

## *Jornalismo do Eu e do erotismo na cobertura de celebridades*<sup>1</sup>

*Rogério Pereira Borges*<sup>2</sup>

*Camilla Ribeiro*<sup>3</sup>

*Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás)*

### **RESUMO**

O presente artigo debate as práticas jornalísticas vigentes no chamado jornalismo sobre celebridade, identificando a cultura do Eu e a espetacularização da intimidade, com explícitos apelos sexuais e eróticos como critérios de noticiabilidade cada vez mais naturalizados. Para tanto, analisamos matérias publicadas em sites dedicados a este nicho do jornalismo e também em portais considerados de referência que tratam de questões ligadas à sexualidade e a exploração da imagem do corpo produzidas e disseminadas por duas celebridades, a atriz Bruna Marquezine e o cantor Lucas Lucco. Estudando esses conteúdos, constatamos alterações profundas nas rotinas produtivas do jornalismo em ambientes digitais, cada vez mais dependente de factóides de pouca ou nenhuma relevância, levados à esfera pública por meio de redes sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; celebridades; erotismo; redes sociais

### **Introdução**

As chamadas mídias digitais, sobretudo em suas interfaces designadas como redes sociais, significaram verdadeiras revoluções para o campo da comunicação como um todo. Sua intensa capacidade de disseminação de informações, a possibilidade concreta de interações efetivas, a facilidade de se acessar conteúdos antes restritos a determinados ambientes transformaram as relações com o público, integrando-o de uma maneira inédita nesses processos de composição. Essa inserção têm mudado os trâmites noticiosos nos mais diferentes aspectos, envolvendo todos os agentes que se colocam nesses processos dinâmicos e, em várias ocasiões, imprevisíveis. E naquilo que há de previsível na construção do discurso jornalístico, no que os estudos do campo definiram como rotinas produtivas, as transformações são visíveis e importantes.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 13 a 15 de junho de 2018.

<sup>2</sup>Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Professor-adjunto (TI) do curso de Jornalismo da Escola de Comunicação da PUC Goiás. Coordenador do projeto de pesquisa *Mudanças dos Critérios de Noticiabilidade Quanto à Sexualidade em Mídias Digitais em sua Relação com a Intimidade*, do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Produção de Sentidos. E-mail: [rogériopereiraborges@hotmail.com](mailto:rogériopereiraborges@hotmail.com).

<sup>3</sup>Estudante de Graduação do 6º período do Curso de Jornalismo da PUC Goiás e bolsista do CNPq de Iniciação Científica no projeto de pesquisa, *Mudanças dos Critérios de Noticiabilidade Quanto à Sexualidade em Mídias Digitais em sua Relação com a Intimidade*. E-mail: [camilla-ribeiros2@hotmail.com](mailto:camilla-ribeiros2@hotmail.com)

Tendo esse cenário como ponto de partida, o presente artigo aprofunda o debate sobre tais alterações, que sinalizam para quebras de paradigmas profissionais no jornalismo como atividade profissional. Tomamos como objeto de análise o que aqui definimos como “jornalismo sobre celebridade”, dedicado à cobertura de pessoas famosas, como artistas, atletas ou indivíduos que conquistam notoriedade, ainda que efêmera. Esse recorte deve-se a um estudo mais amplo, levado a cabo no projeto de pesquisa *Mudanças dos Critérios de Noticiabilidade Quanto à Sexualidade em Mídias Digitais em sua Relação com a Intimidade*, desenvolvido no Grupo de Pesquisa em Comunicação e Produção de Sentidos, da PUC Goiás. Trata-se de um esforço para entender as mudanças de critérios de noticiabilidade dessa área do jornalismo, com olhar mais detido sobre como esse fenômeno se dá quanto a conteúdos que trazem consigo apelos sexuais e eróticos.

Além de uma análise do discurso encontrado nos conteúdos publicados, temos a condição de avaliar os novos fluxos informacionais que se estabelecem com dinâmicas que precisam de uma participação mais intensa e constante das fontes – que passam a ser pró-ativas em nível inédito – e do público, que com suas interações ajuda a formatar esses materiais, ganhando voz e tendo seus anseios atendidos, ainda que eles careçam de relevância pública ou fujam dos parâmetros tradicionais do jornalismo de referência. Este artigo foca, especificamente, em dois pontos cruciais das novas dinâmicas ligadas à produção de conteúdos sobre celebridades, que não são mais restritos a veículos específicos, uma vez que o poderio de disseminação da internet rompeu esse tipo de fronteiras: como e por que essas personalidades ingressam no universo midiático através da porta do jornalismo, e não só em publicações exclusivamente dedicadas a celebridades, tendo como diferencial para isso a exploração de seus próprios corpos desnudos ou envolvendo-se em contextos de pronunciado teor erótico.

