

American Crime Story – The People v. O.J. Simpson: Um olhar sobre questões éticas na representação da imprensa na série de TV¹

Beatriz de Souza RODRIGUES²
Brenno Farias CARVALHO³
Caíque Pereira Ribeiro da SILVA⁴
Jean Carlos Telles MENDES⁵
Karen de Carvalho BANDEIRA⁶
Roberta do Prado Consul REY⁷
Sandra Sueli Garcia de SOUSA⁸

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ

RESUMO

O julgamento do ex-jogador de futebol estadunidense O.J. Simpson retornou à pauta social em 2016 com o seriado *American Crime Story: The People v. O.J. Simpson*. Retratando da ocorrência do crime ao veredito do júri, a série de TV também representou uma variável imprescindível no caso: a mídia. A fim de analisar a ética jornalística incutida na imprensa representada, optamos pelo método do estudo de caso, com foco na primeira temporada, exibida pelo canal americano FX. Dessa forma, a análise decorre sobre os seguintes apontamentos observados no jornalismo encenado no seriado: invasão de privacidade, racismo, sensacionalismo, sexismo e vida pública-privada. Para tal, utilizamos autores como Bucci (2000), Karam (1997), Meana (2004), Morín (1967) e Munanga (2000), que conceituam tais temas e discutem a ética no jornalismo, baseados na triagem de cenas específicas dos dez episódios selecionados.

PALAVRAS-CHAVE: American Crime Story; ética; ficção seriada; O.J. Simpson; representação da mídia.

1. INTRODUÇÃO

O circo midiático ao redor do caso criminal de Orenthal James Simpson, mais conhecido como “O.J.” ou “The Juice” (“O.J.” é uma abreviatura nos EUA para *orange juice*, forma inglesa de “suco de laranja”), marcou a história por seu legado dentro e

¹ Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Graduanda do 7º período do curso de Jornalismo da UFRRJ.

³ Graduando do 7º período do curso de Jornalismo da UFRRJ.

⁴ Graduando do 7º período do curso de Jornalismo da UFRRJ.

⁵ Graduando do 7º período do curso de Jornalismo da UFRRJ.

⁶ Graduanda do 7º período do curso de Jornalismo da UFRRJ.

⁷ Graduanda do 7º período do curso de Jornalismo da UFRRJ.

⁸ Orientadora do trabalho, docente do curso de Jornalismo da UFRRJ.

fora do tribunal. Estrela de campanhas publicitárias e projetos em Hollywood, Simpson se viu como protagonista do julgamento mais polêmico da década de 1990.

Nascido em 9 de julho de 1947 na cidade de São Francisco, Califórnia, Simpson foi o terceiro filho de Eunice e James Simpson, uma técnica hospitalar (TOOBIN, 2016) e um chefe bancário (JET MAGAZINE, 1986). Destacando-se no futebol americano, O.J. conseguiu uma bolsa de estudos na Universidade do Sul da Califórnia. Com uma trajetória atravessada por grandes times, prêmios e homenagens, Orenthal também participou de campanhas publicitárias e filmes, tais quais “Inferno na Torre” (1974), “Capricórnio Um” (1978) e “Corra Que A Polícia Vem Aí” (1988).

A derrocada de sua carreira aconteceu quando foi acusado de ter assassinado a facadas Nicole Brown, sua segunda ex-esposa, e Ronald Goldman, amigo da vítima, na madrugada de 12 de junho de 1994, em Los Angeles, Califórnia. O processo durou de 24 de janeiro de 1995 a 3 de outubro do mesmo ano, julgado, então, inocente. A incessante cobertura da mídia sobre o julgamento, com sessões do tribunal televisionadas e superexposição da vida íntima dos advogados da defesa e promotoria, deu-lhe a fama de julgamento mais midiático da história americana.

Caudatário desse cenário, o seriado *American Crime Story: The People v. O.J. Simpson* (“História de Crime Americana: O Povo vs. O.J. Simpson”, em tradução livre) retrata o caso citado em uma temporada de 10 (dez) episódios, com média de 60 minutos cada. Criada por Scott Alexander e Larry Karaszewski, e desenvolvida por Brad Simpson, Nina Jacobson, Brad Falchuk & Ryan Murphy⁹, a produção se baseia no livro “American Crime Story: O Povo contra O.J. Simpson”, de Jeffrey Toobin¹⁰.

Ao longo do arco televisionado, observa-se o papel fundamental da imprensa norte-americana na trama de O.J., logo, este estudo pretende analisar se a série de TV em voga representa tal mídia com caráter antiético, com base em trabalhos de referência na área, tal qual de Francisco José Karam (1997) e Eugênio Bucci (2000). Através da exibição e observação dos episódios, repórteres e afins envolvem-se com pontos negativos da moral profissional.

