temática
ISSN|1807-8931

O pivô sedutor: quando as mulheres são declaradas como culpadas em casos de traições midiatizadas e o espetáculo acontece

The seductive pivot: when women are declared guilty in cases of mediated betrayals and the spectacle happens

Micael Machado da SILVA[1]
Marislei da Silveira RIBEIRO[2]

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar e refletir sobre a atuação da mídia e sua contínua interferência na vida das pessoas. Para tanto é escolhido o caso dos famosos Débora Nascimento, José Loreto e Marina Ruy Barbosa. Vislumbrando por intermédio da Análise de Conteúdo (AC), proposta por Bardin (1977) (1977) e Análise de Discurso de Linha Francesa (AD), proposta por Orlandi (2009) também a composição das notícias em prol da conquista pela audiência no estilo "espreme que sai sangue".

Palavras-chave: Notícias. Separação Midiatizada. Espetáculo. Audiência. Rede Globo.

Abstract

This article aims to analyze and reflect on the performance of the media and its continuous interference in people's lives. For that, the case of the famous Debora Nascimento, José Loreto and Marina Ruy Barbosa is chosen. Through the Content Analysis (CA), proposed by Bardin (1977) (1977) and French Line Discourse Analysis (AD), proposed by Orlandi (2009) also the composition of the news for the conquest by the audience in the style "squeeze out blood".

Keywords: News. Midiatized Separation. Show. Court hearing. Rede Globo.

Introdução

Débora Nascimento, José Loreto e Marina Ruy Barbosa, são famosos que têm algo em comum: estão envolvidos em uma separação midiatizada cujo ingrediente

[1] Graduando do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Bolsista do Projeto de Extensão WebRádio, WebTV e Inclusão Social. E-mail: micael.machado@ufpel.edu.br

[2] Pós-Doutora em Estudos Culturais, Gênero e Performance pelo Departamento em Línguas e Cultura da Universidade de Aveiro Portugal. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). E-mail: marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

principal é a espetacularização. Diante disso, o presente artigo emerge e tem por escopo apresentar uma sucinta discussão acerca da questão do poder exercido pela mídia, principalmente, ao romper a linha entre o privado e o público, expondo e disseminando notícias além de influenciar a opinião popular.

O caso escolhido para análise é de um divórcio conhecido na mídia que teve grande repercussão no *off-line* e no *on-line*. Apontando e condenando as mulheres pelo rompimento do relacionamento e absolvendo o homem de qualquer culpa. A partir do silogismo[3] de culpabilização, é visualizado o espetáculo por meio de uma narrativa homérica na qual Auerbach (1994) chama a atenção para o texto em que os acontecimentos e processos psicológicos dos atores sociais são apresentados com clareza, exatidão e ênfase nos detalhes para evitar lacunas em seu enredo ou até deixar fatos sem explicação.

Isto é, sempre apresentando os elementos de uma história com embasamento e explicação ao mesmo tempo em que a narrativa se desenvolve "nada do que é mencionado é deixado na penumbra ou inacabado (AUERBACH, 1994, p.3)". O jornalismo neste momento, mostra a vida como uma espécie de show, transformando os fatos sociais em diversão. Com o intuito de chamar e prender a atenção do público que faz parte de uma sociedade definida por Debord (1997) como a sociedade do espetáculo.

Para analisar os noticiários, foi empregada como metodologia tanto a Análise de Conteúdo (AC) como a Análise do Discurso de Linha Francesa (AD). A primeira, proposta por Bardin (1977) como "uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação (BARDIN 1977, p. 19)". Enquanto que a segunda, proposta por Orlandi (2009), além de ser um dos métodos mais usados para analisar os discursos (orais e escritos), procura no discurso os prováveis sentidos que assumem ou podem assumir sem é claro, deixar de considerar o sujeito, sua história, a ideologia e o contexto social no qual este sujeito está inserido.

[3] O silogismo, de acordo com a clássico concepção desenvolvida pela retórica aristotélica, concorda com uma forma coerente que envolve uma premissa maior, uma premissa menor e uma tese. Kraut (2006) sugere em sua obra que através deste, é possível deduzir uma conclusão a partir de duas proposições declarativas, conectadas entre si.

Desenvolvimento

Mídia, Sociedade do Espetáculo e Sensacionalismo

A origem do uso da palavra mídia está nas pesquisas norte-americanas sobre *mass media*[4] que, estudavam os meios de comunicação bem como a cultura e a sociedade de massa. Lima (2003) conceitua a mídia como:

> o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana. Vale dizer que a instituição mídia implica sempre a existência de um aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize. A comunicação passa, portanto, a ser uma comunicação midiatizada (LIMA, 2003, p. 50).

Perante ao fato de que as mídias estão cada vez mais presentes no cotidiano de todos atores sociais, Silverstone (2002), ressalta que elas, constituem em parte de uma realidade na qual todos estão inseridos. Em contrapartida, a Lopes (2010) que por outra vertente, sugere que a mídia é uma forma dominante de cultura fornecedora de material para a criação e posteriormente, recriação de identidades. Atribuindo às mídias o papel de disseminadora de informações acessíveis a todos os públicos e também, de influenciadora. Visto que influencia os hábitos e costumes de todos com grande poder de manipulação, ditando regras de conduta e também, de consumo.