Os veículos de informação que mantêm coberturas mais generalistas abrem espaços cada vez mais generosos para a cobertura das questões que cercam as celebridades, uma vez que as novidades acerca dos famosos atraem grandes audiências em um ambiente cada vez mais concorrencial entre as empresas de comunicação. A necessidade de garantir esse fluxo de leitores ganha prioridade, ainda que não haja fidelização ou profundidade nos conteúdos oferecidos, mesmo que a leitura e a compreensão do material oferecido possam ser precárias. A disputa por clics, por

acessos e engajamentos nas redes sociais parecem valer o ônus da decisão de apostar na irrelevância. Mas isso não se dá sem estratégias e duas delas serão por nós debatidas.

Partindo do noticiário em torno de duas personalidades que catalisam essa espécie de atenção, a atriz Bruna Marquezine e o cantor Lucas Lucco, conseguimos uma amostragem dos processos que movem essa engrenagem baseada no trabalho da imagem pública de celebridades em consonância com o apetite por audiência de veículos de comunicação em ambientes digitais. A partir de um levantamento prévio realizado desde agosto de 2016 pelo projeto de pesquisa supracitado, em que utilizamos a ferramenta de varredura do Google (Google Alerta), tendo como parâmetro de busca determinadas palavras-chave ligadas ao imaginário erótico e de apelos sexuais, reunimos uma ampla gama de materiais. Nesse conjunto, identificamos que as duas celebridades escolhidas tiveram muitas menções, sendo também bastante assíduas em postagens com essa conotação em seus perfis pessoais em redes sociais. Postagens estas que, invariavelmente, acarretavam em conteúdos jornalísticos amplamente publicados.

Tendo essa referência, adotamos, em um segundo momento, outra metodologia para recortar o objeto de nossa análise. No período de oito meses, entre agosto de 2017 e março de 2018, selecionamos conteúdos sobre Bruna Marquezine e Lucas Lucco em sete veículos que recorrentemente publicavam conteúdos sobre os dois artistas. Partindo do critério de mesclar veículos dedicados à cobertura das celebridades com outros que não estão diretamente associados a esse nicho do jornalismo, elegemos, para nossa análise, as matérias divulgadas nos portais UOL e G1, nos sites dos jornais Extra e Gazeta, no da revista Capricho e nos sites especializados em celebridades O Fuxico e Purepurple. Para cada mês analisado, recortamos um fato envolvendo as celebridades citadas que teve repercussão em praticamente todos os veículos selecionados. Montamos uma grade analítica em que verificamos como tais conteúdos estabeleciam vínculos com os corpos das celebridades, se havia a recorrência a fotos complementares para atrair audiência, se os comentários dos internautas eram incluídos nos textos, se houve o uso de termos de cunho erótico ou apelos sexuais nas matérias.

Com esse material, conseguimos vislumbrar quais são as principais fontes das informações veiculadas, como se dá a apuração desses dados e quais são as lógicas de seleção. Há, ainda, um avanço sobre a intimidade dessas pessoas, debate que perpassa diversos pontos fundamentais para o jornalismo, como a ideia de relevância incutida em materiais informativos, os métodos pelos quais a personalidade ganha atenção (no que

---

debatemos a questão do agendamento ou do *auto-agendamento* por parte das celebridades selecionadas para a análise). Resta enfatizar o presente artigo é um recorte de uma pesquisa maior. Portanto, os resultados limitam-se ao espaço desta disponível para esta comunicação, não exaurindo as possibilidades de reflexão aqui contidas.

### **O Eu e o Jornalismo**

Tendo em vista as mudanças na produção do jornalismo, desde a linguagem até a escolha das temáticas abordadas, nota-se uma grande transformação e participação das redes sociais nesse processo. Esses meios digitais tornam-se produtores de pautas e conteúdos para os veículos de comunicação de diferentes extratos. Tal arquitetura permite que os repórteres e editores tenham acesso direto e imediato a atos de personalidades que monitoram nas redes sociais, dinâmica valiosa para o jornalismo sobre celebridades, que sobrevive, sobretudo em sua versão on-line, de postagens constantes e que sejam atrativas para um público heterogêneo. Afinal, as pessoas famosas têm seguidores fieis e estão em exposição constante. Isso integra a natureza das redes sociais, que são usadas para promover personalidades. “Os sites de redes sociais permitem aos atores sociais estar mais conectados. Isso significa que há um aumento da visibilidade social desses nós. A visibilidade é constituída enquanto um valor porque proporciona que os nós sejam mais visíveis na rede.” (RECUERO, 2014, p. 108). “Nós” que podemos, com a licença do trocadilho, estabelecer como “eus”. “A profusão de telas multiplica ao infinito as possibilidades de se exibir diante dos olhares alheios e, desse modo, tornar-se um *eu* visível.” (SIBILIA, 2008, p. 111, itálico da autora).