⁹ Informação disponível em <http://www.ew.com/article/2015/05/21/american-crime-story-first-look>. Acesso em 9 de junho de 2016.

¹⁰ Informação disponível em <http://www.ign.com/articles/2014/10/07/fox-orders-american-crime-story-from-american-horror-story-creator>. Acesso em 9 de junho de 2016.

2. ÉTICA JORNALÍSTICA X CASO O.J. SIMPSON

A discussão da ética jornalística enquanto conduta profissional vai além de padronizar regras e dizer como devemos agir. Apesar de tentarmos exprimir um filete de sua totalidade no presente artigo, precisamos ter em mente o que Christofolletti (2008) já bem delimitou: trata-se de um mito encarar que a ética fique limitada a um montante de conceitos extraídos de uma pilha de livros, porque é um assunto que interessa a todos. A ética se encontra conectada à vida diária, a qual não podemos evitar.

Essa moral na imprensa é ponderada, na verdade, com a população. No geral, deve sempre buscar atingir, de maneira coerente, os fatos e versões originais, sem manipulações desnecessárias. A aceitabilidade desse discurso é fundamental para alcançarmos perspectivas saudáveis socialmente, ou seja, valores éticos que façam o público se sentir parte do conjunto humanístico e, portanto, jornalístico. Nesse ponto, Bucci (2000) concentra-se em buscar os significados para uma melhor ética da profissão, e como a informação, em sua completa versão, chega à sociedade.

Em contrapartida, Karam (1997) diz que a ética no jornalismo só é delimitada conforme a sociedade crescer e conseguir identificar falhas em suas próprias visões de mundo e moralidade. Todavia, ele condena a desonestidade dos meios de comunicação que desrespeitam seus Códigos de Conduta e, conseqüentemente, a ética que defende. Tal qual Christofolletti (2008), o autor em questão acredita que o parecer ético não se reduz à normatização da escrita, mas sim faz parte do conjunto interno do profissional, que deve se refletir na prática do trabalho cotidiano e, dessa forma, interagir com a totalidade social.

Ademais, passados vinte anos desde que o crime envolvendo O.J. aconteceu, um artigo do site Observatório da Imprensa (NUNES, 2014) nos relembra como o caso influenciou o consumo de notícias, não só nos EUA, mas no mundo. O impacto foi tanto que lhe é atribuído o surgimento dos canais televisivos de “notícias 24 horas”, *reality shows* e a tradição da sede por fofocas de celebridades.

E foi exatamente a popularidade de uma celebridade como O.J. que tornou a suspeita do crime em choque ao povo americano em 1994. O verdadeiro Simpson não poupou esforços para terminar aquele circo o quanto antes, contratando para sua defesa uma equipe de advogados de peso. Entre eles, estavam Robert Kardashian, Robert

Shapiro e Johnnie Cochran, famosos no cenário legislativo dos EUA.

Além disso, a fama do acusado foi um fator crucial também da proporção e visibilidade que o caso tomou. Não tardou para a espetacularização midiática dar as mãos ao chamado “juízo do século”, assistido por mais de vinte milhões de pessoas e quebrador de recordes inesquecíveis de audiência no país¹¹.

Por meio desses apontamentos, é possível preludir nosso entendimento na ligação intrínseca entre o legado do julgamento e o circo midiático que fluía dentro e fora do tribunal. Contudo, diante dos questionamentos éticos que isso agrega, notam-se problemas claros nesse jornalismo espetáculo que, por sua vez, apura segundo sua própria conveniência, insere imagens artificiais, altera falas de suspeitos e propaga em seu público a crença em uma determinada “verdade absoluta”, violando o elo entre o real e o imaginário (BAYER, 2003).

3. ANÁLISE

Para suplantar essa perspectiva, pretendemos observar a série citada, baseada no caso criminal real, questionando se ela, em suma, representa a imprensa enquanto um órgão antiético do corpo social. Nesse escopo, analisamos todos os 10 (dez) episódios da primeira temporada do seriado, cada um com média de 60 minutos de duração, para encontrar situações, intenções e construções narrativas que expressassem e associassem a falta de ética profissional à figura da mídia como um todo.

Compreendemos, portanto, a seleção de cinco temáticas listadas a seguir, presentes nesse primeiro ano da produção *American Crime Story* e que se colocam sobre as cenas-exemplo. Os temas corroboram no quadro geral de tal problemática, em que a mídia é retratada na série de TV em voga, de fato, como antiética. Logo, nosso recorte metodológico de estudo de caso¹² evidenciou 1) Invasão de privacidade 2) Racismo 3) Sensacionalismo 4) Sexismo e 5) Vida Pública-Privada.