Por isto, a mídia pode ser evidenciada tanto como um veículo de transmissão de informação como um veículo de formação de opinião – um verdadeiro instrumento de manipulação social e dominação cultural. Silva (2015), reforça essa ideia e mais, cita a mídia como defensora dos interesses de uma classe hegemônica dominante que por sua vez, defende os interesses do capital. Esse, responsável por controlar os meios de comunicação, intervindo de forma contundente na veiculação da notícia e, deixando claro um caráter mercadológico[5] que evidencia ainda mais as informações como uma mercadoria, consumida em grande escala através da indústria cultural[6].

[4] Em tradução, mídia de massa, consiste no conjunto de diversos meios ou canais de comunicação que distribuem informações ou entretenimento em larga escala. Lazarsfeld e Merton (1948) definem como um poderoso instrumento usado para fins positivos e negativos.

[5] Kolter (2000) diz que o composto mercadológico ou mix de marketing é o conjunto de ferramentas usadas para atingir objetivos de marketing. Isso tudo, para obter as respostas desejadas do mercado-alvo.

Adorno e Horkheimer (1997) usam o termo "indústria cultural" para destacar a dimensão econômica da comunicação. Dado que, na indústria cultural tudo se torna negócio, principalmente, os meios de comunicação que formam um sistema poderoso – acessível às massas –, para gerar lucros. As notícias são as informações transformadas em mercadorias que, inseridas nesse contexto, visam a audiência e é claro, lucro porque sofrem um tratamento de adaptação mercadológica.

Assim, de acordo com Marx (2005), a mercadoria esconde em sua aparência sedutora, as relações sociais de produção e sofrimentos de seus próprios produtores. Tal conjunto, é responsável por constituir os fatores da essência da sociedade capitalista, definida como uma imensa coleção de mercadorias. Debord (1997), alicerçado no pensamento de Marx (2005), reforça que toda a vida das sociedades se apresenta como uma grande acumulação de espetáculos, ou seja, tudo o que era vivido diretamente, tornou-se uma representação. Desse modo:

> o espetáculo que inverte o real é produzido de forma que a realidade vivida acaba materialmente invadida pela contemplação do espetáculo, refazendo em si mesma a ordem espetacular pela adesão positiva. O alvo é passado para o lado oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo no real. Esta alienação é recíproca é a essência e o sustento da sociedade existente (DEBORD, 1997, p.10).

O conceito de espetáculo expõe uma sociedade de mídia e de consumo cuja organização é justamente em função da produção de consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais. Entretanto, "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas, uma relação social entre atores sociais, mediatizada por imagens (DEBORD, 1997, p.14)". A espetacularização midiática é evidenciada ao transformar algo banal em espetáculo, o ordinário em extraordinário, ou seja, tudo caba sendo uma mercadoria vendável.

Na grade de jornalismo, é verificado que as notícias são narradas de modo diferente do habitual, com a presença de dois elementos fundamentais que são as dramatizações e especulações sobre a vida particular dos atores sociais envolvidos nos casos apresentados. Outro ponto a ser destacado sobre a espetacularização nos noticiários, é referente ao fato de que nas notícias, o que importa nesse caso, não é o informar como ato de tornar transparente e sim, para obter visibilidade. Nesta lógica,

[6] "Lócus essencial para compreender a cultura de massa e o engodo da técnica na sociedade moderna (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 100)".

Moraes (2012) cita que a visibilidade de uns serve para fomentar e manter passivos e ordenados os outros invisíveis/receptores.

Desse modo, a vida torna-se o "espetáculo da vida", enclausurada pela disputa de audiência. À vista disso, quem noticia, relata em prol de obter altos índices de audiência ou acessos, para gerar capital. É nesse instante que unido ao espetáculo, o sensacionalismo aparece muitas vezes como ingrediente principal para chamar a atenção do público. Angrimani (1995) ressalta o teor sensacional que cede ao público-consumidor-leitor, notícias com dimensões exageradas que, em muitos casos, não respeitam os limites da realidade. Angrimani (1995) ainda define o sensacionalismo como:

> [...] tonar algo sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que super dimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexiste a relação com qualquer fato e a — notícia é elaborada como mero exercício ficcional (ANGRIMANI, 1995, p. 10).

O compromisso do jornalista com a realidade fica disfarçado ou até, deixa de existir por conta de uma série de técnicas capazes de metamorfosear notícia em mercadoria lucrativa, deixando de ser relato. Caracterizada como instantânea, veloz e sem apuração rigorosa, é paramentada para chocar, com exageros e sempre apelando para as sensações variadas que segundo Jorge (2008) podem ser de admiração, assombro, repulsão ou, ambos. "Ressalta-se nuances de poucas relevâncias, apenas garantidores de emoções, e contribui-se para reforçar mitos e crendices (JORGE, 2008, p. 78)".

A dicotomia entre o jornalismo e o entretenimento

O exercício do jornalismo na contemporaneidade é questionado ainda mais frente as fronteiras, muitas vezes imperceptíveis com o entretenimento. Para Traquina (2004), o jornalismo é a vida em todas as dimensões ou simplesmente, o grupamento de narrativas de vida com seus triunfos e tragédias. Em outras palavras, "o jornalismo pode

ser explicado pela frase de que é a resposta à pergunta que muita gente se faz todos os dias – o que é que aconteceu/está acontecendo no mundo? (TRAQUINA, 2004, p. 20)".