Individualidades que se estabelecem e se fortalecem midiaticamente por meio de ferramentas de acesso a grandes públicos, com instrumental simples, no tempo instantâneo de um presente que se renova ininterruptamente e que tem como um dos principais atrativos exatamente a intimidade, que se torna coletiva a partir da vontade de quem a expõe. “Além disso, nos mais diversos canais midiáticos que encenam a exibição da intimidade, lateja uma voracidade com relação a tudo aquilo que possa remeter a vidas reais [...]” (SIBILIA, 2008, p. 135). Para a autora, estamos diante de um fenômeno novo, em que, recorrendo à concepção foucaultiana de “confissão” (FOUCAULT, 2015), os atores sociais, abrem mão da própria intimidade, fazendo gestos ostensivos na direção de permitir a invasão da privacidade. “Nesse gesto, esta nova legião de confessandos e confidentes que invadiu a Web 2.0 para se tornar a

---

personalidade do momento vai ao encontro e promete satisfazer uma outra vontade geral do público contemporâneo: a avidez de bisbilhotar e consumir vidas alheias.” (SIBILIA, 2008, p. 77-78).

Ser conhecido e, sobretudo, reconhecido, ainda que por períodos curtos de tempo e diante de uma disputa de visibilidade mais acirrada, é crucial para pessoas que querem alcançar ou chegar à fama. As relações ficaram mais diretas, a comunicação entre as partes tornaram-se mais rápidas e as prioridades mudaram com a alteração de hábitos e formas de consumo da notícia. Os prazos de publicação e os ritmos da chegada das informações a serem jornalisticamente trabalhadas não são mais os mesmos. As adequações a esse novo mundo foram urgentes para o jornalismo, que passou a realizá-las, nem sempre primando pela qualidade. Se antes os veículos de comunicação mantinham verdadeiros exércitos de *paparazzi*, fotógrafos sempre à caça de um flagrante envolvendo os famosos, hoje essa conexão é outra. Atualmente, as próprias celebridades incumbem-se de divulgar seus próprios feitos em perfis pessoais, fornecendo imagens do momento, informações sobre o lugar onde estão, o que fazem, de quem estão acompanhados. Tudo realizado de forma calculada: fotos com ótimos enquadramentos, filtros que as embelezam, frases de efeito nas postagens.

Os fãs dessa celebridade curtem, compartilham e comentam esses conteúdos que deixam de ser pessoais para se tornarem públicos, sobretudo quando os veículos de comunicação passam a encarar essas postagens como fontes primárias, reproduzindo o que as celebridades que cobrem publicam na internet. Eis, em parte, a explicação para a presença de determinados conteúdos no material analisado, por mais inusitados ou espantosos que possam parecer. São questões que se articulam fortemente com rotinas produtivas no jornalismo: escolha de fontes, prazos de entrega dos materiais, seleção e hierarquização do que é levado ao público, construção do discurso acerca dessas personalidades e agendamento do que é veiculado. Nessa nova dinâmica, as próprias celebridades ganham força e passam a pautar, de certa maneira, o que será noticiado.

Os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. (RECUERO, 2014, p. 25).

Os fluxos informacionais mudam, os prazos são outros, a intensidade das demandas se altera. “Uma das características do ciberespaço é sua arquitetura aberta,

---

isto é, a capacidade de crescer indefinidamente. É fluido, em constante movimento – dados são acrescentados e desaparecem, conexões são criadas e desfeitas em fluxo constante” (MARTINO, 2015, p. 29). Essas características não escapam da teoria do *newsmaking*, que pressupõe que as notícias são como são porque a rotina industrial de produção assim as determina. Podemos mencionar procedimentos que se tornaram clássicos na construção da informação, como as reflexões acerca do *agenda-setting*, que está diretamente relacionada à produção de notícias. A relação entre *agenda-setting* e produção de notícias situa-se na influência que a hipótese do agendamento exerce sobre o processo do *newsmaking*. Traquina (2004) cita duas variáveis que determinam a agenda jornalística: I) toda a atuação dos membros da tribo jornalística e, em particular os critérios de noticiabilidade que utilizam na seleção de ocorrências; II) a ação estratégica dos promotores de notícia e os recursos que possuem e que são capazes de mobilizar para obterem acesso ao campo jornalístico.