Por meio de um estudo de caso¹³, elegem-se três cenas que exemplificam as

¹¹ Informação disponível em: <http://www.darksidebooks.com.br/american-crime-story-o-povo-contra-o-j-simpson/>. Acesso em: 22 jun. 2016.

¹² Ver referência nº 3.

¹³ Segundo Robert Yin (2001), um estudo de caso abarca uma averiguação empírica que investiga um evento contemporâneo dentro de seu contexto da vida real. Além disso, trata-se de uma metodologia que não representa apenas uma coleta de dados, tampouco uma característica do planejamento em si, mas sim

temáticas problematizadas e corroboram na falta de ética da imprensa representada. Assim, há o esmiuçamento do decorrer dos momentos de envolvimento da imprensa e suas respectivas execuções no seriado, em paralelo à fundamentação teórica de seus conceitos e aplicabilidade no escopo ético das práticas jornalísticas contemporâneas.

3.1. INVASÃO DE PRIVACIDADE

Objeto de pauta jornalística desde os tempos imemoriais da prática, alguns exemplos atuais de invasão de privacidade¹⁴ podem ser pincelados do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 2007) a fim de corroborar na compreensão do cenário retratado na série. Inclusive, o 9º artigo relata um dever em particular: o respeito do direito à privacidade. Em sequência, o artigo de nº 13 descreve que a divulgação de fatos com interesse de vantagem financeira ou benefício próprio devem ser evitados pelos jornalistas. Paralelamente, o ponto 14 lembra da pluralidade de fontes, ao passo que o jornalista deve sempre, antes de quaisquer publicações, ouvir todas as fontes mencionadas que sejam acusadas sem prova e tratar com respeito todos os envolvidos.

Durante os dez episódios do seriado, torna-se evidente a distância da imprensa a tais pontos, pela maneira evasiva como explorou o caso e atingia em cheio os debates sobre invasão de privacidade. Logo no episódio piloto¹⁵ (“Das Cinzas da Tragédia”, em tradução livre do original *From the Ashes of Tragedy*), Robert Shapiro (John Travolta), advogado de defesa de O.J (Cuba Gooding Jr.), após o mandato de prisão contra seu cliente, tenta negociar com a polícia por uma “entrega amigável”. O motivo era evitar uma temida prisão midiática.

A essa altura, a imprensa já estava ávida para noticiar qualquer material relacionado a Simpson. Nesse mesmo capítulo estreante, quando é encenado o velório de Nicole Brown, ex-mulher de O.J., um montante de fotógrafos e repórteres se

uma pesquisa mais abrangente.

¹⁴ Pioneiros na conceituação do termo, para Brandeis & Warren (1890), o direito à privacidade pode ser compreendido como a legislação de garante a resguarda de informações particulares. Trata-se, para eles, do “direito de ser deixado em paz” (originalmente no inglês, *the right to be let alone*).

¹⁵ O termo “episódio piloto” se refere ao primeiro capítulo de uma série de TV, que tem o objetivo de demonstrar o que o seriado em questão pode oferecer caso encomendem uma temporada completa. Segundo Terrace (2013), a nomenclatura não existia antes da década de 50 e, até então, essas produções eram chamadas de “programas experimentais”, “testes”, “possibilidades” e “futuros”.

aglomera em torno da entrada do local, registrando cada um que saía dos carros e ia em direção à capela – os filhos de Nicole e O.J., aliás. Por mais que Shapiro pedisse que não fotografassem e respeitassem o luto, os profissionais não cessaram os flashes.

No quarto episódio (“100 Porcento Não-Culpado”, em tradução livre do original *100 Percent Not Guilty*), Faye Resnick, amiga de Nicole, procurou jornalistas para escrever um livro sobre a intimidade da vítima, além de seu relacionamento com O.J. No seriado, o livro entra rapidamente para a lista dos mais vendidos do jornal *The New York Times*. Ao passo que Resnick vai à TV divulgar o escrito, o juiz responsável pelo caso chega a adiar o julgamento devido à nova grande exposição na imprensa.

Entretanto, delimitar a invasão de privacidade que os envolvidos no caso de Simpson sofreram é, apesar da grandiosidade adquirida pelo crime, um único ingrediente amargo em uma receita bem mais complexa do que parece. Uelmen (2016:3) até reforça o caráter equivocado da cobertura midiática da época, pois “as câmeras não eram os verdadeiros réus. Eram os tablóides, que viram no julgamento uma fonte de deleite e entretenimento, e os membros da imprensa seguiram essa liderança”.

