2018, *online*). Assim, amparados na bibliografia escolhida e nas amostras coletadas, pudemos observar dois sentidos principais na autenticidade de Jojo Todynho: a *autenticidade como estratégia de marketing*; e a *autenticidade como fidelidade às origens*.

Autenticidade como estratégia de *marketing*

No caso em estudo, é possível observar como a autenticidade de Jordana, com seus sentidos e desdobramentos, está no centro de sua vida pública, especialmente quando

³ Essa seção foi construída com o amparo dos conteúdos produzidos por Oliveira (2020), Favalle (2022) e IstoÉ (2024), bem como com as páginas sobre Jojo Todynho organizadas pelas revistas Quem e Caras, cuja atualização é contínua.

aplicada ao ambiente publicitário. Pelo site “Só Notícia Boa”, ao anunciar sua vitória na 12ª edição do *reality show* “A Fazenda”, Rinaldo de Oliveira diz que a artista conseguiu vencer com “excelência, garra, inteligência, persistência e coragem” (Oliveira, 2020, *online*). O colunista, então, discorre sobre os fatores que julga serem responsáveis por seu sucesso:

Aos que se perguntam como ela conseguiu vencer na vida e no disputado programa de TV, provavelmente tem relação com a “verdade” dela, sem medo de ser feliz, de amar até o fim... de ter coragem de dizer não, de contestar, de resistir e saber afastar as pessoas tóxicas, que não convém, que fazem mal, sem cerimônias. (Oliveira, 2020, *online*).

Assim, a marca de “verdade” que Jordana carrega se faz importante no entendimento de sua autenticidade, uma vez que, como apontado por ela em seu painel na Rio2C, dentro do mundo das celebridades e *influencers*, é comum que a “realidade” captada pela câmera não seja tão real assim (Ramos, 2024). Em junho de 2024, no mesmo evento, a cantora disse que ser verdadeira faz diferença em sua carreira e no modo como as marcas a enxergam, pois “Na frente das câmeras, muitos são de uma forma, mas nos bastidores são completamente diferentes. Eu não tenho essa máscara. O que vocês veem é o que eu sou.” (Ramos, 2024, *online*). Segundo ela, “As marcas não querem máscaras, o público não quer acompanhar alguém falso.” (Tilia, 2024, *online*). Tal situação, chamada pela Revista Pãhorama de “Autenticidade na Era das Máscaras” (Ramos, 2024, *online*) explicita como, para Jojo, ser autêntica e mostrar seu verdadeiro “eu” é um trunfo no *marketing*, bem como o que a diferencia dos demais.

É possível observar como essa visada comercial não passa despercebida para a imprensa, muito menos para as marcas com as quais a cantora se relaciona. Em fevereiro de 2024, a Caju, empresa de tecnologia para recursos humanos, anunciou, em seu site institucional, que, através de “um movimento estratégico para reforçar inovação e brasilidade”, Jojo tomaria o posto de conselheira consultiva da *start-up*. Eduardo del Giglio, CEO da Caju, chama atenção, então, para como “a visão e a autenticidade de Jojo trarão um diferencial para a nossa empresa” (Brolli, 2024, *online*). Para além dos beneficiários diretos da colaboração, temos que o site Poder360, ao falar sobre a parceria, destaca o fato de que a Caju enxerga Jordana como um “ativo valioso” na caminhada para aproximar e engajar os consumidores finais (Poder360, 2024, *online*). Tais afirmações, que envolvem diferentes forças dentro do espectro comercial, apontam como a

autenticidade da *influencer* é fator primordial para que acordos e campanhas sejam firmados.