Diante do cenário midiático atual, observa-se um diferencial na produção de notícias quanto à temática abordada, a linguagem e aos critérios de noticiabilidade. Estas matérias cada vez mais voltadas para a intimidade de figuras públicas têm ganhado espaço por meio de um público que acompanha assiduamente determinados personagens. “Se na época anterior um personagem, pela sua importância social, era objeto de atenção por parte dos meios de comunicação, agora, também, qualquer pessoa pode se tornar um personagem por causa da atenção que recebe na mídia.” (ALSINA, 2009, p. 124). Nesses processos velozes e na ampla disponibilização de dados dos ambientes digitais, o jornalismo sobre celebridades tem incluído os apelos sexuais e eróticos, inaugurando formas mais abertas de lidar com a intimidade dos famosos.

### **O espetáculo da intimidade**

É indiscutível que a internet teve papel dominante nessa mudança drástica do jornalismo. O jornalismo digital possui suas particularidades, devido à instantaneidade, à hipertextualidade, à multimídia e ao tempo real, que estão entre suas principais características. As práticas sensacionalistas tornaram-se comuns. O uso de imagens em tamanhos exagerados, somado à diminuição dos textos e à falta de apuração do que se produz, tem criado um novo cenário jornalístico. “Essas novas mercadorias são as mais humanas de todas, pois vendem a varejo os ectoplasmas de humanidade, os amores e os medos romanceados, os fatos variados do coração e da alma” (MORIN, 2011, p. 14).

---

Debord salienta que “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p. 13). Para ele, o conceito de espetáculo, está diretamente relacionado com a vida humana. Com a tendência das atitudes e do próprio dia-a-dia das pessoas estarem se tornando um show, o homem acaba se tornando a plateia das próprias atitudes humanas. É a sua afirmação como aparência. A revelação da intimidade tem partido dos próprios famosos, que estão intimamente envolvidos em um processo econômico em que a mercadoria a ser vendida é sua própria aparência, sua atração física, o poder que têm de desencadear desejos. O espetáculo promovido pelas celebridades com suas próprias imagens públicas retroalimenta as postagens, que por sua vez ganham visibilidade nos veículos jornalísticos. Estes, por outro lado, se abastecem da curiosidade da audiência, sedenta por novidades em ritmo alucinado e ininterrupto, de preferência aquelas que sejam mais íntimas. O “show do eu”, como define Sibilia (2008), fornece nos *locus* jornalísticos a prática do voyeurismo, com corpos desnudos e apelos sexuais.

Essa relação fica ainda mais evidente quando constatamos o perfil dos conteúdos divulgados, uma vez que eles não só exploram, como estimulam abertamente essa tendência. Isso fica claro em títulos sensacionalistas e de duplo sentido, na ênfase a determinadas partes da anatomia, nas insinuações que o texto destaca a esse aspecto, aos comentários de internautas selecionados para integrar o corpo do texto. O apelo sexual é patente, quando não o principal elemento na notícia veiculada. Há uma sinalização de que, por meio de imagens que nem sempre primam pela sutileza e por discursos que enveredam pelo caminho do erotismo, o internauta compartilha da intimidade daquela personalidade, dando-se um nível de proximidade que é falso. Esse elemento é tão importante talvez porque, como diz Bataille “toda a operação do erotismo tem por fim atingir o ser no mais íntimo, no ponto em que o coração desfalece”. Segundo o autor, nesse contexto, “a ação decisiva é o desnudamento” (BATAILLE, 2013, p. 41).

Isso só pode ocorrer no plano público se a intimidade for revogada.

Por isso, Freud diz que o narcisismo primário sobrevive na civilização moderna não apenas como uma neurose, mas como uma espécie de 'realidade alternativa'. Especialmente – embora não exclusivamente – em relação à sexualidade, o narcisismo pode gerar um sentimento oceânico de 'unidade com o universo'. (GIDDENS, 1993, p. 183-184)

O fenômeno que se apresenta com esse perfil, tão liberal quanto à sexualidade e à abertura, sem muitas métricas, da intimidade própria e alheia, tem articulação profunda com os contornos do sensacionalismo. A exposição do corpo, a aposta na “fofoca” de foro particular, a primazia dada ao erotismo como um chamariz de audiência não são estratégias novas, como já dissemos. Artifícios que vêm sendo utilizados em uma área do jornalismo em que historicamente explora bastante esses terrenos. As novidades é que agora, com as redes sociais, os fluxos informacionais foram total ou parcialmente alterados e o apelo sexual mais explícito é mais consumido.