Em paralelo, Karam (1997:86) defende a dificuldade de, em grandes e delicados cenários jornalísticos como esse, definir-se categoricamente “os limites daquilo que pode ser de domínio público e daquilo que deve ser respeitado como propriamente privado”. Para o autor, a consciência do limite entre invadir ou não essa privacidade, partindo do pressuposto de uma motivação de interesse público, acaba sendo firmada de forma individual em cada profissional por sua consciência moral.

3.2. RACISMO

A discussão racial é fortemente abordada do início ao fim do julgamento de O.J Simpson, dentro e fora da corte. Enquanto organizadora social, a mídia constrói e reconstrói representações sociais diárias, estabelecendo padrões e questões que atingem nossas ações e concepções de nós mesmos e do mundo, e, majoritariamente, a construção de consciências e identidades. Em *American Crime Story* não é diferente.

O primeiro e grande destaque do racismo¹⁶ midiático discutido na série foi

¹⁶ Segundo Munanga (2000), racismo é a crença na existência das raças hierarquizadas de modo natural pela relação entre o físico, a moral, o intelecto e a cultura. Conforme ressaltam Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998), não se trata da definição da diversidade humana étnico ou racial, realizada pela biologia

quando a famosa revista *TIME* manipulou o registro fotográfico policial de O.J, no terceiro episódio, (“O Time dos Sonhos”, em tradução livre do original *The Dream Team*). Sob o pretexto da “dramaticidade”, o veículo escureceu a imagem de O.J.

Em paralelo, lembramos que Karam (1997:101) ressalta as escolhas implícitas de jornalistas e fotógrafos sempre que publicam e divulgam alguma informação. Segundo ele, a consciência profissional do jornalista precisa levar em consideração a extensão pública de seu exercício, com as consequências sociais que produz. Além disso, há uma responsabilidade que demanda a revelação de acontecimentos acontecimentos independentemente de posições particulares.

No encaixe desse *case*, Robert Shapiro, um dos advogados de defesa do réu, passa a projetar publicamente a ideia de que não só a mídia, mas também a acusação são puramente motivadas pelo fato de O.J. ser negro e bem sucedido. Nesse ínterim, ele tenta encaixar a pauta racial em quaisquer veículos de imprensa que lhe dê espaço.

Ainda nesse terceiro capítulo, Shapiro recebe um jornalista da revista *The New Yorker* em seu escritório para uma conversa, oportunidade ideal para reforçar sua estratégia. A entrevista ao *The New Yorker* suscitou um dos pilares da defesa durante o julgamento: segundo Shapiro, a polícia racista armou tudo para prejudicar a inocência de Orenthal, plantando pistas falsas na cena do crime e arredores. A imprensa explorou a nova perspectiva e, de certa maneira, o olhar geral para longe das vítimas e dentro da suposta armação para O.J.

Por outro lado, dialogando com este discurso, Bobbio, Matteucci & Pasquino (1998:1059) frisam a historicidade no que diz respeito à perseguição das raças. Para eles, “Racismo é um fenômeno tão antigo quanto a política, na medida em que, em nome da identidade étnica, é capaz de fortalecer o grupo social contra um inimigo verdadeiro ou suposto”. Partindo desse princípio, o acusado não teria chances de se defender se não fosse pelo destaque jornalístico à temática racial.

No quarto episódio, duas reportagens de capa do jornal *Los Angeles Times* são retratadas discutindo esse tópico – “Promotoria está alvejando os jurados negros” (tradução livre do original *Prosecutors Targeting Black Jurors, Claims Cochran*) e

ou antropologia, mas sim a referência da conduta do indivíduo à sua própria raça e, principalmente, a utilização política de determinados supostos pareceres científicos para fundamentar um discurso de superioridade de uma raça diante das demais.

“Advogados discutem sobre raça” (tradução livre do original *Lawyers Face Off Over Race*) são suas manchetes. Ao invés de variar os pontos de vista e opiniões sobre isso, o meio de comunicação seguiu sob a bandeira do racismo que a defesa erguia.

Entretanto, Karam (1997:89) reforça que a variedade de fontes, meios, opiniões e interpretações é fundamental a fim de, “num debate político proporcionado pela tecnologia contemporânea, tornar possível discutir o presente e projetar o futuro não apenas com os preconceitos do passado”.

3.3. SENSACIONALISMO

A espetacularização de determinado assunto, independente de sua veracidade ou pertinência pública, foi uma das estratégias midiáticas da imprensa em *American Crime Story*. Esse sensacionalismo¹⁷ transgrediu radicalmente a ética precisa, e a relevância dos fatos não se revelou bem uma prioridade durante o desenrolar das cenas.