Alguns meses depois da união com a Caju, o site Africanize anunciou a parceria entre Veja e Todynho como sendo uma “que brilha com autenticidade e representatividade” (Fernandes, 2024, *online*). Segundo o site, ao unir-se a uma figura autêntica, Veja inspira outras marcas a criarem campanhas mais relevantes e diversas, o que fortalece sua presença de mercado e “contribui para um mundo publicitário mais inclusivo e reflexivo.”. Mais uma vez, as marcas de autenticidade que Jordana carrega conversam com os princípios de um mercado que, cada vez mais, clama por individualização na forma de autenticidade. Isso nos permite inferir que as práticas e usos comerciais que recorrentemente Jordana faz desse conceito vão de encontro com as mudanças que os ideais de autenticidade sofreram ao longo do tempo. Ao falar que não vende uma fantasia e que a pessoa que mostra ser em suas redes sociais condiz com a que é fora delas, Todynho transforma sua vida em produto, afirmando sua autenticidade e sua posição privilegiada enquanto ativo publicitário.

Tal (re)afirmação se faz necessária, uma vez que as críticas ao mundo de meias-verdades das celebridades não são novidade. Pela Harper's Bazaar Brasil, Patrícia Favalle se refere à artista como uma força contra a maré. Para a articulista, Jordana “tem um quê da dama da comédia Dercy Gonçalves”, pois, através de sua coragem de dizer o que pensa, se mantém fiel a si mesma (Favalle, 2022, *online*). Esses traços são significativos na autenticidade da artista, pois fazem com que ela caminhe “na contramão do roteiro morno das celebridades” e, assim, passe a representar vozes sistematicamente silenciadas, vendendo, outra vez, a ideia de que, ao atrelar sua imagem a determinada marca, autenticidade e diversidade automaticamente estarão no pacote.

Como já apontado, a eficácia das parcerias que envolvem a empresária não passa despercebida. Ao comentar sobre o impacto da colaboração entre Jojo e a grife francesa Jean Paul Gaultier, o Diário do Vale discorre sobre como a campanha foca na autenticidade e no carisma da artista, “atributos que a tornam a escolha perfeita para representar a *maison* francesa, famosa por desafiar as convenções do mundo *fashion*.” (Diário Delas, 2024, *online*). Ao longo do texto, o jornal do Vale do Aço destaca como o fato de Jordana ser uma figura autêntica é proveitoso para a marca e o mundo da moda no geral, visto que, com seu sucesso, outras mulheres são inspiradas a “acreditar em si mesmas e abraçar suas singularidades” (Diário Delas, 2024, *online*).

Portanto, a forma que a autenticidade de Jordana toma no ambiente publicitário vai de encontro com o que Taylor (2007) chama de “formas ‘horizontais’ dos imaginários sociais” (p. 481, grifo nosso). Para o filósofo, esses espaços, de extrema importância para a sociabilidade no mundo urbano moderno, representam locais nos quais cada um age de forma individual, mas se enxerga como parte de um todo pensante e ativo simultaneamente. Apesar do conceito ter sido constituído antes da internet tomar os contornos que conhecemos hoje e não ter sido proposto para descrevê-la ou entendê-la, é possível aplicá-lo a este ambiente, uma vez que, na esfera *online*, ainda que cada usuário seja responsável somente por si, existe a ideia de que as ações de uma pessoa podem impactar as das demais.

Tal situação pode ser vislumbrada com os exemplos usados até agora para tratar da autenticidade de Todynho. Quando a imprensa refere-se às parcerias da artista como capazes de influenciar mudanças no mundo “real” ou quando a própria evidência que as marcas buscam por alguém que mostre o seu verdadeiro “eu”, ambas estão indicando como a exibição que Jojo faz de si nas redes sociais ajuda a construir as ações daqueles que a acompanham. Isso porque, assim como pensou Taylor (2007) para o mundo urbano moderno, existe no mundo *online* a certeza de que “(...) sua exibição diz algo aos outros, será respondida por estes, ajudará a construir um humor ou tom comum que dará cor às ações de todos.” (p. 482, grifo nosso).

