

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS
JORNALISMO

ISADORA PIMENTEL TERRA

**O QUE É VEICULADO SOBRE A CANTORA LUÍSA SONZA: UMA ANÁLISE DAS
PUBLICAÇÕES DO G1 AO LONGO DO ANO DE 2023**

Porto Alegre
2024

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

ISADORA PIMENTEL TERRA

**O QUE É VEICULADO SOBRE A CANTORA LUÍSA SONZA: UMA
ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DO G1 AO LONGO DO ANO DE 2023**

Trabalho de pesquisa apresentado como
requisito para a obtenção de grau de
bacharel em Jornalismo da Faculdade de
Comunicação Social da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador
Prof. Dr. Fábio Canatta de Souza

Porto Alegre
2024

ISADORA PIMENTEL TERRA

**O QUE É VEICULADO SOBRE A CANTORA LUÍSA SONZA: UMA
ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DO G1 AO LONGO DO ANO DE 2023**

Trabalho de pesquisa apresentado como
requisito para a obtenção de grau de
bacharel em Jornalismo da Faculdade de
Comunicação Social da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em: ____de____de_____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Fábio Canatta de Souza — PUCRS

Prof. Dr. Moreno Cruz Osório — PUCRS

Prof^a. Dr^a. Paula Regina Puhl — PUCRS

Porto Alegre

2024

**Para meus irmãos Iury, Betinna Sofia,
Vicente, Marina, Heitor e Maria Antônia.
Sempre farei de tudo o que estiver ao
meu alcance para vê-los felizes e
realizados.**

AGRADECIMENTOS

Há um antigo provérbio africano que afirma ser necessário uma aldeia inteira para educar uma criança. Claramente a essa altura do campeonato eu não sou nenhuma menininha. Mas muitas mãos me ajudaram para estar onde eu estou hoje. Eu tive uma aldeia, uma comunidade, uma família inteira que se dedicou e deu o máximo de si para que, um dia, eu pudesse estar apresentando um trabalho de conclusão de curso. Mãe, pai, avós, tios e tias que não mediram esforços para que eu pudesse trilhar este caminho. Obrigada, minha família, pelo amor, zelo e suporte de sempre.

Agradeço em especial aos meus pais, Márcia Pimentel e Antônio Terra por terem me proporcionado uma infância feliz e alegre. Mas principalmente por terem construído a nossa grande família que tanto amo. Não poderia deixar de mencionar o meu marido que foi o meu apoio, meu colo e meu maior incentivador nessa etapa final da graduação. Obrigada por tudo, querido João.

Agradeço também a todos os professores da faculdade que cruzaram o meu caminho nos últimos anos. Tive a oportunidade de estudar e aprender com docentes maravilhosos e extremamente qualificados que faziam eu me apaixonar, cada dia mais, por essa profissão linda que é o jornalismo. Faço um agradecimento em especial ao meu professor orientador, Fábio Canatta de Souza, que recebeu uma aluna perdida que entrou aos 45 do segundo tempo na disciplina de monografia. Obrigada, professor, pela atenção, paciência e dedicação comigo nestes últimos meses.

Encerro essa trajetória acadêmica repleta de gratidão. Saio da graduação com o coração leve, tranquilo e realizado. Já sinto saudades da minha Famecos.

RESUMO

Este trabalho tem como tema o jornalismo cultural e musical. A partir das definições e conceituações de jornalismo especializado (Lage, 2001), jornalismo cultural (De Assis, 2008), jornalismo musical (Ballerini, 2015), celebridades (Simões e França, 2014) e os contrapontos entre vida pública e vida privada (Thompson, 2010), foram selecionados 25 conteúdos jornalísticos sobre a cantora Luísa Sonza. Todos foram veiculados pelo portal de notícias g1 no decorrer do ano de 2023, entre os meses de janeiro e dezembro. A partir da seleção destes conteúdos, o presente estudo tem como objetivo analisar e compreender o quanto dos aspectos da vida privada da artista pautam os materiais publicados pelo site. Como base teórico metodológica, este trabalho de conclusão de curso utilizou de análise documental e bibliográfica (Stumpf, 2011) e se inspirou na análise de conteúdo (Bardin, 1997) para investigar cada publicação. Os assuntos abordados, foco do texto, vida pública e vida privada foram as categorias que nortearam a análise. Os resultados da pesquisa demonstram que a cobertura realizada sobre música pode não se encaixar na categoria adequada, se assemelhando mais com a prática do jornalismo de famosos.

Palavras-chave: Luísa Sonza; g1; jornalismo musical; jornalismo cultural; celebridades;

ABSTRACT

ABSTRACT

This work's theme is cultural and musical journalism. Based on the definitions and conceptualizations of specialized journalism (Lage, 2001), cultural journalism (De Assis, 2008), music journalism (Ballerini, 2015), celebrities (Simões and França, 2014) and the counterpoints between public and private life (Thompson, 2010), 25 journalistic contents about the singer Luísa Sonza were selected. All were broadcast by the g1 news portal throughout 2023, between the months of January and December. Based on the selection of these contents, the present study aims to analyze and understand how many aspects of the artist's private life guide the materials published on the website. As a theoretical methodological basis, this course conclusion work used documentary and bibliographic analysis (Stumpf, 2011) and was inspired by content analysis (Bardin, 1997) to investigate each publication. The subjects covered, focus of the text, public life and private life were the categories that guided the analysis. The research results demonstrate that coverage of music may not fit into the appropriate category, being more similar to the practice of celebrity journalism.

Word-keys: Luísa Sonza; g1; music journalism; cultural journalism; celebrities;

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 JORNALISMO CULTURAL E MUSICAL.....	12
2.1 JORNALISMO ESPECIALIZADO.....	12
2.2 JORNALISMO CULTURAL NO BRASIL.....	15
2.3 JORNALISMO MUSICAL.....	22
3 CELEBRIDADES E NOTÍCIAS.....	28
3.1 CELEBRIDADES.....	28
3.1.1 Jornalismo de Celebidades.....	31
3.2 VIDA PÚBLICA X VIDA PRIVADA.....	34
4. LUISA SONZA NO G1 E CAMINHOS METODOLÓGICOS.....	39
4.1 CAMINHOS METODOLÓGICOS.....	39
4.2 PORTAL DE NOTÍCIAS G1.....	43
4.3 QUEM É LUÍSA GERLOFF SONZA.....	45
4.4ANÁLISE INDIVIDUAL DAS PUBLICAÇÕES.....	46
4.4.1 Resultados gerais da análise.....	55
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS.....	63
APÊNDICE A - Tabela de análise.....	69

1 INTRODUÇÃO

Luísa Sonza é uma cantora pop brasileira que tem ganhado um enorme destaque no cenário musical brasileiro nos últimos dez anos. Mas foi em 2018, quando decidiu apostar de vez em sua carreira musical que Sonza despontou entre o público jovem, entoando músicas dançantes e coreografadas que rapidamente caíram no gosto dos ouvintes. Com influência dos estudos desenvolvidos por Laurence Bardin no livro *Análise de Conteúdo* (1997) para elaborar a análise de conteúdo, este trabalho pretende compreender o quanto dos aspectos da vida privada da artista pautam os materiais veiculados pelo portal de notícias g1.

Atualmente, a cantora é um dos maiores nomes que representam o pop nacional, junto das outras divas Anitta e Ludmilla. A gaúcha natural de Tuparendi conquistou uma legião de fãs ao publicar vídeos cantando covers no Youtube, e ficou ainda mais conhecida após engatar em um romance com o humorista e criador de conteúdo Whindersson Nunes em 2016. Apesar de já ter lançado quatro discos de estúdio, estar figurando entre as cantoras mais ouvidas do spotify e suas músicas já lhe terem lhe rendido, inclusive, uma nomeação na disputa de Melhor Álbum de Pop Contemporâneo em Língua Portuguesa no Grammy Latino tem outros aspectos da vida da artista que geralmente entram em pauta, sobretudo no que tange a relacionamentos.

É fato que os escândalos da vida íntima das celebridades despertam grande interesse dos veículos de comunicação que buscam audiência (Pinto, 2022). Esse interesse, no entanto, parece ser uma via de mão dupla, pois os famosos precisam que a mídia lhes conceda um certo espaço para que eles possam ficar em evidência e assim alimentem a sua fama, conforme Lana (2014). É dessa forma que a indústria de celebridades se mantém e se sustenta, principalmente por conta do trabalho desenvolvido pelos meios de comunicação. A partir disto, o trabalho visa compreender como a vida privada de Luísa Sonza é veiculada pela mídia.

Luísa Sonza é um exemplo pertinente para fomentar essa discussão e entender, também, qual o enfoque que o jornalismo cultural e musical brasileiro estão tomando na atualidade. Além disso, é uma oportunidade para analisar o

quanto as produções jornalísticas exploram a vida dos famosos para construir os seus conteúdos. A escolha do veículo analisado se deu pela sua relevância dentro do cenário digital brasileiro. Entre os meses de março e maio de 2024, o portal de notícias g1 liderou com a maior audiência entre todos os sites jornalísticos do país, segundo levantamento feito pela empresa SimiliarWeb.

Por fim, a pesquisa pretende ampliar os estudos sobre as divas pop no Brasil. Já há estudos como a dissertação de mestrado de Rafael Moraes da Universidade Federal Fluminense, apresentada em 2019, que busca refletir sobre a representação da cultura drag na mídia brasileira. Ou como o trabalho de Andressa Bitencourt Dantas (2020), que mapeia comentários dos seguidores da cantora Anitta no Instagram para compreender quais aspectos do empoderamento feminino no funk são propagados pela cantora. Este, no entanto, busca descobrir o que é notícia sobre Luísa Sonza.

Para discutir as características e nuances do jornalismo cultural, foram consultados autores como Basso (2008), De Assis (2008), Piza (2010) e Ballerini (2015), que se debruçaram em suas pesquisas para compreender como e onde surgiu o jornalismo cultural no Brasil. Além disso, é importante olhar para o jornalismo musical — um dos braços da prática jornalística especializada em cultura — com atenção, pois dessa forma se entenderá de que forma o segmento é trabalhado e qual a sua principal função.

Também é de suma importância se atentar à cultura das celebridades e compreender como essas personalidades ganharam tanto espaço na vida cotidiana das pessoas comuns e, conseqüentemente, da mídia. A reflexão dos autores Driessens (2014), Carlan (2018), e França e Simões (2014) foram fundamentais para a construção dos capítulos teóricos. Com isto, será possível assimilar como a cobertura de celebridades — vulgo o jornalismo de celebridades — se beneficia de fatos da vida privada de uma pessoa célebre para se manter em alta.