É evidente que com a quantidade de fatos que sobrechega a todo instante e em poucos minutos, ao redor do globo, o jornalista tem como um dos seus principais papéis o de selecionar o que é ou não relevante para comunicar à sociedade levando em consideração os estudos de seleção de notícias que partem do conceito de *gatekeeper*[7]. Assim, percebe-se a complexidade das notícias onde:

> [...] a criação das notícias é sempre uma interação de repórter, diretor, editor, constrangimentos da organização da sala de redação, necessidade de manter os laços com as fontes, os desejos da audiência, as poderosas convenções culturais e literárias dentro das quais os jornalistas frequentemente operam se as pensar (SCHUDSON apud CORREIA, 1997, p. 133).

A notícia, de acordo com Dijek (1986) é composta por superestruturas textuais como: a) o *summary* (sumário/resumo), constituído pela *headline* (título), editada no topo da notícia, com letra distinta do resto do texto e o *lead* cujo primeiro parágrafo, responde às perguntas "Quem?", "O quê?", "Onde?", "Quando?" e "Como?"; b) o episódio (acontecimentos ou eventos), abrangendo um ou mais eventos (evento principal e evento secundário); c) o *backgroud* contendo todas as informações de relevância e pertinentes para que haja a compreensão de um evento; d) episódio (consequências) e; e) comentário, conferindo uma certa subjetividade, mesmo seguindo a conjectura de que exista uma opinião impessoal na notícia.

Concernente ao narrador da notícia, o jornalista, é encarregado de urdir uma compilação de fatos atuais, dar a ver a sociedade para si própria e mostrar os fatos mais importantes ocorridos ao longo de 24 horas. Isso tudo, com objetividade e imparcialidade: o fato puro, com o apagamento total do ator social que produziu a notícia. O jornalista, logo teria o papel de não emitir opiniões sobre os acontecimentos e sim, de reproduzi-los como uma espécie de espelho cuja capacidade seria apenas de refletir devotadamente a realidade.

Contudo, alguns autores como Abramo (1988), afirmam que a objetividade é algo que não existe no jornalismo, ou seja, pode-se dizer que é algo inalcançável pelo

[7] O conceito *"gatekeeper"*, seletor de notícia, são os critérios utilizados por um veículo midiático para a seleção de notícias. Wolf (2012) define como um indivíduo ou um grupo que têm o poder de decidir se deixa passar ou interrompe a informação.

fato da narrativa nunca ser desvinculada do contexto social na qual está inserida, partindo do princípio de que todo produto cultural contém em si as marcas do momento histórico em que foi concebido. Em conformidade com tais afirmações, Sponholz (2009) reconhece que a objetividade é ilusória, porém:

> A aspiração pela objetividade deve ser entendida como a busca e aproximação da realidade. Nesse sentido, ela não só é possível, como também necessária. O conhecimento total da realidade continua sendo uma utopia, a busca deste é, no entanto, o que nos leva a ir adiante (SPONHOLZ, 2009, p. 13).

Sincrônico ao jornalismo, cujas raízes estão fundamentadas no informar, surge o entretenimento que também pode ser representado no material jornalístico (uma notícia, um artigo ou uma reportagem). No entanto, a função é percebida desde o significado do próprio nome, evoluído de *entertainment*, é aquilo que diverte com distração, recreação, ou espontaneamente, "um espetáculo público ou mostra destinada a interessar e divertir (GABLER, 2000, p. 25)". Além do mais, é importante ressaltar que no entretenimento há sensação de emoção e de fruição no sentido de usufruir satisfatoriamente algo. Tudo isso, para contar histórias interessantes, originais e até incalculáveis, desconectadas ou não do contexto social.

O entretenimento é vislumbrado quando um fato é dramatizado e são utilizadas técnicas de dramaturgia como a criação de personagens que formam uma narrativa capaz de prender, envolver, criar opiniões e os mais variados sentimentos do público. Pena (2005) cita que cada acontecimento ao redor do ator social é superdimensionado, transformado em capítulo e consumido pelo público-consumidor-leitor como uma obra da ficção apesar de os personagens, e às vezes as histórias, narrarem acontecimentos reais. É o caso de muitos famosos quando suas vidas são expostas ao se romper a linha entre o privado e o público. O caráter melodramático e envolvente, típico das notícias voltadas ao entretenimento, pode ainda transmitir a sensação de colocar quem lê o que foi publicado na vida daqueles envolvidos na história, criando torcidas contra ou a favor de todos os lados envolvidos.

Arberx (2001), por outro lado, enfatiza que no entretenimento pode haver o desaparecimento entre as fronteiras que separam a realidade da ficção e vice-versa. Atribuindo a mídia não somente a capacidade de gerar fatos, mas também, de gerar opinião pública sobre os fatos que ela mesma gerou. Portanto, "a capacidade de

colonização do imaginário pela mídia transformou a própria opinião em mero simulacro[8] (ARBEX, 2001, p. 54)". Lembrando que a opinião do público, o *feedback*[9], é tomada pelo modo como a notícia é dada e é claro, pelas escolhas feitas pelos emissores que produzem a notícia, em prol da audiência que posteriormente, é revertida em capital. É importante reafirmar que o fato de a notícia, enquanto mercadoria ser sempre narrada para ser vendida e atender aos desejos dos receptores que decidem a direção dos sentidos que serão evocados.