Autenticidade como fidelidade às origens

Outro sentido possível dentro dos desdobramentos da autenticidade de Jojo Todynho pode ser observado quando pensamos em como a artista faz uso de sua origem. Para a Harper’s Bazaar Brasil, Jordana fala sobre como sente orgulho de sua trajetória, das ocupações que teve e de como, com a fama, pôde dar conforto à família (Favalle, 2022). Nesse caso específico, um exemplo da mobilidade social possível dentro do sistema capitalista, trazer destaque para como ela não se envergonha ou tenta mascarar seu passado faz sentido, principalmente quando observamos o caso amparados em Trilling (2014). Segundo o autor (p. 24), é no início do século XVI quando a palavra “sinceridade” passa a representar “(...) a falta de dissimulação, de fingimento, de simulação.”. Então, o vilão das narrativas da época era alguém que almejava ser mais do que realmente era; cuja vida possuía uma incompatibilidade entre a verdadeira realidade

e aquela projetada na vida social (Trilling, 2014, p. 27). Dessa forma, dentro do contexto da entrevista para a Harper's Bazaar Brasil, enfatizar que Jojo é sincera em relação à sua trajetória é coerente, visto que, como apontado por ela anteriormente, o mundo das celebridades – bem como aquele do início do século XVI – é recheado de meias verdades (Ramos, 2024).

Entretanto, essa dimensão da autenticidade se faz presente em outros instantes nos quais as vivências pessoais da artista não são o foco principal. Situação em que isso é especialmente visível diz respeito à polêmica entre Todynho e a gigante dos cosméticos Avon. A questão teve início no dia 15 de setembro de 2024, quando a artista fez uma *live* no *Instagram* em resposta às duras críticas que recebeu depois de aparecer em uma foto ao lado da ex-primeira-dama Michelle Bolsonaro, em um evento do Partido Liberal (PL). Na transmissão ao vivo, Jordana deixou claro que se sentia livre em finalmente poder dizer que se considera “mulher preta de direita” (Brasil Paralelo, 2024, *online*) e declarou que pediria a suspensão da música “Arrasou Viado” das plataformas digitais (Felix, 2024).

Segundo a influenciadora, a decisão veio, pois sua intenção não era se aproveitar de pautas e movimentos sociais para ganhar fama (Carvalho, 2024). Apesar disso, Jojo foi acusada de fazer uso oportunista da atenção da comunidade LGBTQIAPN+ (Felix, 2024) e o caso teve consequências diversas em sua carreira, a principal sendo o fim de sua parceria com a Avon. Mais uma vez pelo *Instagram*, Jojo deixou claro que não estava feliz com a posição que a marca tomou dadas as repercussões de sua *live* anterior e fez críticas públicas à empresa, incentivando seus seguidores a seguirem seu exemplo e deixarem de consumir os produtos da Avon (O Antagonista, 2024).

A partir desta, outras situações polêmicas surgiram. Dentre elas, a que envolveu a *influencer* e Xuxa é especial ao assunto em questão. Depois das declarações feitas por Jojo, Xuxa veio à público dizer estar decepcionada com a postura da cantora, que respondeu:

Você é privilegiada, você não passou pelo que eu passei, você comeu angu frito? Você viveu sem ter o que comer um dia? Claro que não, você é branca, né? Eu lutei sozinha. E não vou deixar ninguém, muito menos você, que pode ser a rainha que for, me desrespeitar. (Santos, 2024, *online*).

Assim, as demonstrações do orgulho que Jojo sente em relação a sua trajetória de vida nem sempre aparecem em momentos nos quais tal trajetória foi posta em cheque. No

caso apresentado, a história de vida de Jordana, com suas dificuldades e percalços, não era o alvo da crítica; mas sim, suas recentes manifestações políticas públicas e a forma com que foram feitas. Essa situação vai de encontro com o que Vaz (2014) chama de “vergonha reflexiva”. Ao tratar sobre as narrativas de *bullying* das celebridades, o pesquisador articula que tal conceito representa a “(...) coragem de vir a público revelar seu segredo, elevando sua autoestima pela valentia demonstrada e por ajudar a todos aqueles que ainda sofrem em silêncio por dependerem afetivamente de preconceituosos.” (Vaz, 2014, p. 42). Nessa situação, Jordana faz uso da vergonha reflexiva ao dizer que não aceitará ser desrespeitada. Isso porque, para a artista, vir a público e expressar suas convicções políticas é um ato de coragem que deve servir de inspiração, não ser foco de represálias.