Os procedimentos metodológicos utilizados para a estruturação deste estudo foram a Pesquisa Bibliográfica (Stumpf, 2011), Pesquisa Documental (Moreira, 2011) e Análise de Conteúdo (Bardin, 1997). Sendo esta última desenvolvida em três

etapas: A pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados da análise. Nesta monografia, foram analisadas 25 conteúdos veiculados pelo portal de notícias g1 no decorrer do ano de 2023 que falassem sobre a cantora Luísa Sonza.

Os materiais foram organizados em uma planilha do Google Sheets para uma melhor visualização do conteúdo a ser estudado. Título, Assunto, Tipo de Conteúdo, Luísa é o foco?, A vida privada é citada?, A vida pública é citada?, O Trabalho da Luísa é o foco?, são as categorias de análise que nortearam a pesquisa.

A presente monografia foi estruturada em cinco capítulos, sendo o primeiro a presente introdução. O segundo, intitulado “Jornalismo cultural e musical”, é dividido em três subseções, e apresentará autores que defendem e expõem conceitos sobre o que é jornalismo especializado. Dentro das multifacetadas que o jornalismo proporciona, se estudará o jornalismo cultural, com uma breve contextualização histórica sobre o cenário da cobertura das artes no Brasil, expondo as problemáticas e dificuldades que o setor enfrenta. O capítulo encerra abordando os aspectos da cobertura musical e expõe a sua relevância para a formação da opinião do público.

Já o terceiro, denominado “Celebidades e notícias” irá introduzir conceitos essenciais para entender o fenômeno das celebridades, bem como quais as suas características e quais os processos de construção que as tornam pessoas célebres para a mídia. Nesta parte, também se compreende como o jornalismo de celebridades foi desenvolvido ao longo dos anos no exterior e no Brasil. Por último, encerra-se a seção discutindo as características que distinguem quais aspectos se encaixam à vida pública e à vida privada das pessoas célebres.

No fim, em “Luísa Sonza no G1 e Caminhos Metodológicos”, foi apresentado o veículo escolhido para análise, a partir do histórico que conta no site e na aba do memorial do Grupo Globo. Posterior a isso, os conteúdos selecionados foram analisados a partir da metodologia elencada. Em um primeiro momento, foi explicado como cada categoria foi desenvolvida. Depois o trabalho discorreu sobre os resultados obtidos.

2 JORNALISMO CULTURAL E MUSICAL

Neste capítulo, discutem-se conceitos e trabalham-se autores que auxiliarão a compreensão sobre o que é jornalismo especializado. A partir desta conceituação, discute-se o jornalismo cultural, sobretudo a produção brasileira deste tipo de imprensa. Por fim, aborda-se o jornalismo musical.

2.1 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Nilson Lage, em um dos capítulos do seu livro “A reportagem – teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística” trata exclusivamente sobre reportagem especializada. No texto, o pesquisador questiona por que não se transforma especialistas como arquitetos e produtores culturais em jornalistas especializados. O próprio oferece três respostas para essa pergunta. Na primeira, traz a ideia de “teoria da inocência”, que parte de um pressuposto em que o jornalista possui um olhar genérico sobre os assuntos. Conforme o docente, “a crença de que os repórteres, sendo agentes do público, devem observar a realidade com os critérios do senso comum que excluiriam a formação especializada” (Lage, 2001, p.48).

A segunda defende que cada profissão possui o seu próprio código de ética e seus valores corporativos. Para o autor, isso é determinante, porque quando os especialistas são “transferidos” para o jornalismo, eles devem abandonar os valores de suas atividades de origem e, conseqüentemente, abraçar os valores jornalísticos. Por fim, a terceira e última resposta argumenta que o investimento intelectual dos especialista seria desperdiçado ao tentar “convertê-lo” a um jornalista:

Não haveria ganho, mas perda social, em se transformar, por exemplo, um físico teórico em jornalista especializado em ciência: sua formação como físico funcionaria para uma especialidade científica, a Física, e não para outras (ajudaria pouco, por exemplo, numa reportagem sobre Paleontologia). Por outro lado, muitas de suas habilidades, custosamente adquiridas, perderiam qualquer sentido útil, ainda que se limitasse a noticiar pesquisas e descobertas da Física (Lage, 2001, p.48).

Para encerrar a defesa da sua ideia, alega que qualquer jornalista é capaz de se especializar para cobrir áreas que exigem conhecimentos específicos. Ainda

sobre o tema, Lage considera que a reportagem especializada só faz sentido para o público que a consome. No texto, o professor e jornalista ilustra a ideia com um comparativo entre a máxima heterogeneidade na audiência de um jornal televisivo em canal aberto para a mínima heterogeneidade dos leitores de uma revista destinada a cobrir um tema.

Em suma, quanto mais específico é o público, mais especializado é o conteúdo. “Há relação entre interesse jornalístico e abrangência de público para uma informação. Quanto maior o interesse jornalístico, maior a abrangência do público a que a informação se possa destinar” (Lage, 2001, p.50). Conforme o autor, é para este público segmentado a quem se destina a notícia “especializada”, conceito no qual trabalha como sinônimo de “informação jornalística”. “A informação jornalística é o espaço privilegiado da reportagem especializada. Uma peculiaridade dela é destinar-se a públicos mais ou menos heterogêneos” (Lage, 2001, p. 49,50).

Mais adiante, o pesquisador pincela as características que definem cada uma das áreas do jornalismo especializado — e para que servem, respectivamente. Começando com esportes, no qual resume como a notícia sobre jogos ou disputas, sem perder de vista os aspectos éticos do esporte e sua finalidade educativa. Quanto à política, defende que a reportagem deve se basear em entrevistas que abordem os processos políticos em si.

No ramo cultural, evidencia o papel de socialização do texto, considerando que produtos culturais são altamente comercializáveis. No entanto, reforça que mesmo assim a cobertura das artes não possui compromisso com a venda do produto, como os ingressos de uma peça, por exemplo, e sim com o teatro de um modo geral. A produção jornalística especializada em ciência e tecnologia tem a tarefa de transformar o conhecimento científico em uma informação, bem como promover o avanço científico-tecnológico e tornar o conteúdo compreensível e atraente. Finalmente, encerra descrevendo a área econômica, caracterizada não mais pelo tema, mas por qualquer possibilidade de falar de apropriação e lucro do mercado (seja ele rural, artístico, político e afins).

Ampliando a discussão, Frederico de Mello Brandão Tavares, pesquisador do jornalismo especializado, trata sobre o assunto em muitos dos seus trabalhos. Para o autor, uma das muitas facetas desta categorização está ligada à evolução das tecnologias. Em seu estudo “O jornalismo especializado e a especialização periodística”, aponta três elementos que descrevem a produção jornalística especializada:

1) A especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofônico, ciberjornalismo etc) e 2) a temas (jornalismo econômico, ambiental, esportivo etc), ou pode estar associada 3) aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofônico, jornalismo cultural impresso etc) (Tavares, 2007).

O cientista também salienta que a especialização periodística está associada à evolução dos meios de comunicação — nota-se que no trecho o acima, ele cita jornalismo esportivo radiofônico e jornalismo cultural impresso como especializações da área — e a formação de grupos consumidores (lê-se leitores, ouvintes ou telespectadores) distintos. No entanto, pontua que o jornalismo especializado deveria focar menos no conteúdo e na audiência e mais no método de trabalho. “É certo que quando se pensa na especialização dentro da imprensa diária, ainda persiste, muitas vezes, a predominância do olhar sobre a especialização muito mais pelos conteúdos do que pelo método de trabalho” (Tavares, 2007). Em outro ponto, no mesmo texto, destaca que “a especialização pelos conteúdos, apesar disso, indica indiretamente questões de consumo, de método e de linguagem”.

A reportagem para Tavares (2007), assim como para Lage (2001), é a manifestação mais valiosa deste tipo de jornalismo. Conforme o autor, a produção textual vai além do caráter meramente noticioso e cumpre um papel de aprofundamento sobre as especialidade que cobre, se aprofundando, de fato, no assunto. Ademais, defende que a informação jornalística especializada possui o dever de intermediar os saberes, traduzindo-os para o público de uma maneira acessível:

Os sentidos que a mídia engendra colocam-na, sob este viés, como articuladora de um novo processo de referência e permitem um novo salto de qualidade (no sentido de uma

mudança) da leitura e da interpelação de seus conteúdos informacionais. O conhecimento por ela produzido passa a orientar sujeitos e consumidores de uma outra maneira. Um processo, no entanto, que não deve ser pensado como unidirecional (Tavares, 2007).

Em outro texto do Frederico Tavares, "O Jornalismo especializado e a mediação de um ethos na sociedade contemporânea", ainda sobre a temática, ele afirma que "há diversos produtos culturais voltados para segmentos específicos de público, pensando uma comunicação mais direcionada, que dê conta de 'atingir e suprir' certas necessidades ou de acompanhar certas identidades" (Tavares, 2007, p. 47). Neste trabalho, o autor toma como objeto de estudo as revistas e cadernos especializados de jornalismo, as quais o autor atribui uma "forma específica de enunciação e, conseqüentemente, de discurso".

Em uma terceira produção, o jornalista levanta um ponto que até então não foi trabalhado nos dois anteriores, mas que fazem sentido serem levantados ao ter como objetos de estudo a produção jornalística impressa, que é especialidade do autor. Para ele fica claro que essas publicações possuem bases sólidas no jornalismo "tradicional", edificadas em uma lógica de produção já estabelecida e "assumidamente edificadas num processo que tange a elaboração de uma pauta e a apuração de dados e fontes" (Tavares, 2007, p.10), assim como também utilizam recursos característicos e indispensáveis à profissão, como critérios de noticiabilidade, criação de pauta, apuração de dados, fontes e os recursos técnicos-textuais do jornalismo. Além disso, o autor apresenta um novo argumento que caracteriza o jornalismo específico voltado para publicações impressas: o tratamento da imagem, a identidade visual, julgamento de valores, a prestação de serviços e preocupações estéticas.