Metodologia aplicada

Minayo (1998) cita que uma pesquisa passa pelo menos por três fases. A primeira, caracterizada como fase exploratória, é o momento onde o objeto bem como o problema de investigação, são amadurecidos e delimitados. A segunda, fase de coleta de dados, como o nome sugere, gira em torno do recolhimento de informações que respondam o problema. A terceira, fase de análise de dados, é quando se realiza o tratamento por interpretações e ilações de todos os dados coletados.

No caso do presente artigo, o objeto de estudo são as notícias, em especifico, as publicadas *on-line*, em diversos portais da Internet, sobre a vida dos famosos envolvidos em casos de traições. Em um primeiro momento, é aplicada a Análise de Conteúdo (AC), proposta por Bardin (1977) para em seguida, ser aplicada a Análise do Discurso de Linha Francesa (AD), proposta por Orlandi (2009).

A AC pode ser evidenciada como uma metodologia de pesquisa utilizada para descrever e interpretar o conteúdo escolhido pelo analista. Além disso, o método alvidrado por Bardin (1977), auxilia a reinterpretar as mensagens propagadas e alcançar a compreensão de seus significados em um nível além da leitura comum.

Portanto, trata-se de um instrumento de exploração interpretativa, atuando por técnicas como a organização e a sistematização de unidades textuais para esclarecer

[8] Baudrillard (1992) explica que o simulacro é o segundo batismo das coisas, acrescentando que o primeiro é a representação. Simular é fingir uma presença ausente, criar uma imagem sem correspondente com a realidade.

[9] O *feedback* "significa retroalimentação ou retorno, é "a reação ao ato de comunicação. Possibilita que o emissor saiba se sua mensagem foi aprovada, desaprovada, compreendida ou não segundo (Pimenta, 2009, p. 30)".

núcleos de sentido, a exemplo de temas, conceitos e significados. Bardin (1977) define a AC como:

> Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN (1977), p. 48).

Olabuenaga e Ispizua (1989) ressaltam que a AC parte de um encadeamento de conjecturas, as quais, na análise, servem de suporte para captar também seu sentido simbólico. Demonstrando a sua complexidade posto que um sentido nem sempre é manifesto e ainda, o seu significado não é único. Por isso, os autores elencam que:

> a) o sentido que o autor pretende expressar pode coincidir com o sentido percebido pelo leitor do mesmo; b) o sentido do texto poderá ser diferente de acordo com cada leitor; c) um mesmo autor poderá emitir uma mensagem, sendo que diferentes leitores poderão captá-la com sentidos diferentes; d) um texto pode expressar um sentido do qual o próprio autor não esteja consciente (OLABUENAGA e ISPIZUA, 1989, p. 185).

Sob outra perspectiva, a AD proposta por Orlandi (2009) permite fazer análises dos variados discursos que emergem na sociedade por meio de determinações sociais, políticas e culturais. Orlandi (2009) salienta que a AD analisa os discursos sob três prismas: o sujeito (enunciador e suas estratégias para validar o discurso); o sentido (significados do discurso enunciado) e a ideologia[10] (ideias ocultas no discurso em prol da dominação das classes ou grupos dominantes com intuito de manter sua hegemonia sobre as classes ou grupos dominados).

O sujeito do discurso, na AD, têm a ilusão de escolher e determinar o que diz e de controlar os sentidos, entretanto, ele é determinado por fatores como o lugar ao qual está inserido e a sua própria exterioridade ou seja, pela história que o atravessa (o que faz com que ele só tenha acesso a parte do que diz). Sendo assim:

[10] Chauí (2008) afirma que a ideologia é um ideário histórico, social e político que oculta a realidade. Esse ocultamento é uma forma de assegurar e manter a exploração econômica, a desigualdade social e a dominação política.

> Ele é sujeito à língua e à história, pois para se constituir, para (se) produzir sentidos ele é afetado por elas. Ele é assim determinado, pois se não sofrer aos efeitos do simbólico, ou seja, se ele não se submeter à língua e à história, ele não se constitui, ele não fala, não produz sentidos (ORLANDI, 2009, p. 50).

A AD se interessa por sujeitos falando (ORLANDI, 2009, p.15), logo, em toda situação em que há interação entre interlocutores, palavras são ditas oralmente, por escrito ou até mesmo por meio de formas não verbais de linguagem. Em tudo isso há discurso, um regime simbólico em que um ruído ou uma imagem produz sentido e por isso mesmo, demanda interpretação:

> O sentido não nasce da vontade repentina de um sujeito enunciador. O discurso tem uma memória, ou seja, ele nasce de um trabalho sobre outros discursos que ele repete, ou modifica. Essa repetição ou modificação não é necessariamente intencional, consciente, nem imediata [...] ao contrário, pode ser oculta ao sujeito enunciador. (MITTMANN, 1999, p. 272).

A ideologia, último e não menos importante prisma analisado na AD, é definido como um sistema de ideias, crenças, tradições construídas e defendidas em função de interesses e até acordos (institucionais de ordem moral, religiosa, política). "A ideologia não é, pois, ocultação, mas função da relação necessária entre a linguagem e o mundo (ORLANDI, 2009, p.31)".