A partir disso, é possível, notar em determinados capítulos, a maneira como o caso do assassinato da antiga esposa de Simpson e um amigo da vítima foi visto como uma grande novela nas TVs americanas – a cobertura do julgamento, inclusive, é entendida hoje como o primeiro *reality show* da história televisiva¹⁸. Tal prática influenciava, não só a visão do telespectador – negativamente, por exemplo, no caso da promotora Marcia Clark –, como também repercutiu no veredito final¹⁹.

No primeiro episódio do seriado, após ser informado sobre o assassinato de sua ex-esposa Nicole, O.J. – já apontado como suspeito – chega à própria casa²⁰, onde policiais o algemam. Um cinegrafista escondido atrás do muro registrou a cena, que logo foi transmitida na TV. O que não se mostrou foi que, segundos depois, tiraram a

¹⁷ Segundo Morin (1967:104), o sensacionalismo compreende um recurso linguístico, disponível na interligação do público à história relatada. É a dramatização transformada em destaque, possuindo características em que “tudo pode ser comovente, sensacional, excepcional”.

¹⁸ Informação disponível em: <http://www.vanityfair.com/style/society/2014/06/oj-simpson-trial-reality-tv-pop-culture>. Acesso em 22 jun. 2016.

¹⁹ No julgamento original, um estudo realizado com os jurados revelou uma conexão entre o interesse por tablóides sensacionalistas e a crença na inocência de Simpson (TOOBIN, 2016:220).

²⁰ O O.J. da vida real morava no bairro elitista de Brentwood, em Los Angeles, Califórnia, situação também retratada na série. Na época em que vivia por lá, as atrizes Meryl Streep, Michelle Pfeiffer e o ator Harrison Ford também eram moradores do lugar. Era difícil para qualquer um não se deparar com uma celebridade naquelas ruas. Informação disponível em: <http://www.vanityfair.com/style/society/2014/06/oj-simpson-trial-reality-tv-pop-culture>. Acesso em 22 jun. 2016.

algema de Simpson por não haver nenhum mandato.

Nessa linha, percebemos que a abordagem sensacionalista dos meios comunicacionais na série foi o início de uma era marcada por coberturas e veiculações detalhadas, independente de seu grau de relevância.

Outra cena conveniente ao assunto, já no segundo capítulo (“A Corrida de sua Vida”, em tradução livre do original *The Run of His Life*), relata a transmissão da final da Associação Nacional de Basquetebol (mundialmente conhecida como NBA). Porém, o diretor de uma emissora de TV exige que cortem para a perseguição da fuga de carro de O.J. em rede nacional em detrimento da exibição do jogo. Ao ser questionado sobre a relevância da veiculação por um dos controladores de câmera, o diretor conclui que “O.J. é notícia, entretenimento e esporte.”

Para Karam (1997:53), essa é uma questão inerente nas discussões éticas e complexas do campo. Afinal de contas, o jornalismo, ao remodelar o mundo, revelando-o em sua pluralidade de fatos e versões, trouxe consigo algo pertinente: a necessidade de discernir os acontecimentos de interesse público paralela ao dever de publicá-los, antevendo suas consequências e correspondendo a princípios da diversidade social. É quando “a preocupação com a questão ética surge ao mesmo tempo em que se tenta garantir e ampliar o direito social à informação”.

Assim, tudo era passível de ser noticiado desde que o crime envolvendo o célebre ex-jogador de futebol veio à tona. Os meios de comunicação utilizaram-se desse fato para aumentar a audiência com qualquer tipo de informação, sem se limitar à explicação da imagem de O.J., envolvendo o *hall* de advogados de ambos os lados do tribunal, conforme explicamos nos tópicos anteriores.

A partir disso, temos resquícios de práticas jornalísticas recorrentes até os dias atuais. Por exemplo, no terceiro episódio da série, houve a utilização do áudio de fitas de emergência da polícia, até então evidências exclusivas da promotoria, transmitido em rede nacional pela TV. As gravações continham uma ligação de Nicole anos antes do crime, expondo seu pedido de socorro por O.J. ter invadido sua casa transtornado.

No capítulo anterior a esse, Clark assiste à preparação de uma reportagem sobre Simpson, em que era lhe atribuída uma imagem heróica. Simultaneamente, ele fugia em carro com um amigo e era perseguido pela polícia em uma rodovia de alta

velocidade. Logo, um estranhamento decai sobre a promotora, tanto pelo ex-jogador ainda estar vivo – ao contrário do teor *post-mortem* da reportagem –, quanto pela angulação homérica do conteúdo midiático sobre alguém que, até então, era suspeito de duplo homicídio. Clark questiona o porquê daquilo soar como um tributo. A resposta paira no ar: a intenção da emissora de comercializar uma comoção pública.