### **Celebridades em evidência**

Este é o intrincado contexto em que se situa o jornalismo sobre celebridades, que historicamente nunca primou por uma qualidade acima da média, mas que agora, com o advento das redes sociais e a supressão de preceitos que diferenciem conteúdos de caráter privado e íntimo de imagens e informações levadas à exposição pública, tem se revelado ainda mais problemático. Com o ingresso desse tipo de cobertura em veículos jornalísticos de referência e a transformação (ou eliminação) de procedimentos de apuração e checagem, além de uma mudança profunda na ideia que se faz do que seja relevante ou não publicar como matéria jornalística, nos deparamos com problemáticas mais inquietantes, uma vez que esses tópicos não dizem respeito apenas a um nicho do mercado da informação, mas a ele como um todo.

O presente estudo de caso é voltado para as figuras públicas Bruna Marquezine e Lucas Lucco, duas das celebridades sobre as quais mais se produz conteúdos dessa natureza, como já foi explicado acima. Vamos expor, primeiramente, as constatações a que chegamos na análise sobre os conteúdos em torno de Bruna Marquezine, levando em consideração uma mesma notícia mensal sobre a atriz, veiculada nos sites G1, Capricho, Gazeta, Extra, O Fuxico, Purepurple e UOL. Faremos breves comentários específicos sobre cada um dos temas que envolveram a atriz e que mais repercutiram em cada mês do levantamento, pontuando se os conteúdos fizeram alusão ao corpo da atriz, que tipo de expressões foram usadas nessas menções, se houve a inclusão de comentários de internautas, se a linguagem usada foi coloquial, se foi realizado o adendo de imagens complementares para salientar pontos ligados à sexualidade ou ao erotismo nessas matéria e se os veículos vincularam a atriz com seu famoso namorado, o jogador Neymar, o que denota a incursão em espaços da intimidade de Bruna.



---

**Agosto (2017)** – As matérias versam sobre uma foto de Bruna Marquezine com outra atriz, Fiorella Mattheis, estando as duas de biquíni, fazendo uma pose brincalhona na praia. A imagem foi divulgada, primeiramente, nas redes sociais de Bruna. Nos sete veículos pesquisados, três fazem menção explícita aos corpos das atrizes. No site O Fuxico, fala-se em “curvas incríveis”. Na Gazeta, o elogio é “toda gata”. E em Purepurple, alude-se à “boa forma” das celebridades. Em todos os conteúdos publicados, há a reprodução de comentários de internautas. Em um deles, veiculado no site G1, há a comparação das pernas de Bruna Marquezine com “coxinha de frango com catupiry”. Em todas também há a vinculação de Bruna Marquezine ao seu namorado, o jogador da seleção brasileira Neymar. Em 4 delas, complementa-se as informações sobre a pose na praia com outras imagens das celebridades em questão, sempre com alusões ligada a algum grau de erotismo.

**Setembro (2017)** – Trata-se da foto de Bruna Marquezine com uma roupa considerada muito cara. Em todas as matérias, a alusão ao corpo da atriz (e não apenas ao vestido) está em primeiro plano. No site Purepurple e no portal UOL, há explícitas referências a questões sexuais. No primeiro, há uma menção ao seu “bumbum”. No segundo, afirma-se que a atriz tem “corpo violão”. Apenas em duas das sete matérias não são reproduzidos comentários de internautas (site A Gazeta e portal UOL).

**Outubro (2017)** – Matéria sobre um vídeo de Bruna Marquezine e Neymar no casamento da atriz Marina Ruy Barbosa, quando o casal se reconciliou. Aqui não há menções aos corpos dos personagens ou questões ligadas à sexualidade, mas em todos há abertura de espaço para os comentários do público acerca de um tema que deveria ser privado, uma vez que estamos falando de um relacionamento amoroso. Apenas um conteúdo não tem uma foto complementar para a reportagem (jornal Extra). Fica muito claro que a intimidade do casal é bisbilhotada pelo público, que se dá ao direito de opinar, dar conselhos, transpor limites do bom senso. E ainda assim, essas falas são reproduzidas nas matérias como se fossem informações úteis ou relevantes.

**Novembro (2017)** – Os conteúdos noticiam que Bruna Marquezine emagreceu 5 kg para fazer uma personagem em uma novela da Rede Globo. As referências ao corpo da atriz estão em todos os conteúdos (nestes caso, publicados em quatro dos sete veículos analisados), mas no que foi divulgado no site Purepurple fala-se abertamente no “bumbum” da atriz. A transcrição dos comentários só não está na matéria do G1. No site Purepurple, esses comentários estão em todos os parágrafos da matéria.