2.2 JORNALISMO CULTURAL NO BRASIL

Ivana Barreto, em sua pesquisa "As Realidades do Jornalismo Cultural no Brasil", resgata a história do surgimento dos "Segundos Cadernos" no país. O pioneiro deles é o Caderno B, do Jornal do Brasil, na década de 50. A impressão apresentava textos criativos, destinados a discutir sobre cultura, e, conforme Barreto (2006), era um produto cultural. Seguindo o exemplo, outros jornais inauguraram o

seu caderno secundário, como o "Caderno H", da Zero Hora, "Dia D", de O Dia, "Tribuna Bis", da Tribuna da Imprensa e o "Caderno 2" de O Estado de São Paulo, entre outros. Em determinado momento, próximo da década de 60, o Brasil oferecia um produto que nem mesmo os países do Hemisfério Norte tinham: jornais diários de cultura com reportagens, resenhas críticas, colunas e o serviço com o roteiro dos cinemas, teatros, casas de shows e afins. "Fora do Brasil, o jornalismo cultural se resume a um caderno semanal nos grandes diários ou a revistas especializadas, independentes" (Barreto, 2006, p. 67).

No decorrer do texto, a autora trata, de uma forma um tanto saudosista e nostálgica, a cobertura cultural realizada entre os anos de 1960 e 1970, exaltando a qualidade dos textos e evidenciando a participação de grandes nomes da literatura nacional na produção de crônicas para os cadernos, como Clarice Lispector, Rubem Braga e Joel Silveira. Para os dias de hoje, a pesquisadora possui um olhar mais pessimista e alerta para alguns perigos:

Primeiramente, como a arte, na maioria das vezes, é encarada como mercadoria, os jornais simplesmente divulgam a informação, dando maior atenção a circuitos mais restritos, deixando, com isso, de ampliar a visão cultural do público brasileiro para outras formas de cultura. Em segundo lugar, o jornalista corre o risco de ser cooptado pelo marketing da indústria cultural, vale dizer, das grandes editoras, gravadoras e TVs. Por isso, precisa ficar atento à pressão a que é submetido, que envolve um sem-número de CDs, livros e releases. Por último, o perigo de ceder a um certo "populismo cultural", no sentido de reproduzir o discurso já pronto que insiste em afirmar, genericamente, abrindo pouquíssimas exceções, que a produção cultural brasileira é melhor que "os lixos produzidos lá fora". Assim, devemos, quanto a esse aspecto, eliminar o pensamento reducionista de que tudo o que é nacional é melhor que o norte-americano" (Barreto, 2006, p.72).

Ainda que tenha um posicionamento cético sobre o jornalismo cultural, Barreto defende a ideia de que a prioridade do ramo especializado deva ser a de pensar em mecanismos que façam com que a cultura chegue a todas as camadas da população, mesmo que a própria classe e pares de profissão desvalorize o trabalho realizado pelos jornalistas da área.

O diagnóstico do jornalismo cultural no Brasil também não é bem visto pelo professor e pesquisador Francisco de Assis, especialista na área. Na sua publicação “Jornalismo Cultural Brasileiro: aspectos e tendências”, levanta temas pertinentes para o momento experimentado pela categoria. Para o autor, a produção em grande escala do jornalismo cultural — que transformou os “segundos cadernos” de frequência diária especializados em produtos prioritariamente pautados por agendamento — acabou por banalizá-lo. O avanço das novas tecnologias da informação, segundo Assis, gerou novas demandas para a produção jornalística e exigiu que antigos modelos fossem adaptados. No seu entendimento, o formato impresso, associado a textos extensos, de fôlego, perdeu espaço para a internet. Desse modo, empobreceu a produção de conteúdo sobre cultura. O resultado disso são os textos curtos que dão destaque a um fato, e não ao contexto em torno dele. O pesquisador, ao mesmo tempo, realça que o espaço cultural tem sido domado por notícias de entretenimento, o que não colabora para a construção de um senso reflexivo e crítico para o leitor:

É mais do que latente que, hoje, a produção de “serviço” é muito maior do que de conteúdos interpretativos, críticos e questionadores. E mesmo aqueles que conseguem se manter mais para o lado da reflexão, o faz num espaço tímido, com destaque para fotografias, artes gráficas e outros elementos “decorativos” (De Assis, 2008, p. 185).

Assim como Francisco de Assis, Nísio Teixeira critica a agenda cultural no jornalismo, que trata, literalmente, das agendas dos produtos culturais, seja o lançamento de um livro, disco ou espetáculo. É como se o jornalismo cultural fosse uma lista de tarefas no calendário. Para ele, essa prática é uma armadilha para a produção de conteúdo sobre o assunto, pois não se questiona, e nem se problematiza, o conjunto final de uma obra. E a entrevista, que deveria resultar em uma reportagem especializada (termo conceituado no subcapítulo anterior), acaba se tornando básica. “É a famosa entrevista do levantar a bola para o entrevistado contar, sem falar no poder de fogo — e de sedução — muitas vezes protagonizado por convites (espetáculos, viagens pagas pela produção), ou presentes” (Teixeira, 2002, p.3).

Franthiesco Ballerini, autor do livro “Jornalismo cultural no século 21”, traz uma visão — e problemáticas — mais atuais sobre a produção jornalística de cultura, levando em consideração, inclusive, a disseminação de informações pelas redes sociais, o que, nas palavras do mesmo, é “uma tremenda dor de cabeça para qualquer dono de mídia tradicional que quer manter viável seu negócio e se vê diante de uma avalanche de mudanças súbitas” (Ballerini, 2015, p.9). Ainda assim, enxerga o jornalismo cultural como uma editoria pulsante, que muda sempre em consequência de transformações estruturais.

Para o autor, a divulgação das manifestações artísticas em forma de notícia é a forma mais recorrente e característica da especialidade. Na sua visão, é obrigação da imprensa divulgar a arte, mesmo que haja instituições capazes e especializadas para realizar a aproximação das obras com o público, aduz que “o jornalismo cultural faz a melhor mediação entre arte e público no quesito ‘visibilidade da oferta’”. E ele deve sempre trabalhar diante da tensão permanente entre a divulgação da tradição e a sensibilidade para o novo” (Ballerini, 2015, p.46).

O pesquisador igualmente discorre sobre a cobertura de “lançamentos” das diversas manifestações artísticas, no entanto, não critica o perfil dessas publicações na mesma intensidade que os outros dois autores citados anteriormente, pois acredita que antes de ser atravessado pelo eixo cultural, o material é jornalístico, portanto, o novo também deve ser levada em consideração.

Ballerini ampliou o debate sobre jornalismo cultural ao mencionar como o fator econômico impactou as editorias na virada do século 21, bem como a internet gerou transformações no meio. Para o autor, a tecnologia “modificou os hábitos dos jornalistas de cultura, que agora ficam bem mais tempo nas redações atualizando as páginas de sites em busca da última notícia cultural” (Ballerini, 2015, p.65). Entende, ao mesmo tempo, que o espaço virtual concede um espaço para aqueles que não têm oportunidade nos grandes veículos de comunicação.

Já Daniel Piza (2010) problematiza a forma como o jornalismo cultural é tratado por boa parte da imprensa, a partir de suas experiências profissionais nos cadernos de cultura em veículos como o Estado de São Paulo, Folha de S. Paulo, .

Gazeta Mercantil e Estadão. Segundo o autor, “há uma riqueza de temas e implicações no jornalismo cultural que também não combina com seu tratamento segmentado; afinal, a cultura está em tudo, é de sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens” (Piza, 2010, p. 9).

Em sua obra, Piza oferece uma contextualização sobre o surgimento do jornalismo cultural. De acordo com o pesquisador, o jornalismo cultural no Brasil só ganharia força no final do século 19, com um expoente do segmento, que foi um dos nossos maiores escritores nacionais, o Machado de Assis. O criador de Dom Casmurro começou a carreira como crítico de teatro e “polemista literário”. Mas é no século 20, com a modernização, que a reportagem ganhou espaço no Jornalismo Cultural, fugindo do plano das opiniões sensacionalista e articulações políticas que enviesavam as publicações:

O jornalismo cultura, também “esquentou”: descobriu a reportagem e a entrevista, além de uma crítica de arte mais breve e participante. Das conversações sofisticadas de Addison e Steele até as resenhas incisivas de Zola, Kraus e Shaw, o jornalismo cultural tomou sua forma moderna (Piza, 2010, p. 21).

O pesquisador acrescenta a relevância da crítica cultural e especializada no dia a dia das atividades jornalísticas. Defende-a como uma espécie de “espinha dorsal” do jornalismo cultural diário. “Embora não pudesse ter a extensão dos textos de uma revista segmentada e fosse obrigada a evitar excesso de jargões e citações, essa crítica logo ganhou poder, justamente por ser rápida e provocativa” (Piza, 2010, p. 30). Ademais, retrata o poder da crônica na imprensa cultural brasileira. “o gosto nacional pelas crônicas, até certo ponto, sempre foi uma forma de atrair a literatura para o jornalismo, praticada por jornalistas, escritores e sobretudo por híbridos de jornalista e escritor” (Piza, 2010, p. 35). E complementa: “a crônica sempre teve espaço fixo nas seções culturais de jornais e revistas brasileiros e, portanto, é uma modalidade inegável do jornalismo cultural brasileiro” (Piza, 2010, p. 35).

Além disso, o autor sustenta que o jornalista de cultura precisa saber observar o mercado sem preconceitos ideológicos e parcialidade política, pois faz

parte da natureza jornalística ampliar o acesso aos produtos culturais. Em contrapartida, defende que o profissional deve, ao mesmo tempo:

Selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião, a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe (Piza, 2010, p.47).

Daniel Piza entra no mesmo time dos demais autores por aqui já referenciados ao entender que o jornalismo cultural brasileiro não tem conseguido exercer a sua “função com clareza e eficácia, por variados motivos que serão vistos. Mas o primeiro e principal deles tem a ver com esse mesmo debate sobre os critérios para avaliar uma produção cultural que é cada vez mais numerosa e diversificada” (Piza, 2010, p.47). É o que o pesquisador denomina como uma crise de identidade no setor. “Trata-se das polarizações grosseiras a que ele tem sido submetido”, complementa. Outro fator problematizado pela obra trata do jornalismo cumpridor de cronogramas — ponto levantado pela maioria dos trabalhos consultados nesta pesquisa.

Apesar disso, também pontua as novas boas práticas do jornalismo cultural, um movimento que iniciou nos anos 90: falar sobre moda e gastronomia, algo que considera um ganho, pois o papel do jornalismo de cultural “nunca foi apenas o de anunciar e comentar as obras lançadas nas sete artes, mas também refletir (sobre) o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte” (Piza, 2010, p.59).