Em entrevista a Luís Martino (2010), doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP, Karam comenta sobre esta feição jornalística e seu embate com a ética da profissão:

O jornalismo hoje trata a informação das duas formas: como bem social e como mercadoria. Se fosse só mercadoria, não poderíamos ter acesso à infinidade de fatos e versões de grande relevância social que acompanhamos diariamente, especialmente pela mídia impressa. Se fosse só bem social, não teríamos fatos e versões embalados pelo marketing informativo, com maior rendimento de acordo com as posições políticas, ideológicas e econômicas de setores da mídia. (KARAM *apud* MARTINO, 2010)

Em vista dos pareceres mencionados, há uma factível compreensão do modo em que o processo contra Simpson mobilizou, paralelamente ao itinerário legislativo, o suprássumo dos veículos de comunicação no seriado e sua sede de ética questionável por audiência. Se hoje vivenciamos tal sensacionalismo na imprensa, na busca pelos detalhes mais íntimos na vida das celebridades, tal situação também se deve, diretamente, a Orenthal James Simpson.

3.4. SEXISMO

Em concordância ao que foi expresso, a porosidade do caso de O.J. retrata sua magnitude tentacular na cultura popular dos Estados Unidos e na história de seu campo judiciário como um todo. O sexismo²¹ figurou enquanto um desses tentáculos, alcançando uma presa bem longe do fundo do mar: Marcia Clark, promotora do caso.

Recém-saída em divórcio do segundo casamento, Marcia cuidava de dois filhos pequenos que viviam com ela e ainda disputava sua guarda na Justiça com o ex-marido. Além disso, sua aparência e comportamento desencaixados dos estereótipos patriarcais

²¹ O termo alemão *Sexismus* possui origem morfológica no inglês norte-americano, *sexism*, desenvolvido pela analogia com a palavra *racism* (racismo) na segunda metade da década de 1960 (KERNER, 2012). Segundo Teresa Meana (2004), sexismo é a atribuição de capacidades, valores e papéis desiguais a mulheres e homens, exclusivamente em função de seus gênero, desvalorizando tudo o que a mulher faz diante do que o homem faz. Marcia é o retrato desse mecanismo de subjulgamento social, exercido pela imprensa dos Estados Unidos na cobertura do caso de O.J.

da época só fomentaram o caos formado ao seu redor. A imprensa estadunidense lançava, então, seus anzóis sobre Clark em paralelo à escassez de novidades do tribunal.

O sexto episódio (“*Marcia, Marcia, Marcia*”) é centrado na promotora, que, em uma das cenas, chega em casa após um longo dia de trabalho e se depara com um programa de televisão a humilhando por suas vestimentas na corte. Na vida real, Donald Vinson, consultor da acusação, até sugeriu que ela adotasse um visual supostamente mais suave, “quem sabe fazendo um penteado novo ou trocando os ternos formais por vestidos” (TOOBIN, 2016:217).

Próximo ao meio do capítulo, Marcia está em uma loja de conveniência e dá de frente com um mostruário com três tablóides diferentes (*Star*, *Globe* e *National Examiner*), todos com o mesmo teor na capa: o destrinchar de seu novo corte de cabelo. “Desastre no salão de arrepiar os cabelos”, “Veredito do cabelo de Marcia: Culpado” e “Cachos do Horror” execravam a figura da advogada nas manchetes em destaque.

Contudo, a situação mais escandalosa envolvendo Clark e sua superexposição na mídia americana encenou-se perto do fim do capítulo mencionado. Ela descobre, no escritório de seu chefe no Departamento de Justiça de Los Angeles, que o tablóide *National Enquirer* publicou fotos suas com os seios à mostra. Os registros eram da época de seu primeiro casamento, em uma viagem de férias. Marcia sentiu-se tão humilhada “que, um dia, começou a soluçar silenciosamente na bancada da promotoria. Escreveu um bilhete para (...) o promotor que sentava ao lado dela: ‘Não aguento mais.’” (*Id.*, 2016:316).

À vista disso, Karam (1997) reforça que, dentre os compromissos do jornalista, jaz a luta para remover as barreiras sociais, culturais, políticas e econômicas que tendenciam a informação. Logo, compreende-se que o sexismo sobre Marcia é uma dessas barreiras, ainda que a imprensa representada na série nada façam para removê-la.

Pelo contrário, acentuam-na através de conteúdos objetificadores, como de programas de TV que a humilhavam, vazamento de fotos íntimas fora do contexto e desvalidação de seu desempenho profissional. Vale ressaltar que, no seriado, os advogados homens de ambos os lados do caso não tiveram suas aparências questionadas pelos veículos de comunicação, muito menos seu trabalho e conquistas ofuscados, por exemplo, por seus cortes de cabelo.