Ainda que o conceito seja usado pela própria em instantes como o descrito, a imprensa também o usa quando fala sobre ela. Pela Gazeta do Povo, assumido porta-voz de pautas conservadoras e do Brasil Bolsonaroista em 2018, Paulo Cruz lhe dá as boas vindas. O colunista discorre sobre como faz sentido que Jordana seja conservadora, pois carrega consigo “a voz da ancestralidade, da sabedoria dos antigos” (Cruz, 2024, *online*). Ao fim de seu texto, Todynho é recebida com carinho por ele, que oferece seu apoio e espera “tê-la como uma verdadeira aliada na trincheira daqueles que não pretendem sucumbir à pressão da violência ideológica e ao ódio do bem.” (Cruz, 2024, *online*).

Aqui, diferentemente dos momentos anteriores, a coragem em ser sincera com seus posicionamentos políticos é vista como parte de um dos sentidos da autenticidade de Jojo, o de manter-se fiel às suas origens. Assim, o “outro”, aquele que discorda de seu posicionamento ou da forma que foi feito, é visto como preconceituoso, pois, como proposto por Vaz (2014, p. 43), o preconceito perde sua forma definida através da vergonha reflexiva e da autenticidade generalizada. O que passa a existir é um ente preconceituoso que tomará forma conforme as necessidades narrativas do indivíduo. Ele não é mais só o racista, machista ou o homofóbico, mas sim “(...) todo aquele com quem estamos em conflito ou que nos critica.” (Vaz, 2014, p. 43).

Ademais a tais discussões, é importante observar como neste contexto existe um relativismo suave, próprio da autenticidade (Taylor, 2007). As críticas aos valores dos demais não são bem vindas, pois todos temos o direito de viver nossas vidas como bem entendemos. Na verdade, o que não é bem querido dentro dessa nova ética (da autenticidade) é a intolerância (Taylor, 2007, 484). Dessa forma, é significativo que, ao

falar sobre seu descontentamento com a posição da Avon, Jordana diga estar decepcionada com uma marca que “está se deixando levar pela ideologia, que a gente não pode mais expressar quem somos.” (Moratelli, 2024, *online*).

Para uma figura que cresceu com e por sua autenticidade, é compreensível o espanto quando algo verdadeiro sobre si é recebido de forma negativa, e até violenta, como aconteceu após sua primeira transmissão ao vivo. Segundo a cantora, a decisão de restringir a música feita em homenagem à comunidade LGBTQIAPN+ veio após sofrer gordofobia e racismo. Jordana deixa claro que suas escolhas políticas são pessoais e que não aceitará ser ofendida por isso, principalmente porque os ataques só começaram depois de ter se posicionado politicamente (Cruz, 2024). Para além do fato de tais ações serem intrinsecamente condenáveis, é possível observar como, mais uma vez, Jordana enxerga a expressão de seu posicionamento político como parte da expressão de sua autenticidade.

Considerações finais

Neste artigo, investigamos os contornos que a autenticidade de Jojo Todynho toma na esfera pública considerando, principalmente, as observações da imprensa. Para tanto, resgatamos de forma breve a história do conceito e das mudanças que este sofreu com o passar dos séculos. Através de estudos da área da Comunicação, buscamos ilustrar como este ideal adentrou às massas e às mídias e, ao lado da performance, alcançou o lugar de cerne moral da vida contemporânea. Ao adentrar a análise da autenticidade como *marketing*, pudemos observar como, frequentemente, Jordana mobiliza os sentidos de diversidade, coragem e verdade como intrínsecos a ela, o que vai de encontro com as formas que a autenticidade tomou com sua popularização. Isso permite que tais sentidos sejam estendidos às parcerias da artista, fazendo com que as marcas com que se relaciona também sejam vistas como autênticas.

Por fim, no que tange a autenticidade como fidelidade às origens, percebemos como Jojo, conscientemente ou não, usa do conceito para legitimar suas ações. Como observado nas bibliografias apresentadas, com seu avanço e generalização, a autenticidade passou a servir como amparo moral para que o indivíduo pudesse se reafirmar em determinados contextos nos quais se sentia impossibilitado de ser seu verdadeiro eu. Assim, ao acionar o sentido de fidelidade às origens, Jordana

corriqueiramente o faz em circunstâncias nas quais enxerga o outro como cerceador de sua autenticidade.