Eliane Basso, pesquisadora na área, bebe da fonte de Piza nesse sentido. Aduz que não se deve relacionar o jornalismo cultural somente com temáticas relacionadas às sete artes (pintura, escultura, música, literatura, dança, arquitetura e cinema). “Se por jornalismo cultural fosse entendida apenas a produção de artes, ele deveria chamar-se simplesmente jornalismo de artes” (Basso, 2008). Ainda desenvolve que, ao longo do tempo, o campo foi adquirindo uma visão mais integradora, abrangendo modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e as

crenças. Contudo, alega que a definição do campo do jornalismo cultural é complexo e de difícil definição.

Em outro ponto, entende como papel do profissional levar à análise e à interpretação dos produtos culturais, de forma a dar subsídios mais aprofundados para o leitor. “Cabe também a reflexão sobre as circunstâncias sociais e históricas em que foi concebida, no sentido de apresentar a obra como um processo cultural” (Basso, 2008).

Com Basso, voltamos ao ponto que entrelaça todos os autores: a notícia-lançamento. Para a pesquisadora, as críticas ao trabalho dos jornalistas culturais, atualmente, se dão pela banalização das editoriais em priorizar esse tipo de publicação ao invés de se debruçar sobre a produção do processo cultural. “Boa parte da produção cultural presente na mídia está assentada na arte lançada pelo mercado e no lazer, levando, muitas vezes, o produto cultural à condição de mercadoria, quantificado e qualificado numa escala de valores” (Basso, 2008).

Antes de responder qual a função do jornalismo cultural, Ígor Pereira Lopes concebe a especialidade como um tributo ao “jornalismo convencional, “mas também segue regras, tem um espaço definido, intocável, que deveria ser inviolável” (Lopes, 2010, p. 48). Para Lopes, essa situação retrata a uma “crise valores” que atinge a “tribo” de profissionais que cobrem cultura. Mais adiante, o autor retoma a discussão:

Na maior parte dos casos, o jornalismo cultural defende a sua vocação de informar, divulgar e, até mesmo, entreter. Mas muita da informação veiculada nos meios tradicionais, mais precisamente nos cadernos culturais, vive dessa radiante necessidade de ter a certeza do sucesso. Ou seja, certos produtos culturais, oriundos da indústria cultural, nascem sabendo que terão o apelo e atenção do público, não só por ter o alicerce do seu autor, que é, quase sempre, credível, mas porque contam já com o valioso espaço nos cadernos culturais, além, da natural sequência de medidas tomadas para que isso aconteça (Lopes, 2010, p. 55).

Lopes amplia o debate ao trazer à tona a influência do jornalismo cultural em outros estilos, como o jornalismo literário e gonzo. Pincelando brevemente, o

jornalismo literário é definido por Filipe Pena como “linguagem musical de transformação expressiva e informacional. Ao juntar os elementos presentes em dois gêneros diferentes, transforma-os permanentemente em seus domínios específicos, além de formar um terceiro gênero” (Pena, 2007, p. 56). Já o jornalismo gonzo, conforme Ritter, é “marcado por utilizar uma linguagem própria, que tem como característica a frenesi e o humor, o jornalismo gonzo ainda conta com outra particularidade: o envolvimento do jornalista nos fatos narrados” (Ritter, 2015, p. 11).

Em sua tese, Lopes compartilha do mesmo sentimento em relação à agenda midiática que tomou a maioria dos espaços do jornalismo cultural e virou refém de assessorias e agentes dos artistas. Para ele, o profissional dos grandes meios de comunicação está focado em press-releases e não se esforça para descobrir novas tendências. Conforme o autor português, a editoria de cultura no Brasil “se aproxima cada vez mais de uma editoria de televisão e celebridades e abre espaço para outros segmentos apenas na divulgação de eventos, sem mais apresentar seu potencial de crítica e inovação” (Lopes, 2015, p. 59).

2.3 JORNALISMO MUSICAL

A indústria musical enfrenta uma crise desde o início dos anos 90, com a popularização da internet e o download de faixas no formato mp3, bem como aparelhos eletrônicos estilo iPod, capazes de armazenar centenas de canções em um dispositivo portátil. O jornalismo cultural musical vem acompanhando, desde o início, esse declínio da indústria fonográfica, que atingiu, igualmente, o setor de profissionais que cobrem música. Ballerini (2015) afirma que acabou-se a época em que jornalistas musicais eram convidados para viagens internacionais a fim de cobrir o lançamento de um novo disco, bem como o acesso a shows em primeira mão e entrevistas exclusivas. O “outro lado do balcão” enfrenta as suas dificuldades, pois as bandas já não faturam com álbuns como antigamente. Atualmente, para fazer dinheiro, é preciso fazer show. E isso impacta diretamente no trabalho da imprensa. Ao mesmo tempo, o jornalista que cobre a área enfrenta dilemas e situações extremamente delicadas.

Mas antes de adentrar nas questões que envolvem o jornalismo musical na atualidade, vamos para uma breve contextualização. A cobertura de música apareceu, no Brasil, em meados do século 19, discutindo apresentações eruditas, incluindo a música clássica internacional, que era foco de constantes comentários opinativos. No entanto, foi com a popularização do rádio que o ramo ganhou notoriedade. Consequentemente, as primeiras revistas sobre o assunto acabaram surgindo, mas com os olhos e ouvidos voltados para as produções sonoras de fora do país. A cobertura musical no Brasil foi iniciada com uma “síndrome de vira-lata”. Conforme Ballerini, “a imprensa brasileira passou a maior parte dos séculos 19 e 20 macaqueando o que vinha de fora — cobrindo apenas música clássica europeia — e ignorando quase todas as manifestações musicais brasileiras” (Ballerini, 2015, p. 162). Foi em 1928, com a revista carioca Phono-Arte, que o Brasil deu um pontapé na cobertura musical e teve a sua primeira publicação especializada em música.

O primeiro disseminador da música brasileira na imprensa foi o jornalista Lúcio Rangel, com o lançamento “Revista da Música Popular” em 1954. A iniciativa foi pioneira e corajosa, pois foi a primeira a fugir dos padrões internacionais que ditavam o que era válido e o que não era dentro da música. Entre os seus apoiadores estavam integrantes da elite cultural do país, como Manuel Bandeira, Ary Barroso e Rubem Braga. Também na mesma época houve o surgimento da Bossa Nova que “alterou de forma profunda a cobertura musical no Brasil, introduzindo aos poucos o termo ‘música popular brasileira’ na mídia” (Ballerini, 2015, p. 162). A bossa nova abriu portas para que outros ritmos brasileiros como frevo, maracatu, forró, baião, xaxado, xote, lundu e maxixe fossem “descobertos” pelas produções jornalísticas e apresentadas para os leitores.

A bossa nova foi um grande divisor de águas na imprensa, pois, embora houvesse quem a detestasse, o sucesso de alguns músicos – João Gilberto, Vinicius de Moraes, Tom Jobim e outros, que tinham cada vez mais êxito internacional – tornou sua cobertura inevitável (Ballerini, 2015, p. 162).

Depois da bossa, outros movimentos despontaram no país e fomentaram a cobertura musical, como a Jovem Guarda, que carrega os grandes nomes da música brasileira: Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Wanderléa, Ronnie Von e Ronald e Márcio Antonucci, da dupla Os Vips. Todos com grande influência do rock and roll

norte-americano da época, no auge dos anos 1960. Simultaneamente, nascia a Tropicália, movimento que recebeu este nome por conta do artista plástico Hélio Oiticica de Tropicália. Os músicos à frente desta “onda musical”, com forte influência do pop rock da época, são nada mais que: Caetano Veloso, Maria Bethânia, Gal Costa, Gilberto Gil, Tom Zé e os Mutantes. O tropicalismo perdurou até meados dos anos 1970 e, recentemente, recebeu uma homenagem em forma de roupa com uma coleção da marca de roupas Osklen inspirada no movimento artístico. Depois, nomes como Chico Buarque despontam uma nova modalidade de músicas no país: as canções de protesto contra a ditadura militar. Já nos anos 1980, com a redemocratização, o rock brasileiro cria bases sólidas com grupos como Paralamas do Sucesso, Legião Urbana e Titãs. Com o gênero cada vez mais forte, surgem revistas especializadas no tema, como a Bizz, uma versão abrigada da Rolling Stone, revista de grande peso do segmento.

Na maior parte do século 20 as gravadoras tinham, praticamente, um monopólio sobre as pautas do jornalismo musical (Ballerini, 2010). As duas principais frentes de trabalho e relacionamento com a imprensa eram a divulgação de um release sobre um álbum novo e imagens do disco. Eram essas empresas que determinavam o tempo e a pauta de seus artistas, muitas vezes, essa era uma estratégia que fazia com que o jornalista focasse na produção musical apresentada, e não na vida pessoal do artista. Com as novas tecnologias, no entanto, essa estratégia de comunicação das gravadoras foi por água abaixo:

Tem sido cada vez mais furada com a velocidade das informações na internet. São inúmeros os exemplos de veículos que não mais esperam o lançamento oficial de um álbum para publicar uma matéria. Afinal, se as músicas “vazam” na internet e o artista vira assunto no meio, a imprensa não pode mais ignorar o tema e precisa escrever sobre o produto e o artista sob o risco de ser furado pelos próprios leitores (Ballerini, 2015, p.164).

Por outro lado, ao passo que a cobertura de novos discos cai no ostracismo, os shows ao vivo ganham importância no cenário. Além de ser uma forma garantida de retorno financeiro para os artistas, é uma alternativa de cobertura para a imprensa. O problema, para o autor, é que “nem sempre a imprensa especializada consegue se separar do fanatismo e da adoração dos fãs, até porque isso é

benéfico financeiramente, mas nem sempre eficiente do ponto de vista jornalístico” (Ballerini, 2015, p. 170). Neste ponto, ressalta a oportunidade de praticar a análise do desempenho vocal, dos instrumentos, letras, melodias e o grupo de dançarinos nas apresentações.