Nesse sentido, o próprio autor alerta para a capacidade existente nas “(...) críticas/angulações morais de um acontecimento e de uma opinião implícita para induzir o leitor, ouvinte, espectador a uma determinada compreensão e posição sobre o tema ou pessoa” (*Id.*, 1997:115). A imprensa da série de TV, ao invés de lutar pela derrubada da desigualdade de gênero, reafirma um retrogradismo antiético e tenta incutir em seu interlocutor, por meio do julgamento, humilhação e diminuição de Marcia Clark, a naturalização de estereótipos machistas vigentes, estruturas de subjuízo socioculturais e restringir a mulher (discurso e pessoa) apenas à “bela recatada do lar”²².

3.5. VIDA PÚBLICA-PRIVADA

Por envolver um ídolo nacional tal qual Simpson, o conflito da Vida Pública-Privada²³ é bastante explorado na série de TV em pauta. O contexto da narrativa encenada permite que verifiquemos empresas de comunicação constantemente pondo à prova a fronteira de sua ética, comprometendo até o próprio andar do julgamento.

No sexto episódio do seriado, o advogado de defesa de O. J., Johnnie Cochran (Courtney B. Vance), famoso nos Estados Unidos pelo ativismo nas causas raciais, é abordado por repórteres que o questionam sobre acusações de violência doméstica contra suas duas ex-esposas.

O mote é evidente: ao trazer a público situações da vida pessoal de uma figura como Johnnie, notamos uma tentativa recorrente da mídia naquele cenário, competindo entre si para saber quem é capaz de apresentar informações novas a respeito do caso. A disputa entre os próprios veículos de imprensa encenados levou a uma carência geral de novidades sobre o julgamento. Para preencher esses “vazios” nos conteúdos, travaram um alvo em um bode expiatório bastante específico: Marcia Clark (Sarah Paulson), que já a enfrentava por conta de seu sexismo, como vimos anteriormente.

Ainda no sexto capítulo da série de TV, o ex-marido de Clark vai à TV acusá-la de abandonar os filhos em casa com a babá frequentemente, devido à extensa carga

²² Expressão em referência à manchete “Marcela Temer: bela, recatada e ‘do lar’”, que encabeçou uma famigerada matéria da revista *Veja*, no dia 18 de abril de 2016, sobre a então quase primeira-dama da República. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/bela-recatada-e-do-lar>.

²³ Habermas (1984) abarca o que chamamos de “Público” a determinados eventos quando eles, em oposição às sociedades fechadas, se tornam acessíveis a qualquer um. Em contrapartida, Arendt (2007) caracteriza a Esfera Privada de forma exatamente contrária, já que seria privar a si mesmo de ser visto e ouvido por todos, limitando-se aos condicionalismos da sobrevivência biológica de casa e da família.

de trabalho no tribunal. Mais uma vez, o veículo de comunicação prioriza seus possíveis ganhos em audiência em prol de sua ética profissional. Afinal, tal ética depende somente “de um fim, bom, para justificar os meios, maus. Por aí, todos chegariam a uma infinidade de justificativas éticas particularistas que levariam a humanidade barbarizada – em seu pior sentido – e não humanizada” (KARAM, 1997:43).

No fim desse mesmo episódio, Clark é vista chorando sozinha em um escritório, quando seu companheiro de trabalho, Chris Darden (Sterling K. Brown), chega para lhe fazer companhia. A transição compulsória que atravessou, de desconhecida à figura pública, cobrou mais um preço: “Não sou uma pessoa pública. Não é o que eu faço. Não sei como fazer isso. Os outros caras... Eles são famosos e chamativos, estão acostumados. Mas eu... Eu não aguento isso”, ela confessa na cena. Alan Dershowitz, consultor de defesa do Simpson verdadeiro, também refletiu sobre isso, em entrevista ao site da emissora de TV americana PBS:

Acho que, depois do Caso O.J. Simpson, a imprensa percebeu que tinham em mãos o que os americanos amaram: julgamentos de celebridades. Se você não é uma celebridade, nós faremos de você uma celebridade. (...) Acredito que a gestão da mídia sobre julgamentos virou uma realidade agora. Você é julgado tanto pela corte, quanto pela opinião pública, pelas cabeças falantes na televisão, e é acusado na frente dos jurados. O perigo está nos jurados serem influenciados pelas cabeças falantes e a cobertura midiática, e as decisões táticas serão feitas pelos advogados e juízes baseados no foco da imprensa sobre o caso. Isso pode ser um grande risco (PBS, 2005).²⁴

Ainda sobre isso, o próprio Karam (1997) elucida que o cerne problemático da questão não se encontra na prática e/ou gênero jornalístico, mas sim no formato, na compreensão de fato, na seleção, na pauta, na ordem hierárquica de suas fontes e fatos, entre outros elementos. Se não há pluralidade, não há diferentes perspectivas ideológicas/sociais que respondam melhor à demanda dos dilemas entre Vida Pública-Privada do que é mostrado em *American Crime Story*.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante a análise do seriado em holofote e suas respectivas exposições, percebe-se a assertividade da problemática em que, de fato, a mídia encenada na série

²⁴ Tradução de trecho da entrevista de Alan Dershowitz ao site da PBS.

de TV é antiética. Tomando o cânone de Karam (1997) e Bucci (200) como base, compreende-se que a representação dessa imprensa feriu inúmeros princípios básicos do funcionamento idôneo do jornalismo.