As diferenças entre a AC e a AD vão desde o modo de acesso ao objeto analisado. Enquanto a primeira pode ser quantitativa e qualitativa, a segunda é restrita, sendo somente qualitativa. Dentre outras diferenças, a mais significativa é o modo de interpretação, a AD trabalha com o sentido e não o conteúdo e a AC, por outro lado, com o conteúdo, a materialidade linguística através de condições empíricas do texto as quais ditam categorias para a sua compreensão.

Análise dos dados obtidos

O site escolhido para a coleta de dados, TV Foco[11], foi criado no ano de 2006 e trata-se de um dos 50 sites mais lidos em todo o Brasil, mais especificamente o 9º,

[11] Disponível em: https://www.otvfoco.com.br/. Acesso em 30/03/19.

segundo a Alexa[12] (índice de acessos da Internet em nível global). As notícias selecionadas para análise fazem referência ao caso da atriz Marina Ruy Barbosa, apontada como o "pivô", o motivo pelo qual os também atores, Débora Nascimento e José Loreto: um suposto caso de traição. Os famosos envolvidos no caso, estão em evidência na mídia e atualmente atuam nas telenovelas "O Sétimo Guardião"[13] (Marina Ruy Barbosa e José Loreto) e "Verão 90"[14] (Débora Nascimento).

Antes de aplicar a análise categorial proposta pela Análise de Conteúdo (AC), foram contabilizadas 201 publicações a partir do filtro de pesquisa "Marina Ruy Barbosa". Dentre essas, selecionadas quatro notícias pautadas nas categorias "Exposição", "Evidência", "Reviravolta" e "Pedido". Essas que conjuntamente, permitiram de forma prática e objetiva produzir inferências da comunicação de um texto replicáveis ao seu contexto social.

[12] Disponível em: https://www.alexa.com/topsites/countries/BR. Acesso em 30/03/19.

[13] Telenovela exibida no horário das 21h20min. Escrita por Aguinaldo Silva e Joana Lage, dirigida por Allan Fiterman e Rogério Gomes. Disponível em: https://gshow.globo.com/novelas/o-setimo-guardiao/. Acesso em: 30/03/19.

[14] Telenovela exibida no horário das 19h. Escrita por Izabel de Oliveira e Paula Amaral, dirigida por Jorge Fernando e Marcelo Zambelli. Disponível em: https://gshow.globo.com/novelas/verao-90/. Acesso em 30/03/19.

Tabela 1: Organização dos materiais coletados para a realização da Análise de Conteúdo (AC) e da Análise do Discurso de Linha Francesa (AD).

Categorias	*Headline* e Imagem da Notícia	*Lead* da Notícia
Exposição	CELEBRIDADES Após flagra de Débora Nascimento, verdade sobre Marina Ruy Barbosa e José Loreto é revelada 17/02/2019 12:39 Aloizio Júnior 5 Comentários Débora Nascimento, José Loreto e Marina Ruy Barbosa (Fotos: Reprodução)	"José Loreto **e** Débora Nascimento não estão mais juntos. Casados há três anos, o casal decidiu romper a relação após a atriz descobrir que estava sendo traída. De acordo com informações, o bonitão estaria se envolvendo com alguém do elenco de O Sétimo Guardião, novela das nove da Globo na qual ele interpreta o personagem Júnior".
Evidência	CELEBRIDADES Marina Ruy Barbosa promoveu festa privada com atores da Globo e vetou a entrada das esposas 18/02/2019 16:54 Lucas Medeiros 2 Comentários Marina Ruy Barbosa (Foto: Reprodução)	"O Fofocalizando soltou várias bombas envolvendo o fim do relacionamento de José Loreto e Débora Nascimento e uma em especial chamou a atenção do público. Segundo o jornalista Leo Dias, coincidência ou não, a separação aconteceu dias depois de uma festa privada de Marina Ruy Barbosa com famosos da Globo em sua casa."
Reviravolta	MAIS DESTAQUES Fim do casamento? Marido de Marina Ruy Barbosa é bombardeado e fica sabendo da vida dupla da atriz 21/02/2019 8:13 Rogério Frandoloso 11 Comentários Após ser apontada como pivô, Marina Ruy Barbosa virou inimiga de atrizes famosas. (Foto: Reprodução)	"Marina Ruy Barbosa está pagando bem caro por tamanha exposição nos últimos anos. A ruiva segue emendando um trabalho atrás do outro na dramaturgia da TV Globo e todos com um enorme destaque. Por conta disso, Marina é atualmente a atriz mais falada nas redes sociais".
Pedido	CELEBRIDADES José Loreto diz que manchou o nome de Débora Nascimento e ignora Marina Ruy Barbosa 21/02/2019 9:53 Lucas Medeiros 4 Comentários José Loreto (Foto: Reprodução/Instagram)	"José Loreto fez uma publicação no mínimo inusitada na noite desta quarta-feira (20), cinco dias depois da polêmica separação com Débora Nascimento vir à tona. Na mensagem, ele apelou para o sentimentalismo e tentou fazer a linha arrependido romântico, chegando a pedir publicamente o perdão da ex. No entanto, ele esqueceu de uma das maiores prejudicadas da história: Marina Ruy Barbosa".