**Dezembro (2017)** – As matérias abordam a temporada de Bruna Marquezine e Neymar em Fernando de Noronha, em uma espécie de lua-de-mel. Menções explícitas ao corpo das duas celebridades envolvidas podem ser aferidas apenas no site da Capricho. Neste caso, o que se percebe com especial intensidade é a presença dos comentários dos internautas. Eles estão nas sete publicações e no caso do site Purepurple, em todos os parágrafos do texto publicado. Há várias fotos, publicadas pelo próprio casal em suas redes sociais. Ao revelarem seus momentos a dois em suas respectivas redes sociais ou nos perfis de amigos, eles permitem que olhos estranhos vasculhem a viagem do casal.

**Janeiro (2018)** – A notícia que teve mais amplitude sobre Bruna Marquezine neste mês é a de que a atriz aumentou seu cachê em 50 mil após reatar namoro com Neymar. Mesmo com um tema que não remete diretamente a questões ligadas ao corpo, cinco dos sete conteúdos analisados fazem menção a algo ligado a esse aspecto (G1, Capricho, Extra, O Fuxico e Purepurple). Os comentários dos internautas estão em todas as matérias publicadas. Boa parte das matérias têm um perfil que se assemelha a fofoca, sem que haja confirmações irrefutáveis. Há uma reprodução do conteúdo, ao que tudo indica, por pressões da concorrência. Se um determinado veículo de comunicação publicou, os outros se sentem pressionados a fazer o mesmo.

**Fevereiro (2018)** – As notícias revelam que Bruna Marquezine foi para Paris ficar com Neymar durante o Carnaval. O conteúdo foi publicado em cinco dos sete veículos analisados. Em dois deles (Capricho e Extra) há menções ao corpo da atriz, mesmo com a temática não tendo relação direta com esse tipo de apelo. Apenas o conteúdo publicado no portal UOL não traz a transcrição de comentários de internautas. A própria publicação do conteúdo demonstra um monitoramento da vida íntima da atriz com seu par. Em muitas ocasiões, as próprias celebridades se incumbem da tarefa de repassar tais informações por meio de suas redes sociais.

**Março (2018)** – As reportagens mostram que Bruna Marquezine posta foto sem roupa no Instagram. Este é o conteúdo que mais revela essa ânsia por noticiar questões ligadas à intimidade das celebridades e também a mais emblemática quanto à forma pela qual uma pessoa famosa como Bruna Marquezine consegue mobilizar até milhões de internautas em torno de uma postagem em perfil pessoal em uma rede social. As menções ao corpo da atriz, claro, estão em todas as reportagens sobre o tema. Já os comentários dos internautas, boa parte deles aludindo a pontos ligados ao erotismo e ao desejo sexual, só estão ausentes no material do site Purepurple.

---

No caso de Lucas Lucco, foram analisados seis veículos entre agosto de 2017 e março de 2018: Capricho, A Gazeta, Extra, O Fuxico, Purepeople e UOL. Os mesmos critérios de análise empregados nas matérias sobre Bruna Marquezine quanto à citação do corpo, emprego de linguagem coloquial, presença de comentários de internautas e divulgação de imagens com teor relativo ao erotismo e à sexualidade foram repetidos na análise dos conteúdos sobre o cantor. A única mudança é a substituição da vinculação do jogador Neymar (nas matérias sobre Bruna) pela alusão à prática de crossfit, do qual Lucas é adepto e que justifica postagens em redes sociais mostrando sua forma física.

**Agosto (2017)** – As matérias deste mês noticiam que Lucas Lucco cogita cantar com Pablo Vittar. A notícia sobre uma possível nova parceria de Lucas Lucco, algo que tem a ver com sua carreira profissional, foi publicada nos seis veículos de comunicação analisados, havendo em todos menções ao corpo do cantor, ainda que não haja um nexo aparente para fazer essa relação. O apelo se dá como forma de atrair audiência, ainda que seja necessário o estabelecimento de um vínculo inexistente entre esse subterfúgio e o tema do conteúdo. A transcrição dos comentários também é adotada por todos os veículos. No caso, faz-se uma vinculação ao crossfit, tipo de exercício que o artista pratica para manter a boa forma. Em quatro das seis publicações, há fotos complementares, algumas delas enfatizando o corpo do cantor.