Referências

ALUNA de Direito, Jojo Todynho diz que está se especializando para ser delegada e defender direitos das mulheres. **IstoÉ [online]**, São Paulo, 19 mar. 2024. Gente. Disponível em: <https://istoe.com.br/aluna-de-direito-jojo-todynho-diz-que-esta-se-especializando-para-ser-delegada-e-defender-direitos-das-mulheres/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BROLLI, G. Caju inova no mercado de benefícios ao nomear Jojo Todynho como conselheira consultiva. **Blog da Caju [online]**, São Paulo, 8 fev. 2024. Institucional. Disponível em: <https://blog.caju.com.br/institucional/jojo-todynho-conselheira-caju/>. Acesso em: 5 nov. 2024.

CAMPANELLA, B. **Os olhos do grande irmão: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil**. Porto Alegre, Sulina, 2012.

CARVALHO, K. Após foto com Michelle Bolsonaro, Jojo Todynho diz que irá retirar música LGBT das plataformas. **O Tempo [online]**, Minas Gerais, 15 set. 2024. Entretenimento. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/entretenimento/2024/9/15/apos-foto-com-michelle-bolsonaro-jojo-todynho-diz-que-ira-retir>. Acesso em: 10 fev. 2025.

CRUZ, P. Bem-vinda, Jojo!. **Gazeta do Povo [online]**, Paraná, 18 set. 2024. Vozes. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/paulo-cruz/jojo-todynho-preta-de-direita-cancelamento/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

DIÁRIO Delas. Moda Internacional: Jojo Todynho e a inclusão. **Diário do Vale [online]**, Rio de Janeiro, 2 jul. 2024. <https://diariodovale.com.br/tempo-real/moda-internacional-jojo-todynho-e-a-inclusao/>. Acesso em: 16 dez 2024.

FAVALLE, P. Jojo Todynho: “Sempre notei-me como artista e sentia que era diferenciada”. **Harper’s Bazaar Brasil [online]**, 3 fev. 2022. How Bazaar! Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/estilo-de-vida/jojo-todynho-sempre-notei-me-como-artista-e-sentia-que-era-diferenciada/>. Acesso em: 16 dez. 2024.

FELIX, F. O caso Jojo Todynho: como escolhemos nossas referências. **Revista Movimento [online]**, São Paulo, 20 set. 2024. Disponível em: <https://movimentorevista.com.br/2024/09/o-caso-jojo-todynho-como-escolhemos-nossas-referencias/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

FERNANDES, A. C. Veja Limpeza e Jojo Todynho: uma parceria que brilha com autenticidade e representatividade. **Africanize [online]**, 24 abr. 2024. Afri News. Disponível em: <https://africanizeoficial.com.br/veja-limpeza-e-jojo-todynho-uma->

parceria-que-brilha-com-autenticidade-e-representatividade#sub. Acesso em: 10 fev. 2025.

GUIGNON, C. **On being authentic**. Londres: Routledge, 2004.

JOJO Todynho sobre fim de contrato com a Avon: “joguei tudo fora”. **O Antagonista [online]**, 28 out. 2024. Entretenimento. Disponível em: <https://oantagonista.com.br/entretenimento/jojo-todynho-sobre-fim-de-contrato-com-a-avon-joguei-tudo-fora/>. Acesso em: 6 dez. 2024.

JOJO Todynho vira conselheira de startup de RH. **Poder360 [online]**, Distrito Federal, 8 fev. 2024. Poder Empreendedor. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-empresendedor/negocios/jojo-todynho-vira-como-conselheira-de-startup-de-rh/>. Acesso em: 6 dez. 2024.

JOJO Todynho. **Caras [online]**, São Paulo. Personalidades. Disponível em: <https://caras.com.br/perfil/jojo-todynho.phtml>. Acesso em: 16 fev. 2025.