Fonte: Os autores

Ao verificar a estrutura do texto dos dados conjuntamente, pode-se classificar como uma notícia porque contém os elementos citados por Dijek (1986) como a

headline (título), com letras maiores, ou seja, destacada do restante do texto; o *lead* respondido no primeiro parágrafo; os acontecimentos de todos os eventos desencadeados a partir da constatação inicialmente da separação e posteriormente, da traição de José Loreto; o *backgroud* contendo todas informações explicadas para que os receptores entendam o que foi relatado; as consequências que cada um dos envolvidos na história sofreram, enfoque para a Débora Nascimento e a Marina Ruy Barbosa, culpabilizadas pela mídia e opinião pública. Em algumas notícias ainda pode ser identificada a subjetividade do emissor que escreveu o texto, logo, a interpretação dele sobre o caso.

A primeira notícia analisada foi publicada no dia 17 de fevereiro, um dia após o comunicado feito pela assessoria de Débora Nascimento, em suas mídias sociais, sobre o término de seu casamento. O título "Após flagra de Débora Nascimento, verdade sobre Marina Ruy Barbosa e José Loreto é revelada"[15] em si, já anuncia um assunto polêmico cujos envolvidos, são figuras públicas. Portanto, no presente artigo, a notícia foi colocada na categoria "exposição" pelo fato também de se tratar de um assunto privado que acabou sendo vazado na mídia, ou seja, tornando-se público. O uso das palavras "flagra", "verdade" e "revelada", instantaneamente atraiu o público-consumidor-leitor fazendo com que eles, inferissem sobre o conteúdo da notícia – a descoberta de uma relação extraconjugal que culminou em separação.

Ao acessar a notícia, pode-se constatar que o conjunto formado pelo *lead* e pelo corpo da notícia (o resto das informações dispostas no texto) montaram uma narrativa com significados de alta complexidade ao ponto de instigar o imaginário social que Moraes (2009) afirma ser traduzido por ideologias, símbolos, alegorias, rituais e mitos responsáveis por moldar tanto as visões de mundo quanto os próprios estilos de vida. Os discursos mais legitimados são ideológicos, havendo subtendido alguns pensamentos que são propagados para instigar como o de achar evidências e, automaticamente, definir absolvidos e culpados em toda a história que cerca o casal que está se separando. É fundamental ressaltar que esses discursos, situados em épocas estratégias são chamados de discursos controladores ou manipuladores.

[15] Disponível em: https://www.otvfoco.com.br/apos-flagra-de-debora-nascimento-verdade-sobre-marina-ruy-barbosa-e-jose-loreto-e-revelada/. Acesso em: 17/02/2019.

A espetacularização midiática observada neste caso, é visualizada transformando a infidelidade, algo que pode acontecer com qualquer ser humano, em um espetáculo repleto de dramatizações e especulações sobre a vida privada dos envolvidos. Os próprios atores, fora do exercício de suas profissões, acabam transformados em personagens, o "eu real" que no caso, o telespectador não enxergaria na televisão porque é a vida privada deles. Tudo isso, baseado na premissa "quanto mais descobertas ser feita sobre um caso e, se descobrir antes de todo mundo, pode ser publicado e atrair mais audiência", revertendo, no caso da Internet, acessos e comentários em capital pois tudo acaba sendo uma mercadoria vendável, sobretudo, as notícias.

Colocada na categoria "evidência", a segunda notícia foi publicada no site TV Foco, no dia 18 de fevereiro com o título "Marina Ruy Barbosa promoveu festa privada com atores da Globo e vetou a entrada das esposas"[16]. Rapidamente a notícia ganhou repercussão, neste momento, já havia sido construído os personagens da narrativa: Débora Nascimento recebia o papel de mulher traída e agora mãe solteira, Marina Ruy Barboza recebia o *status* de sedutora e destruidora de lares enquanto José Loreto tinha o papel de homem seduzido ou era completamente apagado da história. Assim, tornando evidente um problema que alimenta as desigualdades sociais, a naturalização do machismo, criando e não somente isso, fortificando e legitimando estigmas sociais através dos discursos em torno da divisão entre o que é de e para masculino (dominante) e o que é de e para feminino (dominado).

A partir do momento que é colocado que "Marina Ruy Barbosa veta entrada de esposas em festa particular", automaticamente os discursos trazidos à tona são os de que Marina Ruy Barbosa, casada, estava procurando uma maneira de se aproximar de José Loreto, também casado, para seduzi-lo. A absolvição é dada ao homem pois ele, não é culpado, foi cercado e não conseguiu se conter. Débora Nascimento também acaba punida pois, além de ser a mulher traída, acaba sendo retratada como uma mulher moderna que apesar de se dividir entre a casa (cuidando também de uma criança de 10 meses) e o trabalho, é retratada como o lado frágil da história toda, sendo inclusive, muitas vezes silenciada.

[16] Disponível em: https://www.otvfoco.com.br/marina-ruy-barbosa-promoveu-festa-privada-com-atores-da-globo-e-vetou-a-entrada-das-esposas/. Acesso em: 18/02/2019.

No mais, ao acessar a notícia, o *lead* e o corpo dão pistas sobre dias antes ao anúncio da separação. O nome do pivô, é mencionado ao longo da narrativa com as insinuações "atriz convidou apenas os atores e atrizes da telenovela O Sétimo Guardião, da qual José Loreto faz parte, e todos os convidados e convidadas foram proibidos de levar seus namorados e namoradas, maridos e esposas" e "pelo visto a festa foi pra lá de secreta". Logo, percebe-se a opinião do autor inserida no texto, ou seja, concordando com o que Abramo (1988) menciona ao afirmar que a objetividade é algo que não existe no jornalismo.