**Setembro (2017)** – Nesta ocasião, Lucas Lucco explica como mantém sua depressão sob controle. A informação é publicada em três dos seis veículos e em nenhum deles há alusão específica ao seu corpo, ainda que uma das matérias (UOL) exista a referência ao crossfit praticado pelo cantor. Há, porém, fotos complementares para tratar do tema e fazem referência à sua forma física. Não há transcrição de comentários, o que interpretamos como diferencial de conteúdos apurados jornalisticamente, dentro dos preceitos de construção e execução de pautas sobre assuntos determinados.

**Outubro (2017)** – As informações são sobre a mãe de Lucas Lucco impressionar pela boa forma física. Há alusões aos corpos, muitas com denotação erótica, em todas as matérias. Delas, apenas duas não citam o crossfit (Extra e UOL). Em todos os conteúdos se realiza a reprodução de comentários de internautas. Destaque para expressões como “bota as novinhas no chinelo” (Gazeta) e “arranca suspiros” (UOL), que trazem embutidas insinuações ligadas ao imaginário da conquista amorosa e da atração física.

**Novembro (2017)** – Os textos publicados neste mês informam que Lucas Lucco vai “para a cama com atriz gata”. O chamado “gancho” das matérias, publicadas em três

dos veículos analisados (Capricho, O Fuxico e UOL), é de cunho íntimo e com tom de fofoca de alcova. Em todas, há menções ao corpos das celebridades envolvidas, com expreso cunho sexual. Apenas no conteúdo do UOL há transcrição de comentários de internautas (mesmo porque a informação não foi postada em uma rede social). No texto de O Fuxico, o cantor é definido como “bonitão”. Há uma devassa na intimidade do cantor, cuja vida sexual é alvo de especulações publicadas em espaços jornalísticos.

**Dezembro (2017)** – Os conteúdos deste mês referem-se a Lucas Lucco divulgar fotos com Pablo Vittar. Essa parceria, que tanta repercussão causou, é ligada totalmente a questões ligadas aos corpos das duas celebridades e com generoso número de alusões à sexualidade, tanto de Lucas Lucco, quanto de Pablo Vittar, a transgênero mais famosa da música brasileira. Isso dá margem a que todos os conteúdos apostem na transcrição de comentários do público, em fotos complementares da informação e com a prática de crossfit por parte de Lucas Lucco. Isso também acontece porque as fotos divulgadas nas redes sociais do cantor revelam os dois artistas com menos roupa e numa interação que subentende uma proximidade em que atua a imaginação erótica acerca da cena. As doses explícitas de preconceitos que eclodiram na ocasião possuem caráter sexual.

**Janeiro (2018)** – Os conteúdos publicados revelam Lucas Lucco tomando banho de cachoeira usando sunga. As alusões ao corpo do cantor preponderam, a começar pelos títulos, que enfatizam o artista estar vestindo apenas uma sunga. Aliás, a imagem por si só parece justificar a transformação de uma postagem pessoal em uma rede social em material jornalístico. O valor-notícia é o apelo sexual, uma vez que é irrelevante um cantor tomar banho de cachoeira. A ênfase na sunga também chama a atenção, uma vez que alguém usar roupa de banho durante um momento de lazer em uma cachoeira não deveria causar tanto espanto. A transcrição dos comentários de internautas, diversos deles de cunho eminentemente erótico, completam essa receita cada vez mais comum no jornalismo sobre celebridades. O uso de palavras como “sunguinha”, “sarado”, “gostoso” e “tanquinho” (aludindo ao abdôme definido de Lucco), além de expressões como “tirar o fôlego”, revelam a natureza dos discursos divulgados sobre o tema.

**Fevereiro (2018)** – As matérias salientam que Lucas Lucco foi vítima de homofobia. Desdobramento da decisão do cantor de fazer um clipe com Pablo Vittar e das fotos consideradas ousadas que ele tirou para divulgar o novo trabalho, essa informação foi objeto de matérias em todos os seis veículos pesquisados, sendo a questão do corpo enfatizada de forma unânime. O mesmo acontece com a transcrição dos comentários e a

---

postagem de fotos complementares ao conteúdo. As imagens catalisam os comentários. Na Capricho, usa-se o termo “lacradora” para definir o simbolismo passado pela foto de Lucco e Vittar estarem em uma pose sensual, como se Pablo tivesse conquistado sexualmente o cantor. Já O Fuxico é mais explícito e descreve a cena como se os dois artistas estivessem “agarradinhos”, em uma evidente conotação erótica não tão implícita assim. Por fim, o UOL vai mais longe e usa a expressão “clima sexy”, levando a interpretações contundentes sobre um pretense clima de erotismo envolvendo os dois. Isso foi pretexto para que os comentários homofóbicos surgissem em profusão.