Fatos foram distorcidos (vide os exemplos de invasão de privacidade e vida pública-privada), tendenciosidades criadas (a visão homérica de O.J., o escurecimento na capa da *TIME*), preconceitos reforçados (o sexismo descarado contra Marcia), informações descontextualizadas, fontes acusadas caladas e a apuração, inúmeras vezes, ficou a ver navios. Por conseguinte, denota-se que a imprensa de *American Crime Story: The People v. O.J. Simpson* não é um exemplo a ser seguido por quaisquer profissionais. Ela é, sim, um perene lembrete histórico, cultural e social de que, em tempos de crise ou não, a prática jornalística é uma faca de muitos gumes éticos, prontos para ferir quem não sabe manejá-los.

REFERÊNCIAS

ARENDDT, Hannah. *A Condição Humana*. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BAYER, Diego Augusto. *Ética dos Meios de Comunicação no Direito Penal: Realidade ou Utopia*. Rio de Janeiro: Revista Científica Temiminós, v. 2, n. 2, 2013.

BOBBIO, Norberto, **MATTEUCCI**, Nicola e **PASQUINO**, Gianfranco. *Dicionário de política*, v. 1. 11. ed. Brasília: UnB, 1998.

BRANDEIS, Louis & **WARREN**, Samuel. *The Right to Privacy*. In: Harvard Law Review, v. 4, n. 5. Cambridge: The Harvard Law Review Association, 1890. Disponível em:

http://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/articles/privacy/Privacy_brand_warr2.html. Acesso em: 21 jun. 2016.

BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. *Ética no Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

FENAJ – FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Brasília: *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*, 2007. Disponível em: http://fenaj.web2015.uni5.net/?page_id=6844. Acesso em: 21 jun. 2016.

JET MAGAZINE. *Ticker Tape U.S.A.*, v. 70, n. 15. Chicago: Johnson Publishing, 1986. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=OLMDAAAAMBAJ>. Acesso em: 22 jun. 2016.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Biblioteca Tempo Universitário, n. 76. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

KARAM, Francisco José Castilhos. *Temas éticos no jornalismo: um problema que nunca termina*. São Paulo: Summus, 1997.

KERNER, Ina. *Tudo é interseccional? Sobre a relação entre racismo e sexismo*. São Paulo: Revista Novos Estudos, Dossiê Teoria Crítica, 93. ed, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *A ética como discurso estratégico no campo jornalístico*.

São Paulo: Revista Científica Líbero, v. 13, n. 26, 2010.

MEANA, Teresa. *Palabras no se las lleva el viento... Por un uso no sexista de la lengua*. Valencia, Espanha: Ayuntamiento de Quart de Poblet, 2004.

MUNANGA, Kabengele. *Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia*. In: Programa de Educação Sobre o Negro na Sociedade Brasileira. Niterói: EdUFF, 2004.

NUNES, Leticia. *Vinte anos do caso que mudou o consumo de notícias*. [S.l.]: Observatório da Imprensa, 2014. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/_ed803_vinte_anos_do_caso_que_mudou_o_consumo_de_noticias/. Acesso em: 22 jun. 2016.

PBS – Public Broadcasting Service. [S.l.]: *The O.J. Verdict: Rating the Media's Performance*, 2005. Disponível em: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/oj/themes/media.html>. Acesso em: 22 jun. 2016.

PEOPLE V. O.J. SIMPSON, The. Direção de Anthony Hemingway, John Singleton e Ryan Murphy. 10 episódios (500 min.), son., color. Legendado. Série *American Crime Story*. Califórnia, EUA: FX Network, 2016.

TERRACE, Vincent. *Encyclopedia of Television Pilots, 1937-2012*. Jefferson: McFarland, 2013.

TOOBIN, Jeffrey. *American Crime Story: O Povo contra O.J. Simpson*. Rio de Janeiro: Darkside Books, 2016.

UELMEN, Gerald F. *The Five Hardest Lessons from the O.J. Trial*. In: *Issues in Ethics*, v. 7, n. 1. Santa Clara: Markkula Center for Applied Ethics, 1996.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.