A mídia acaba redefinindo e redirecionando a relação entre privado e público, ocasionando na sensação de que ao participar tanto do circuito informativo quanto do circuito de entretenimento, os atores sociais estejam verdadeiramente participando da vida dos famosos. É possível verificar isso, na terceira notícia, publicada no dia 21 de fevereiro, inserta na categoria "reviravolta". Desde o título "Fim do casamento? Marido de Marina Ruy Barbosa é bombardeado e fica sabendo da vida dupla da atriz"[17] é observado que são feitas especulações. Logo, dando a entender que após os rumores de que Marina Ruy Barbosa era a amante de José Loreto, deveria provar a sua inocência a todo custo e para isso, sua vida íntima agora, era de interesse público. O marido da atriz também aparece como personagem nesse enredo melodramático, o "traído" cujas atitudes esperadas era: confirmar a história que estava sendo relatada na notícia; responder o motivo de permanecer em silêncio e, não se pronunciar publicamente sobre a traição de sua esposa, ou até mesmo, perdoar os erros dela.

Ao acessar a notícia, o conteúdo verificado só reafirma o título e são encontradas mais especulações se tornando evidente que nenhum fato foi apurado e narrado com objetividade. O *lead* e o corpo da notícia são escritos baseados em publicações (ou com a escassez de) realizadas nas mídias sociais dos envolvidos na história. Um fato interessante analisado é a imagem de outras famosas que acompanha o título, acompanhada da legenda "Após ser apontada como pivô, Marina Ruy Barbosa virou inimiga de atrizes famosas". Em vista disso, pode-se interpretar que as atrizes da imagem se tornaram inimigas de Marina Ruy Barbosa por ela se envolver com um

[17] Disponível em: https://www.otvfoco.com.br/fim-do-casamento-marido-de-marina-ruy-barbosa-e-bombardeado-e-fica-sabendo-da-vida-dupla-da-atriz/. Acesso em: 21/02/19.

homem casado (algo não comprovado) porque quem trai vai contra a moral definida como:

> sistema de normas, princípios e valores, segundo o qual são regulamentadas as relações mútuas entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade, de tal maneira que estas normas, dotadas de um caráter histórico e social, sejam acatadas livres e conscientemente, por uma convicção íntima, e não de uma maneira mecânica, externa ou impessoal (VASQUEZ 1998, p.84).

Diante da falta de moral "comprovada", a punição aplicada, segundo a notícia, foi a exclusão, o isolamento. Neste momento, acontece a reviravolta pois, depois de dias sendo massacrada por uma enxurrada de especulações e comentários negativos, a narrativa mudou atribuída ao fato de algumas famosas que estavam na lista das inimigas se tratava de até então amigas do pivô sedutor. O discurso muda completamente e o personagem Marina Ruy Barbosa, criado pela mídia, passa a receber o papel de "injustiçada", transformando quem a criticou em errado, principalmente as mulheres, acusadas de falta de sororidade[18].

A começar pela antiguidade, a imagem da mulher já era associada ao mal, por conseguinte, a condenação já caia sobre ela. A própria bíblia, narra Eva como a mulher que usou de seus artifícios para convencer Adão a comer do fruto proibido tanto que a punição maior foi para ela, condenada ao trabalho de parto que simboliza o sofrimento: "multiplicarei grandemente o teu sofrimento na gravidez; em meio à agonia darás à luz filhos; seguirás desejando influenciar o teu marido, mas ele te dominará (GÊNESIS, 3:16)". Trazendo ao contexto dos dias atuais, ao analisar o que circula nas mídias, especialmente o material coletado para este estudo, percebe-se que tudo o que ocorreu no passado, ainda é muito atual.

Semanas após a primeira notícia ser publicada sobre o caso envolvendo os atores da Rede Globo, no dia 11 de março, foi publicada a notícia "José Loreto diz que manchou o nome de Débora Nascimento e ignora Marina Ruy Barbosa"[19]. Neste título é mostrado que apesar de o homem ser responsabilizado pelos seus atos, a comprovada

[18] Pacto político e ético de irmandade entre as mulheres que despertam práticas afim de preservar e estimular a proteção, solidariedade e defesa entre as mulheres e, assim, enfrentar o patriarcado (PENKALA, 2014, p.225).

[19] Disponível em: https://www.otvfoco.com.br/jose-loreto-diz-que-manchou-o-nome-de-debora-nascimento-e-ignora-marina-ruy-barbosa/. Acesso em: 21/02/19.

traição, a culpa ainda seguia em cima de uma das mulheres, que agora, era ignorada pelo homem ao qual disseram que ela tinha relações.

O texto que compõe toda a notícia ainda mostra um pedido de desculpas feito em uma mídia social, *Instagram*[20], por José Loreto onde ele começa com "Errei sim, manchei teu nome" e ainda coloca "Peço perdão a você e à nossa filha, antes de quaisquer outras pessoas, pois vocês foram as verdadeiras vítimas da minha hesitação". As consequências, sem dúvida alguma, prejudicaram mais as mulheres. Se por um lado, Débora Nascimento além de ser traída teve a sua intimidade exposta pela mídia a todos, por outro, Marina Ruy Barbosa foi exposta e mesmo sem provas sobre o envolvimento ou não com José Loreto, foi culpabilizada, crucificada e marcada como o pivô, a destruidora de lares – provavelmente seguirá sendo lembrada por esse episódio.