JOJO Todynho. **Quem [online]**, São Paulo. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/famoso/jojo-todynho/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

JOJO Todynho: "Sou preta, sim, e de direita! Tô me sentindo livre!". **Brasil Paralelo [online]**, São Paulo, 15 set. 2024. Política. Disponível em: <https://www.brasilparalelo.com.br/noticias/jojo-todynho-sou-preta-sim-e-de-direita-to-me-sentindo-livre>. Acesso em: 5 fev. 2025.

MAZETTI, H. **Autenticidade e a normalização do ódio por políticos de extrema direita**. Esferas, v. 3, n. 31, 21 dez. 2024. DOI: <https://doi.org/10.31501/esf.v3i31.15274>.

MORATELLI, V. A briga de Jojo Todynho com Avon após apoio a Michelle Bolsonaro. **Veja [online]**, São Paulo, 4 nov. 2024. Veja Gente. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/a-briga-de-jojo-todynho-com-avon-apos-apoio-a-michelle-bolsonaro>. Acesso em: 11 jan. 2025.

NEVES, M. Jojo Todynho: após sucesso, artista faz aula de canto e sessões com fonoaudióloga: 'Na luta para evoluir'. **G1 [online]**, 24 abr. 2018. Pop & Arte. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/jojo-todynho-apos-sucesso-artista-faz-aula-de-canto-e-sessoes-com-fonoaudiologa-na-luta-para-evoluir.ghtml>. Acesso em: 5 dez. 2024.

OLIVEIRA, C. Quem é Jojo Todynho? Biografia, carreira e polêmicas da cantora. **Área de Mulher [online]**, Goiás, 11 set. 2020. Celebridades. Disponível em: <https://areademulher.r7.com/celebridades/quem-e-jojo-todynho/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

OLIVEIRA, R. Jojo Todynho a brasileira “improvável” que venceu com “verdade”. **Só Notícia Boa [online]**, Distrito Federal, 18 dez. 2020. Disponível em: <https://www.sonoticiaboia.com.br/2020/12/18/jojo-todynho-brasileira-improvavel-venceu-verdade>. Acesso em: 21 nov. 2024.

RAMOS, J. Jojo Todynho no Rio2C 2024: A Força da Autenticidade na Era das Máscaras. **Revista Pãhnorama [online]**, Rio de Janeiro, 5 jun. 2024. Disponível em:

<https://www.pahnorama.com.br/post/jojo-todynho-no-rio2c-2024-a-forca-da-autenticidade>. Acesso em: 24 nov. 2024.

SANTOS, R. Sonia Abrão dá conselho para Jojo Todynho e recebe resposta dura da cantora: “Guarda pra você”. **Área VIP [online]**, São Paulo, 31 out. 2024. Famosos. Disponível em: <https://www.areavip.com.br/famosos/sonia-abrao-da-conselho-para-jojo-todynho-e-recebe-resposta-dura-da-cantora-guarda-para-voce/>. Acesso em: 6 jan. 2025.

SIBILIA, P. **Autenticidade e performance**: a construção de si como personagem visível. *Fronteiras*, v. 17, n. 3, 2015. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2015.173.09>.

TAYLOR, C. **A ética da autenticidade**. São Paulo: Realizações, 2011.

TAYLOR, C. The age of authenticity. In: **A secular age**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2007, p. 473-504.

TILIA, C. “Eu sou verdadeira, por isso cheguei tão longe”, diz Jojo Todynho. **Forbes Brasil [online]**, São Paulo, 6 jun. 2024. Forbes MKT. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mkt/2024/06/eu-sou-verdadeira-por-isso-cheguei-tao-longe-diz-jojo-todynho/>. Acesso em: 4 dez. 2024.

TRILLING, L. **Sinceridade e autenticidade**: a vida em sociedade e a afirmação do eu. São Paulo: É Realizações, 2014.

VAZ, P. R. G. **Na distância do preconceituoso**: narrativas de bullying por celebridades e a subjetividade contemporânea. *Galáxia*. São Paulo, n. 28, p. 32-44, dez. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-25542014219044>.