Outro ponto destacado — e criticado — pelo autor se refere aos preconceitos que ainda perduram na imprensa cultural, com outros estilos de músicas consideradas populares (aqui, lê-se o funk, rap, sertanejo ou pagode). O pesquisador evidencia o pouco espaço cedido para esses gêneros e aponta para aquilo que ele denomina de “cobertura viciada, focada no pop e no rock internacionais – sobretudo de origem norte-americana – e no pop e no rock brasileiros” (Ballerini, 2015, p.166) . Além disso, menciona o fato da entrada da televisão na cobertura musical em canais como MTV que difundiram videocliques de artistas norte-americanos para os jovens adolescentes do final do século vinte. O preconceito e a cegueira foram tanta, que até as bandas de rock brasileiro, hoje aclamadas e adoradas por grande parte do público, sofreram com as duras críticas da imprensa especializada:

O mesmo modelo foi replicado em algumas revistas da época, como a Bizz . Porém, a carga de preconceito era tamanha que a própria revista não conseguiu enxergar a importância de algumas bandas da época e repetidamente falava mal de grupos como Kid Abelha, Os Paralamas do Sucesso e Blitz. A revista se foi, mas as bandas ficaram, ou pelo menos seus artistas (Ballerini, 2015, p.167).

Por um bom tempo, as críticas realizadas pela imprensa foram descabidas e severas com os novos grupos e gêneros musicais. O comportamento despertou a ira de diversos artistas que queriam distância dos jornalistas. Em sua obra, Ballerini dá razão aos músicos que reclamaram da hostilidade nas coberturas, "pois as matérias e críticas pouco falavam de melodia, letra, instrumentos e atuação, preferindo entoar adjetivos pejorativos contra a personalidade do artista ou destacando somente um aspecto da música – geralmente a letra ou o ritmo” (Ballerini, 2015, p.167). Com o embate entre esses dois lados, acaba que quem mais perde é o leitor, que carece de textos que lhe permitam conhecer, de fato, as qualidades e os defeitos dos lançamentos.

As revistas especializadas em música começaram a entrar em crise na segunda metade dos anos 1990. Com isso, a possibilidade de abraçar novas bandas, artistas e gêneros diminuiu drasticamente. Em tese, esses buracos deixados por essas mídias são suprimidos pela popularização da internet e redes sociais, tornando mais fácil para o público geral acessar e conhecer novos cantores e bandas. Por outro lado, essa facilidade dificulta o trabalho jornalístico, por que agora o profissional precisa estar ainda mais atento com os novos lançamentos. Consequentemente, o jornalista está "sempre se confrontando com o dilema de o que priorizar, uma vez que acompanhar o ritmo do próprio leitor é cada vez mais difícil" (Ballerini, 2015, p.167).

Jeder Janotti Junior e Bruno Pedrosa Nogueira retomam o assunto da crítica especializada no jornalismo musical, anteriormente exposto na visão de Ballerini. Para eles, a compreensão da música só é efetiva quando todo o entorno comunicacional da produção é analisado, pois há uma série de elementos que são incorporados ao consumo musical. Nesse contexto, a crítica desempenha "um importante papel nas relações de produção de sentido de nossas experiências diante da música" (Junior e Nogueira, 2010, p. 2). A crítica trabalha como uma "orientadora" do consumo. Cabe aqui salientar que ambos entendem a crítica musical como "uma forma de comunicação híbrida que procura aliar à descrição verbal da música aos posicionamentos sociais e distintivos que os gêneros e as expressões musicais possibilitam aos consumidores de música" (Junior e Nogueira, 2010, p. 2). Bem como defendem que, é este formato jornalístico que demonstra para o leitor qual produto musical está no centro das atenções e discussões que envolvem os produtos culturais e os motivos pelos quais determinada peça musical deve ou não ser consumida.

Segundo os autores, para compreender os papéis exercidos pela crítica, não se pode deixar de lado o trabalho desenvolvido pelos blogs, portais de notícias e plataformas de consumo de música. E ressalta que mostra "antes de ser uma atividade pontual, restrita aos exercícios de julgamento de valor, a crítica está associada a uma parte da indústria editorial que se afirma de maneira importante no entorno comunicacional do consumo da música" (Junior e Nogueira, 2010, p. 3).

Mesmo tendo a orientação de consumo como função principal, a crítica também costuma levantar debates.

Existe, portanto, um consumo da própria crítica como produto, não tanto para orientar o que deve ou não ser ouvido, mas para promover um pós-consumo de produtos culturais. Um complemento a experiência de ouvir, valorizando tanto o produto, como também a opinião que é dada sobre ele (Junior e Nogueira, 2010, p. 5).

A crítica especializada também é objeto de estudo de doutorado de Cassiano Oliveira em 2011. O autor conceitua a prática como o detalhamento da “maneira e a forma pelas quais o desempenho dos mesmos (*os artistas*) é avaliada. Nesse processo, eram descritos o lugar da apresentação, o tipo de aparelhagem usada e a performance dos músicos” (Oliveira, 2011, p. 129). O texto da crítica utiliza termos técnicos, como elementos musicais e detalhamento dos modelos de instrumentos. “Isso demonstra a preocupação evidente em realizar uma crítica musical que não se limitasse a uma simples opinião destinada a leigos” (Oliveira, 2011, p. 130). Por fim, para o autor (2011), na análise da das críticas de shows e apresentações ao vivo, os elementos mais importantes que devem tecer a crítica são se resumem à performance e a técnica, o que demonstra a preocupação em realizar uma crítica de alto nível.

3 CELEBRIDADES E NOTÍCIAS

Este capítulo tem intenção de apresentar uma breve contextualização de como as celebridades são construídas na sociedade e o que as fazem durar no meio público como tal. Trabalha-se, também, como o jornalismo de celebridades é empregado no meio e o que faz com que ele perdure entre os principais sites de notícias do mundo. Por fim, discute-se as os limites entre vida pública e vida privada, a fim de caracterizá-las para melhor compreensão e diferenciação entre ambas.

3.1 CELEBRIDADES

As celebridades são figuras centrais no desenvolvimento da cultura pop. Seja estampando os noticiários ou lotando o feed das redes sociais, é praticamente impossível que passem despercebidas. Na perspectiva de Driessens (2014), o culto às celebridades surge como um sintoma da sociedade midiaticizada, fruto de uma cobertura massiva de cadernos, jornais e revistas que fazem dessas personalidades a peça central de seu trabalho.

A partir deste entendimento, o autor trabalha com dois conceitos: celebrificação e celebritização. Para ele, o primeiro, “envolve as mudanças no nível individual, ou, mais precisamente, o processo pelo qual pessoas comuns ou figuras públicas se transformam em celebridades” (Driessens, 2014). A celebrificação é o processo em que uma pessoa passa para se tornar uma celebridade. Defende que essa transformação de pessoa comum para uma personalidade faz parte de um “ritual midiático”.

A celebritização, por outro lado, ocorre a nível social, quando as celebridades desenvolvem trabalhos que geram impacto, seja na política, na moda ou na literatura. No entendimento de Driessens (2014), o fenômeno ocorre como um processo “que aponta para algumas mudanças na natureza da celebridade e sua inserção social e cultural”. Um exemplo que o próprio autor cita para ilustrar trata da figura dos políticos que se tornam celebridades. Essa diversificação — ou troca de papéis — é entendida, também, como celebritização.

Esta diversificação da celebridade pode ser descrita como ‘uma questão de oferta e demanda’. Sob este ponto de vista, a oferta de entretenimento e celebridades ligadas ao esporte não mais atende às crescentes demandas do público por celebridades. Por isso, a mídia foi forçada a criar ou descobrir novas ofertas (Driessens, 2014).

Carlan (2018), a partir dos estudos de Rojek, classifica as celebridades em três “tipos”: a celebridade por linhagem, quando a fama é oriunda pelos laços familiares, a celebridade adquirida, aquela que conquistou fama por meio do trabalho e a celebridade atribuída, que foi criada a partir das notícias veiculadas pela mídia. França e Simões (2014), ressaltam que essas categorias não são fixas e podem se cruzar durante a trajetória de um sujeito. Os cantores Diogo Nogueira e Maria Rita são exemplos disso. Ambos já eram conhecidos por serem filhos de duas grandes vozes da música brasileira, João Nogueira e Elis Regina, respectivamente, sendo reconhecidos pela sua linhagem. Com o tempo, no entanto, eles foram ganhando notoriedade pelo trabalho artístico, conquistando, assim, a celebridade “adquirida” por mérito próprio. É ponto comum entre as autoras, que nesse processo de construção da fama a mídia exerce um papel essencial na disseminação da cultura de celebridades:

Uma celebridade pode ser lançada e em pouco tempo cair no esquecimento. Por a pessoa em questão, por exemplo, não ter carisma ou talento suficiente para se manter na mídia. Agora, uma pessoa muito talentosa sem o apoio da mídia dificilmente conseguirá atingir a grande massa (Carlan, 2018, p.43, 44).

No entendimento de Carlan, nenhuma pessoa consegue o reconhecimento público sem ajuda de “intermediários culturais”. Nesse sentido, a mídia atua como responsável por “celebrar” a vida dessas personalidades e fazer com que prestem atenção nelas. Nos dias de hoje, com as redes sociais, essa mediação com o público e fãs está cada vez mais próxima. Aqui, as próprias redes sociais exercem o papel de intermediário cultural. Conforme a autora, são esses meios de comunicação que criam as celebridades.

França e Simões (2014) alegam que o processo de construção dos célebres não se trata de um fenômeno recente. O culto de pessoas notáveis existe desde a Antiguidade. Um exemplo disso é o próprio Alexandre, o Grande, rei da Macedônia e

considerado a primeira pessoa famosa do mundo antigo. Na contemporaneidade, pessoas célebres podem surgir em praticamente todos os campos da vida social, mas, em especial, com destaque para o campo midiático. Para as pesquisadoras, o surgimento das celebridades está relacionado com: a ocupação de posição de prestígio, realizar uma atividade de modo exemplar ou estar inserido em um acontecimento importante. Atentam, também, para a importância dos meios de comunicação para que a vida útil desses famosos seja longa, mas entendem que isso não é o suficiente para sustentar uma celebridade por muito tempo:

A mídia não é o único fator determinante na edificação de celebridades. Estas se constituem a partir de complexas relações entre as próprias celebridades, os dispositivos midiáticos e o contexto social em que estão inseridos. É nessas relações entre mídia, contexto e indivíduos que o estatuto célebre de alguns sujeitos se configura. Nesse processo, um elemento desempenha um papel central e merece ser aqui discutido: o carisma (França e Simões, 2014, p. 6).