Ainda é possível identificar a opinião do autor do texto, induzindo os receptores a pensarem como ele em trechos como "Na mensagem, ele apelou para o sentimentalismo e tentou fazer a linha arrependido romântico". Desse modo, revelando possíveis estratégias discursivas de José Loreto para legitimar o seu discurso ao usar o sentimentalismo.

Considerações finais

Aplicando a Análise de Conteúdo (AC) e a Análise do Discurso de Linha Francesa (AD), em conjunto, o poder da mídia de persuasão foi evidenciado em todas as notícias analisadas. Marina Ruy Barbosa, por exemplo, antes era narrada como o pivô sedutor e única condenada de todo o enredo melodramático criado entre ela, José Loreto e Débora Nascimento e logo após algumas semanas, era até considerada a vítima. Assim, passando de odiada a amada pela mídia e é claro, pela opinião pública que pode ser classificada como fácil de ser manipulada a todo momento.

Os discursos possuíam ideologias apesar de uma aparente superficialidade e o espetáculo de fato aconteceu, em todos os quatro casos. Aliás, a significação de espetáculo remete para tudo o que chama a atenção dos consumidores-públicos-leitores, mantendo-os atentos às revelações com especulações e dramaticidade potencializada

[20] Disponível em: < https://www.instagram.com/>. Acesso em: 01/04/19.

com depoimentos “reais” (posts em mídias sociais) dos envolvidos no caso bem como as pessoas ao seu redor. Portanto, ao trazer os conceitos de Debord (1997), foi enxergada a realidade surgindo no espetáculo, e o espetáculo no real. Esse, como um elemento usado ao serviço do capitalismo, evidenciando a vida das sociedades sem autenticidade e regrada na alienação.

O sensacionalismo também foi evidente principalmente nos títulos que muitas vezes, direcionava a todos para um texto que não informava algo novo, mas, reforçava ainda mais a história ao dizer que a vida real dos atores podia ser considerada um enredo digno de telenovela. Além do mais, isso tudo contribuía para que as fronteiras entre o real e o ficcional desaparecessem em alguns momentos, confundindo os receptores da mensagem que esperavam dos emissores atualizações sobre o caso.

Outro fato a ser destacado foi de as notícias aparecerem como um sistema ideológico machista, oferecendo modelos de identidade para mulheres e homens, mediado pela dominação masculina. A traição de José Loreto, acabou se tornando uma briga entre sua ex-esposa, Débora Nascimento e Marina Ruy Barbosa cujas histórias de seu envolvimento, nunca foram comprovadas. A mídia não só transformou a vida em um show como criou uma espécie de guerra travada entre mulheres sendo que o único fato comprovado, foi a traição de um homem que muitas vezes foi retratado como vítima da sedução de uma destruidora de lares.

Em aberto fica a reflexão: se um homem trai, porque grande parcela da responsabilidade recaí tanto na mulher traída, a que não soube manter e conduzir o relacionamento, quanto na mulher considerada como a amante, a maldita, apagando muitas vezes o homem de toda a história?

Referências

ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ANGRIMANI, D. **Espreme que sai sangue:** um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

AUERBACH, E. **Mimesis**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

BARDIN, L. **L'Analyse de contenu**. França: Editora Presses Universitaires, 1977.

BAUDRILLARD, J. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CORREIA, Fernando. Os jornalistas e as notícias. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.

CHAUÍ, M. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

DEBORD, G. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIJK, T. A. **News schemata**. In: COOPER, C. R. e GREENBAUM, S. (eds). Studying writing: linguístic approaches. London/Beverly Hills/New Delh, 1986.

JORGE, T. M. **Manual do foca**: guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo: Contexto, 2008.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KRAUT, R. **Aristóteles e a ética a Nicômaco**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

LAZARSFELD, P. F.; MERTON, R. K. **Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada**. In: ROSENBERG, B.; WHITE, D. M. Cultura de massa: as artes populares nos Estados Unidos. São Paulo: Cultrix, 1973.

LIMA, V. A. **Sete teses sobre a relação Mídia e Política**. Mimeo: Campinas, 2003.

MARX, K. O Capital. São Paulo: Centauro Editora, 2005.

MORAES, D. **A Batalha da Mídia:** governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

MITTMANN, S. **Nem lá, nem aqui:** o percurso de um enunciado. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L. (Org.). Os múltiplos territórios da análise do discurso. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.

ORLANDI, E. **Análise de Discurso:** princípios & procedimentos. São Paulo: Pontes, 2009.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. Porto Alegre: Editora Contexto, 2005.

PENKALA, A. **A mulher é o novo preto:** pensando identidades a partir das representações arquetípicas de gênero na série Orange is the new black. In: IV SIGAM – Simpósio Internacional Gênero, Arte e Memória. Pelotas, RS, 2014. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/paralelo31/files/2015/03/13_dossie_04_artigo_penkala.pdf> Acesso em: 01/04/19.

PIMENTA, M. A. **Comunicação empresarial**. Campinas: Alínea, 2009.

SCHUDSON, M. **Discovering the news:** a social history of american newspaper. New York: Basic Books, 1978.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia**. São Paulo: Loyola, 2002.

SPONHOLZ, L. **Jornalismo, conhecimento e objetividade:** além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009

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