**Março (2018)** – Dos conteúdos sobre o cantor publicados neste mês, destaca-se aquele que informa que Lucas Lucco prefere malhar do que namorar. Essa revelação, que tem claro conteúdo íntimo, foi publicada em todos os veículos pesquisados, sendo constatado que os seis associam o tema ao corpo do cantor. Um comentário que o próprio Lucco faz, talvez em tom de brincadeira ou provocação, pretexto uma torrente de opiniões de internautas e uma série de matérias jornalísticas em que tais “achismos” são colocados em posição de destaque.

Com as redes sociais, celebridades pautam suas próprias notícias através do conteúdo que compartilham. Internautas também participam da confecção das notícias. Vivemos um paradoxo aparente, de acordo com Martino (2014): “O que está em jogo é a relação custo/benefício: informações pessoais estão entre os bens mais valiosos da atualidade, e a exigência de sua divulgação ou compartilhamento para a obtenção de algum benefício nem sempre é feita nos mesmos termos” (p. 257). As celebridades que se mostram nas redes sociais sabem que terão repercussão e abrem mão de um bem privado para conquistar contrapartida pública, com a anuência do jornalismo.

### **Considerações finais**

O que se percebe nos materiais jornalísticos divulgados sobre as duas celebridades é a notável vinculação das notícias com as redes sociais. A grande maioria das matérias são pautadas no que o artista publica em seu próprio perfil virtual. Pouco tempo depois que as fotos são publicadas, as notícias surgem com base na publicação, com conteúdo descritivo daquilo que se passa na imagem. A abordagem não foge àquilo que se vê e que qualquer fã ou curioso tem acesso. Percebeu-se nas redações, a introdução das redes sociais como fontes primárias valiosas, que devem ser monitoradas, não havendo muita preocupação em completar dados, em checar a veracidade de informações repassadas, em fazer contrapontos aos conteúdos publicados.

Ao mesmo tempo, a linguagem sensacionalista dessas matérias é evidenciada por meio de frases, termos, apelos que orientam a leitura explicitamente para a invasão da privacidade e do erotismo. Além disso, a produção de notícias com conteúdo curto, sem grandes checagens ou pesquisas mais profundas que transcendam o que a própria atriz publica, demonstra que as rotinas produtivas para esse tipo de conteúdo observa lógicas que não se adéquam a um jornalismo com credibilidade, que investe em qualidade e que traz o contraditório em seu interior. Os comentários dos internautas compõem grande parte das notícias, destacados em títulos e nas matérias, fazendo com que a opinião dos seguidores recebam tratamento privilegiado. Quanto ao cantor Lucas Lucco, as notícias possuem conotações semelhante às da atriz. Matérias com apelos sexuais foram percebidas em quase todos os conteúdos. Assim como Bruna, há vinculação direta com as redes sociais, sobretudo o Instagram.

Todas essas questões convergem para um jornalismo sobre celebridades que foi enormemente impactado pelas novas tecnologias e que se transformou, usando de sua já tradicional linguagem sensacionalista, em um espaço de exposição da intimidade, não mais captada clandestinamente e sim com o consentimento das personalidades famosas que o alimentam. Uma lógica que inclui apelos sexuais e eróticos das duas partes para despertar o interesse da audiência, fazendo desse subterfúgio um de seus maiores atrativos. Ao mesmo tempo, a ausência de checagem acarreta a inclusão nesses conteúdos de opiniões alheias a qualquer tipo de apuração, dando a sensação de uma maior interatividade com o internauta quando, na verdade, é apenas a reprodução cômoda e igualmente sensacionalista de opiniões que nada acrescentam sobre um material de baixíssimo grau de relevância. Essas características, porém, não sugerem algo inócuo e sim o estabelecimento de rotinas produtivas preocupantes, uma vez que tais conteúdos ganham mais espaço em veículos de referência em razão de sua efetividade em promover tráfegos de leitores. Temos, assim, uma fórmula que se consolida em um nicho, mas com potencial para se expandir para outros setores.

### **Referências**

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BATAILLE, Georges. **O erotismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade:** sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Unesp, 1993.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais:** linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX:** Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2014.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Presença: Lisboa, 1995.

#### Sites consultados

<https://entretenimento.uol.com.br/>

<http://www.purepeople.com.br/>

<https://extra.globo.com/>

<http://www.ofuxico.com.br/>

<https://capricho.abril.com.br/>

<http://famosos.globo.com/>

<https://www.tvgazeta.com.br/playlists/mundo-famosos-revista-da-cidade/>