Mais adiante, França e Simões refletem sobre o papel que as celebridades desempenham na sociedade midiaticizada e descrevem os famosos como um ponto de ancoragem entre as pessoas. Em um contexto em que os indivíduos são bombardeados por uma série de informações por todos os lados, as celebridades surgem como catalisadoras da atenção. “Em meio aos estilhaços simbólicos que povoam a sociedade contemporânea, as celebridades se configuram como aglutinadoras de anseios, desejos e valores que movem os indivíduos em determinado contexto” (França e Simões, 2014, p. 17).

Seguindo essa mesma linha, argumentam que as pessoas célebres ajudam a inspirar e permear valores sociais importantes. No conceito da dupla, celebridades são pessoas que “se tornam amplamente conhecidas e, para além disso, admiradas (ou detestadas), provocam sentimentos de adesão e/ou repulsa, são tomadas como modelos (ou contra-modelos), suscitam formas distintas de celebração” (Simões e França, 2020, p. 5). Esses aspectos geram visibilidade para as personalidades que, se bem aproveitada, resulta na fama e nesses sentimentos de adoração ou rejeição, conforme as pesquisadoras.

Os célebres da atualidade possuem características próprias, como diversidade, inserção, proliferação, duração passageira e uso de diferentes mídias. Eles disseminam valores, ditam tendências e aspirações para o público que os admira. “É na experiência e na performance das celebridades que encontramos aquilo que é valorizado (ou repudiado) em uma sociedade. Ou seja, é na experiência dos famosos que podemos apreender os valores sociais que eles sinalizam” (Simões e França, 2020, p. 6).

Esses valores que as autoras atribuem aos famosos pode ser avaliado por três indicadores. O primeiro é a medida, que indica a quantidade de itens como o preço de uma produção artística ou o número de prêmios que um famoso possui. O segundo é o apego, baseado na ligação afetiva do público com a celebridade. Aqui o valor de apego pode ser observado a partir do surgimento de fã-clubes. O terceiro e último é o julgamento, expressado em forma de opinião fundamentada a partir de critérios objetivos e argumentos. “A eleição de um político pelo voto é resultado do julgamento e aprovação por parte de eleitores; o vencedor de um concurso, como o Master Chef, é a premiação de alguém atribuída por um júri, conforme determinados critérios estabelecidos” (Simões e França, 2020, p.7). O julgamento também surge na apreciação das qualidades e atitudes de um célebre.

Os três indicadores podem coexistir de modo equilibrado em uma celebridade. Bem como um deles pode ser mostrar predominante para a celebração de uma personalidade. Apesar disso, as autoras consideram que o marcador decisivo para tornar alguém uma celebridade está na ligação afetiva, no apego. “É observando a emoção que despertam e os sentimentos de que são revestidos que podemos avaliar a força e o grau de celebração dos famosos” (Simões e França, 2020, p.8).

3.1.1 JORNALISMO DE CELEBRIDADES

A cobertura de celebridades não é considerada como produção legítima do campo jornalístico por muitos, apesar de ocupar espaço em grandes jornais do mundo inteiro. Conforme Maria Aparecida Pinto (2016), a especialidade foi construída a partir das heranças de dois estilos de jornalismo norte-americanos: os

muckrakers e as *sob sisters*. O primeiro esteve em alta entre os anos de 1890 e 1930. De acordo com a autora, um *muckraker* é um repórter que investiga e publica relatórios que tratam de assuntos sociais relacionados ao crime e à corrupção e em que há o envolvimento de autoridades eleitas, líderes políticos e membros influentes da sociedade. No geral, esse estilo foi pautado por reportagens sobre escândalos, característica que se assemelha ao jornalismo de celebridades moderno.

Já as *sob sisters*, irmãs soluço na tradução literal, também serviu como embrião do jornalismo de celebridades. As sisters eram jornalistas mulheres que escreviam colunas sobre as esposas dos homens de negócios norte-americanos. As publicações eram veiculadas em revistas voltadas para o público feminino como *Munsey*, *McClure's*, *Saturday Evening Post* e *Ladies Home Journal*. Adela St. Johns foi quem liderou esse grupo de repórteres que escreviam histórias sentimentais, colunas sociais e conselhos no início do século 20. Segundo Pinto (2016), um movimento semelhante foi percebido em jornais espanhóis, dessa vez, batizado como “imprensa cor-de-rosa”:

Este jornalismo originou-se da *crónica de sociedad*, seção dos jornais em que eram noticiados matrimônios, divórcios, nascimentos, óbitos, festas, compras e viagens das altas classes sociais e de celebridades dos âmbitos do espetáculo, do esporte e da política. As notícias do gênero pautam-se pelo luxo e hedonismo dos famosos que são abordados de forma divertida (Pinto, 2016, p.8).

Nuno Pinto (2020) explica que as revistas cor-de-rosa noticiam a vida das figuras públicas nacionais e internacionais. Essas revistas, também designadas como “*Gossip magazines*” é voltada para publicar informações “ligeiras sobre a vida das figuras públicas ou imediatas e diferenciam-se das outras pelo uso frequente de adjetivos, pela linguagem coloquial e um uso abusivo de fontes não identificadas” (Pinto, 2022, p. 10). De acordo com o autor, essas publicações recorrem a fontes de informação credíveis, mas também é possível detectar um apelo por informações que causem grande impacto no público. “Em síntese, os escândalos despertam um grande interesse para os media, pois, através deles conseguem ir alimentando as revistas” (Pinto, 2022, p. 16).

Na Europa, conforme Dejavite (2002), o jornalismo dos famosos é veiculado, principalmente, nos tablóides que exploram os acontecimentos protagonizados pelas famílias reais. No Brasil, a prática ganhou força no final dos anos 1990, tanto no meio impresso quanto no televisivo. A autora reforça a ideia de que a indústria das celebridades é gerada pelos meios de comunicação de massa e, sobretudo, pelo entretenimento:

O crescimento do jornalismo de celebridades deve-se seu impulso, talvez, ao entretenimento (uma das características principais da sociedade da informação), incrementado pela valorização do tempo livre, e principalmente, pela influência da televisão. Essa imprensa leva o leitor/telespectador/ouvinte a distrair-se do cotidiano do dia-a-dia e projetar-se na vida dos famosos (Dejavite, 2002, p. 9).

Na concepção de Pinto (2016), o jornalismo de celebridades está associado ao estilo de vida desses indivíduos. Viagens, festas e mansões chamam atenção do público e, por esse motivo, tomam espaço na mídia. Para a autora, a especialidade noticiosa também está associada “às noções de consumo, de aparência e de imagem em vertentes em que as definições são percebidas, geralmente, como superficiais” (Pinto, 2016, p. 16). São essas construções de aparência que contribuem para a formação e fortalecimento das celebridades como objetos do trabalho jornalístico.

No Brasil, a crônica social tomou forma nas mãos de Manuel Antonio Bernardes Müller, Maneco para os íntimos. O jornalista começou a carreira no *Folha Carioca* a convite de Gustavo Dória para ocupar o espaço de “registro social” do jornal. Mas foi no *Diário Carioca* que ele construiu seu nome. O melhor, seu pseudônimo: Jacinto de Thormes, nome emprestado de um personagem do escritor Eça de Queiroz. Segundo Souza (2007), Manuel inaugurou a crônica social brasileira, em meados de 1940, com um texto misturado de ironia, seriedade, esnobismo, fanfarronice e sarcasmo.

Foi sob autoria de Jacinto de Thormes que as listas das dez mais elegantes ganharam relevância. Reportagens perderam espaço para as colunas sociais, o que acabou causando um alvoroço na grande maioria dos jornalistas “tradicionais”.

“Velhos jornalistas, acostumados a lançarem manifestos políticos nas páginas da grande imprensa, agora viam seu público preferir o mundanismo das colunas sociais e suas notícias sobre os ricos e famosos” (Souza, 2007, p. 11). Se o espaço para o jornalismo de celebridades na imprensa é o que é nos dias de hoje, muito se deve ao trabalho inovador do jornalista no meio dos cronistas sociais.

3.2 VIDA PÚBLICA X VIDA PRIVADA

Quanto mais uma celebridade se destaca, mais sua intimidade vira assunto de domínio público e mais atíça a curiosidade das pessoas comuns, segundo Dejavite (2002). E é justamente esse destaque dos assuntos de ordem privada que acabam por construir a imagem de uma celebridade na mídia.

Lana (2014), conta que esse espaço cedido para vida privada dos famosos ocorre desde meados de 1940, quando biografias de pessoas notórias tiveram um grande aumento no número de vendas. O estilo literário não era novidade, o enfoque, no entanto, veio com outra cara, pois as informações sobre as trajetórias dos célebres girava em torno de suas vidas pessoais e rotinas de lazer. “Nas novas biografias da década de 1940, a recuperação das trajetórias dos ídolos serve ao entretenimento, e o sucesso de vendas depende do exame minucioso de suas vidas privadas” (Lana, 2014, p. 175).

Conforme a autora, os feitos realizados pelas estrelas em sua vida “de trabalho” faz com que tenham uma certa áurea inalcançável pela grande maioria da população. Já os fatos pessoais, quando publicados, geram identificação com o público, pois assim as estrelas podem ser vistas como meros mortais que também enfrentam situações adversas. É como se as celebridades fossem mais tangíveis. Por outro lado, Dejavite (2002), defende que o fascínio pela vida dos famosos está explicado pelos anseios, desejos e expectativas que as pessoas comuns possuem ao almejam uma vida semelhante. É como se a vida das celebridades fossem um objeto de desejo por parte do público.

De qualquer modo, a publicização dos aspectos da vida privada são tidos como essenciais para a criação de uma personalidade no meio midiático. Lana aduz

que tal exaltação resultou na degradação da sociedade que, “irrigada por fatos privados, estaria atribuindo cada vez menos importância aos assuntos coletivos” (2014, p. 177). Tal ideia vai ao encontro do que ocorreu na imprensa brasileira por volta de 1950, com as colunas sociais de Jacinto de Thormes ganhando muito mais espaço do que as reportagens noticiosas.

O interesse em publicar notícias sobre celebridades, no entanto, parece ser uma via de mão dupla. Enquanto uma pessoa famosa precisa que a mídia a noticie e a divulgue para que permaneça em evidência, as matérias sobre elas nos grandes sites e portais jornalísticos tendem a ser as mais lidas, geralmente figurando o topo de audiência. É o que Lana adjetivou como o “lucrativo jornalismo de celebridade”, que produz conteúdos altamente rentáveis sobre fatos íntimos dos célebres.

O jornalismo de celebridade demonstra ser um produto cada vez mais bem-sucedido — nos portais de notícias da internet, por exemplo, os assuntos mais lidos, todos os dias, trazem alguma informação sobre as celebridades. A combinação de jornalismo e celebridade indica que a esfera pública vem sofrendo a privatização da *tiranía da intimidade*, apresentada sob o rótulo de interesse humano. Ao mesmo tempo, as práticas jornalísticas se tornam questionáveis (Lana, 2014, p. 179).

Além disso, a autora problematiza o fato de que, no geral, a vida privada dos famosos não possui noticiabilidade, pois não há relatos de um evento real, novo e imprevisível que afetará a vida de toda a população. Conclui, ainda, afirmando que, a celebridade é um personagem vendido pela mídia e que o jornalismo setorizado é, de certo modo, forjado, sendo assim um “pseudo jornalismo”.

Simões e França (2019) também discorrem sobre o tópico vida pública x vida privada e consideram normal e esperado o interesse sobre o desempenho profissional de figuras públicas. Porém, defendem que o destaque de questões ligadas à vida pessoal não deve ser naturalizado.

Lage (2001), faz uma distinção simples do que é público e do que é privado: desacordos em família ou conflitos entre chefe e funcionário são assuntos privados; eventos que afetem a coletividade, que atingem custos e qualidade de serviços ou

produtos, condições ambientais e vida, educação e saúde, são assuntos públicos. “Em princípio, todos têm o direito de preservar sua vida privada, salvo em situações especiais, e têm a obrigação de tornar transparente sua vida pública, salvo em situações especiais” (Lage, 2001, p. 43). Claro que nem tudo é tão preto no branco. Cada evento deve ser analisado e as particularidades de cada situação deve ser levada em consideração.

O que acontece com celebridades e personagens-tipo chama a atenção, não apenas dos jornalistas, mas de qualquer pessoa. Se um homem caminha bêbado pela calçada, não merecerá mais que um olhar; se é um político ou um cantor popular, não faltará quem registre o fato e saia comentando. Fiscaliza-se a moralidade dos hippies, dos jogadores de futebol bem sucedidos, dos punks e dos homossexuais. Divórcios, adultérios, brigas por heranças — tudo aquilo que é do universo privado — tende a tornar-se público quando os envolvidos são pessoas notáveis ou ocupam espaços de exclusão (Lage, 2001, p. 44).

Thompson (2010), afirma que essa distinção entre o público e o privado não é exclusiva das sociedades modernas. Essa diferenciação era fundamental na Grécia Antiga. Com o surgimento das cidades-estado, os indivíduos tinham uma “segunda vida”, uma vida política, que era separada da vida familiar, da casa. O domínio privado era o de “posse” domiciliar, de trabalho e sustento. Enquanto isso, o domínio público se caracterizava por meio de ações, discursos e aparições públicas em que as falas eram ditas para serem ouvidas pelos demais. Com o surgimento do Estado Moderno, no entanto, a distinção entre o público e o privado começa a mudar. O aspecto do lar e da família continua sendo de domínio pessoal, mas com o sistema capitalista cada vez mais forte, o trabalho foge desse escopo e passa a figurar entre os assuntos de domínio público.

O pesquisador entende que a privacidade como se tem na atualidade é muito influenciada pela tradição da teoria política liberal democrática preocupada em definir os limites do poder do Estado e compreendida como um direito do indivíduo. Mas defende que a maneira mais produtiva de conceituá-la é baseada em termos de controle sobre algo. “Normalmente esta coisa é interpretada como informação: ou seja, privacidade é a habilidade de controlar as informações sobre si mesmo, e também de controlar a maneira e até a medida que essas informações são

comunicadas aos outros” (Thompson, 2010, p. 26). É o que o autor denomina como privacidade informacional, que é o controle das informações sobre si e o direito de protegê-las do acesso indesejável. Conclui afirmando que os “direitos relacionados à privacidade são aqueles em que o indivíduo tem que exercer controle e restringir o acesso dos outros” (Thompson, 2010, p. 27).

Em seu trabalho, o autor também traz o interessante conceito de visibilidade mediada. A partir do desenvolvimento dos meios de comunicação no início da Europa Moderna, a visibilidade de uma personalidade é “livre” de condições espaciais e temporais. Ou seja, com a visibilidade da imprensa, uma pessoa amplia a sua capacidade de ser vista pelas pessoas, independentemente de onde esteja ou quando. Conforme o autor, essa evolução das mídias deu origem a uma visibilidade desespacializada “produzindo uma forma íntima de autoapresentação liberada das limitações da copresença” (Thompson, 2010, p.23).

O campo da visão é alargado em termos de espaço e possivelmente de tempo também: uma pessoa pode acompanhar eventos distantes dela ao vivo, no momento em que acontecem, em tempo real; uma pessoa pode também acompanhar eventos distantes dela que tenham ocorrido no passado e que possam ser reapresentados no presente. E mais, essa nova forma de visibilidade mediada não tem mais um caráter recíproco. O campo da visão é unidirecional: a pessoa que vê pode observar os outros que estão distantes dela sendo filmados ou fotografados ou representados de alguma forma, mas estes não podem, na maior parte dos casos, vê-la.

Essa visibilidade acabou gerando um tipo de “intimidade mediada”, que, como exemplificado pelo sociólogo, possibilitou que as personalidades pudessem se apresentar como “seres humanos comuns comentando temas como um cidadão qualquer, abrindo seletivamente certos aspectos de suas vidas e de seu caráter num tom de conversa ou até mesmo confessional” (Thompson, 2010, p.23).

Pinto (2019), avalia que as fronteiras entre o público e o privado são tênues e que, por vezes, figuras famosas são obrigadas a vir a público justificar ou dar conhecimento de assuntos pessoais para as pessoas. O autor alerta para a ameaça que as redes sociais constituem para as celebridades, visto que têm as suas

páginas na internet constantemente monitorizadas pelos jornalistas. “Muitas são as celebridades que tem página nas redes sociais e, como elas próprias sabem, a imprensa sensacionalista pode distorcer as notícias usam as suas páginas para revelarem alguns pormenores da sua carreira e ou vida privada” (Pinto, 2019. p. 14). Já Thompson (2010) questiona o quanto um conteúdo disseminado pelo próprio protagonista pode ser considerado privado. Para ele, as redes de comunicação constituem uma arena pública de disseminação de informação no qual o indivíduo acredita que pode exercer controle sobre a informação, independente de onde a pessoa e onde essa informação possa estar localizada.

4. LUISA SONZA NO G1 E CAMINHOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, analisamos notícias veiculadas pelo portal de notícias G1 sobre a cantora Luísa Sonza no decorrer do ano de 2023. Para entender melhor os resultados deste trabalho, será explicado como a pesquisa foi feita, bem como uma explicação e contextualização sobre o site e da vida artística da cantora.

4.1 CAMINHOS METODOLÓGICOS

A construção do segundo e terceiro capítulo tiveram como base a análise documental e bibliográfica. Conforme Stumpf e Barros (2011, p. 51), a pesquisa bibliográfica é o “planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado”. Em ambos os capítulos foram apresentados a bibliografia acessada durante o percurso de construção deste trabalho de conclusão, evidenciando o que cada autor pensa acerca dos seguintes assuntos trabalhados: Jornalismo Especializado, Jornalismo Cultural, Jornalismo Musical, Celebidades, Jornalismo de Celebidades e Vida Pública e Vida Privada.

A obtenção dessas fontes bibliográficas foram feitas a partir de bases de dados científicas reconhecidas, como a plataforma OMNIS, ferramenta de busca do acervo da Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, onde foram encontradas as principais obras utilizadas. Bem como o buscador Google Acadêmico, onde foram encontrados produções científicas e livros. Em poucas ocasiões, mas também utilizada, recorreu-se à SciELO, uma biblioteca virtual que reúne artigos e periódicos. De modo geral, a busca pela literatura foi realizada com palavras chaves e priorizando publicações recentes, sempre que possível.

A pesquisa também utilizou de análise documental para escrever sobre a cantora Luísa Sonza e sobre o portal de notícias G1 nos dois próximos subcapítulos. Neste ponto, considera-se documentos os sites de notícias e portais na internet que exploravam a vida pessoal e da carreira da cantora. Para Moreira e Barros (2011), arquivos documentais e documentos obtidos de mídia impressa ou eletrônica são fontes secundárias de conhecimento. Já as fontes primárias são categorizadas como

“escritos pessoais; cartas particulares; documentos oficiais; textos legais; documentos internos de empresas e instituições” (Moreira; Barros, 2011, p.272). Seguindo a classificação dos autores, foi realizada a pesquisa documental em fontes secundárias, com conteúdos de portais de notícias brasileiros. Segundo os pesquisadores, “a análise documental, muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos” (Moreira; Barros, 2011, p.276). É dessa forma que a análise documental se aplica nesta pesquisa.

Além desta, o trabalho se inspirou na análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (1997) para compreender o que é veiculado sobre a cantora Luísa Sonza no site do G1. Conforme a autora, a metodologia se desenvolve em três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

A primeira fase, conforme Bardin, se refere à organização do material, que tem por “objectivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais” (Bardin, 1997, p.95). O pontapé desta etapa se inicia por meio da leitura flutuante e despretensiosa das matérias do G1 sobre a cantora, estabelecendo assim o primeiro contato da pesquisa com o material. É também, nessa primeira parte que se escolhe os documentos a serem analisados, se formulam hipóteses e objetivos e se definem os indicadores. Sendo este último parte essencial antes da segunda etapa da Análise de Conteúdo.

Ainda sobre a escolha dos documentos, Bardin (1997) defende que a escolha dos elementos deve ser exaustiva. Ou seja, é preciso que se leve em conta todos os elementos, sem qualquer exclusão por motivos não justificáveis. Seguindo esse princípio, durante a pré-análise, a pesquisa foi atrás das matérias divulgadas pelo G1 sobre a cantora Luísa Sonza. A primeira busca no Google, foi realizada em guia anônima da seguinte forma: "Luísa Sonza" site: <https://g1.globo.com/>. Dessa forma, foram gerados aproximadamente 23.700 resultados. Para diminuir a amostra, utilizou-se das ferramentas de filtragem da plataforma.

O primeiro recorte escolhido foi o de tempo, pela quantidade de material a ser analisada. A primeira pesquisa no Google, foi realizada em guia anônima da

seguinte forma: "Luísa Sonza" site: <https://g1.globo.com/>. Com esse método, foram gerados aproximadamente 42.600 resultados. Para diminuir a amostra, utilizamos as ferramentas de filtragem da plataforma, selecionando o período do dia 1º de janeiro de 2023 até o dia 31 de dezembro do mesmo ano. Após selecionar o período já citado, o buscador apresentou aproximadamente 6.410 resultados.

Fazendo uma leitura superficial dos links, foi possível perceber que selecionar as editorias também era importante. Nas primeiras pesquisas, a base de dados apresentou todas as notícias que as sucursais do G1 deram sobre a cantora, como o G1 São Paulo, Bahia, Rio Grande do Sul, Espírito Santo, que, por vezes, repetiam as informações, trazendo notícias muito semelhantes. Então, mais uma vez com o intuito de encolher o universo de amostragem, foi feita a seleção de que somente as notícias da editoria de "Pop Arte" do site seriam escolhidas. Desse modo, a busca que gerou 854 resultados foi feita assim: "Luísa Sonza" site: <https://g1.globo.com/pop-arte/>. Ainda assim, esse resultado não era satisfatório para a pesquisa, pois os resultados não traziam somente matérias sobre a cantora. Traziam, também, matérias sobre outros assuntos culturais com hiperlinks para conteúdos sobre a diva pop.

Assim recorreu-se às ferramentas de pesquisa avançada do site, selecionando o mesmo domínio "<https://g1.globo.com/pop-arte/>", mas dessa vez fazendo que o buscador apresentasse somente links em que o nome da Luísa Sonza estivesse localizado no título dos conteúdos. Dessa maneira foram encontrados 25 resultados. Com um número já consideravelmente menor do que na primeira tentativa, os links foram reunidos em uma planilha do Google Sheets, a fim de ter uma melhor visualização sobre todo o conteúdo reunido.

Com os conteúdos selecionados e já na segunda fase, a exploratória — que trata da análise em si —, foi realizada a categorização dos materiais, com o intuito de identificar quais assuntos e formatos são mais utilizados na cobertura sobre a diva pop. Além disso, as categorias criadas recuperam temáticas abordadas nos capítulos teóricos. São elas:

- **Título.** A partir dessa categoria foi possível filtrar com melhor precisão quais conteúdos tratavam sobre a cantora Luísa Sonza. Com a pesquisa em aberto, podendo encontrar o nome no texto, as publicações encontradas poderiam até citar a artista, mas não necessariamente seriam relevantes para a pesquisa;
- **Assunto do conteúdo.** Tal critério foi elencado para que fosse possível elencar quais temas em relação à cantora Luísa Sonza são mais divulgados pela mídia. Dessa forma, é possível ter uma noção, também, de quais pautas do jornalismo musical e cultural o portal de notícias mais cobre;
- **Tipo de conteúdo publicado.** Analisar cada conteúdo facilita ter uma diferenciação do que é notícia e do que é opinião sobre o que está sendo veiculado, o que também permite ter uma análise mais crítica sobre o tipo de jornalismo produzido;
- **Luísa é o foco?** A categoria foi desenvolvida para que assim seja possível analisar o quanto do conteúdo publicado com o nome da cantora fala, de fato, sobre ela;
- **A vida privada é citada?** A partir dos estudos de Thompson (2010) sobre vida privada — caracterizada pela intimidade e privacidade dos lares — se analisará o quanto essa questão está envolvida na cobertura jornalística sobre a cantora;
- **A vida pública é citada?** Também a partir dos estudos de Thompson (2010), a categoria criada analisa o quanto dessa vida pública — laboral, de carreira e artística — faz parte dos conteúdos ;
- **O trabalho da Luísa é o foco?** Nesta categoria parte-se do pressuposto de que tanto a vida pública quanto a vida privada da artista estão sendo exploradas no conteúdo. No entanto, questiona-se se o “peso” dado ao trabalho da cantora é mais importante que a sua intimidade.

Bardin (1997) atribui às categorias uma função de classificação de elementos de um conjunto. Conforme o autor, a categorização na análise de conteúdo pode ser: semântica, trabalhando as temáticas; sintática, onde se analisa verbos e adjetivos; léxica, em que se trabalha com o sentido das palavras; e expressiva, englobando as perturbações da linguagem. Esta pesquisa se inspirou na categoria semântica proposta pelo autor para desenvolver a análise.

4.2 PORTAL DE NOTÍCIAS G1

O portal de notícias g1 faz parte de um dos vários braços do jornalismo do Grupo Globo, maior empresa de comunicação da América Latina. Conforme a página Institucional do site, o portal foi ao ar no dia 18 de setembro de 2006 por meio da união das forças de trabalho da TV Globo e globo.com para o provimento de serviços e conteúdos da internet. A criação do portal no Brasil se deu em meio a um contexto em que, no país, o mercado de jornalismo digital ainda estava restrito a poucos sites de jornais impressos.

Uma das primeiras decisões tomadas pela diretoria do grupo para estruturar a criação do portal foi montar a redação principal no estado de São Paulo. Em julho de 2006 a maior parte da primeira equipe já havia sido estabelecida. Em agosto, o g1 já funcionava, mas somente em caráter de "bastidores", como uma forma de treino enquanto os jornalistas atuavam como se estivessem no ar. Na segunda-feira, dia 18 de setembro, o site foi disponibilizado para acesso do público. À noite, uma matéria do Jornal Nacional anunciou que o novo produto da Globo estava disponível na internet. Esse foi o primeiro projeto do conglomerado de comunicação pensado e projetado unicamente para o ambiente online, com produções jornalísticas exclusivas para o meio e redação própria dedicada à cobertura noticiosa.

Conforme consta no site memoriaglobo.globo.com, o layout inicial da capa — que o site se refere como “home” — do g1 se aproximava ao de um jornal impresso. Em seu primeiro ano no ar, o portal tinha somente oito editorias: Brasil, Economia, Política, Mundo, Educação, Ciência e Saúde, Tecnologia e Pop&Arte, tendo a página inicial como eixo central. “Tinha um perfil noticioso, mas oferecia alguns diferenciais, como um time de colunistas diverso, foco na cobertura cultural e uso de vídeos,

tendo em vista agilidade, credibilidade e relevância”. O site dava bastante espaço à cobertura cultural, com seções sobre cinema, música e guias de eventos, shows, espetáculos, filmes e restaurantes no Rio de Janeiro e em São Paulo. O diferencial do g1 em relação aos outros veículos digitais despontou com o uso de vídeos na web. Desde o início, o portal teve a estrutura para realizar transmissões ao vivo, bem como abrir o sinal de televisão no ambiente digital e reproduzir os VTs dos telejornais da emissora Globo, em um caráter multimídia pioneiro no Brasil.

Com o decorrer dos anos, o G1 foi crescendo e se expandindo para as afiliadas da Globo. Inicialmente, foi previsto que para além da equipe de televisão, haveria uma pequena redação dedicada ao online. Atualmente, o g1 possui redação em todos os estados brasileiros. "Embora esses núcleos respondessem à chefia do jornalismo local, o trabalho cotidiano era feito em total integração com o g1, obedecendo aos critérios editoriais determinados pelo portal." Somando a todos esses esforços, o g1.globo.com, em um levantamento feito pela empresa SimiliarWeb, demonstrou ser o portal mais acessado no Brasil entre os meses de março e maio de 2024, seguido pelo Uol e Terra. O g1 também pode ser encontrado nas redes sociais pelos perfis do Instagram, Facebook, TikTok, X (antigo Twitter), LinkedIn, Youtube e WhatsApp.

Em junho de 2024 o site do g1 já apresentava um número de editorias do que as oito primeiras que eram trabalhadas no início do seu surgimento. Ao abrir a guia, apareciam as seguintes seções: Agro, Carnaval, Carros, Ciência, Economia, Educação. Empreendedorismo, Fato ou Fake, Guia de Compras, Inovação, Loterias, Meio Ambiente, Monitor da Violência, Mundo, Olha que Legal, Política, Pop & Arte, Saúde, Tecnologia, Trabalho e Carreira e, por fim, Turismo e Viagem. O objeto de estudo desta pesquisa se debruça única e exclusivamente pelos conteúdos publicados na editoria de Pop & Arte do portal. Esta também possui as suas subdivisões como: cinema: diversidade, games, música, The Town, Salve o Sul, tv e séries, circuito sertanejo, oscar e Lollapalooza 2024.

4.3 QUEM É LUÍSA GERLOFF SONZA

Luísa Gerloff Sonza é uma artista em grande evidência no cenário musical brasileiro dos últimos cinco anos. A cantora e compositora ganhou um público enorme de fãs a partir de vídeos de *covers* publicados no Youtube, conforme o site Cinebuzz. Apesar de ganhar relevância na plataforma em meados de 2014, a gaúcha natural de Tuparendi, cidade do interior localizada ao noroeste do Rio Grande do Sul, já atuava profissionalmente desde a infância, na banda de eventos Sol Maior.

Seu primeiro EP foi publicado em outubro de 2017, conforme a biografia da cantora no site Purepeople. O trabalho foi batizado como Luísa Sonza e continha seu primeiro single conhecido, Olhos Castanhos. Outras músicas da coletânea também caíram no gosto do público como Não Preciso de Você Pra Nada e Devagarinho. Em fevereiro de 2018, aos 19 anos, a cantora se casou com o youtuber e influenciador Whindersson Nunes. Em 2019 a artista lançou o seu primeiro álbum de estúdio, intitulado Pandora. O disco foi um sucesso comercial alcançando 100 milhões de reproduções no Spotify Brasil em menos de três meses após seu lançamento, recebendo um certificado de platina da Pro-Música Brasil. Em abril de 2020, a cantora e o comediante anunciaram o fim do casamento, conforme consta no site de notícias Metrôpoles.

Após a separação, Luísa sofreu de diversos ataques de haters nas redes sociais, incluindo ameaças de morte. Por este motivo ficou afastada das plataformas e acabou atrasando o lançamento de seu segundo álbum, Doce 2022, que veio mais uma vez, a ser um grande feito, alcançando mais de um bilhão de audições nas plataformas digitais em sete meses de lançamento. O disco trouxe uma fase mais madura e diferente de tudo o que a cantora já havia feito. Para promover a coletânea, a artista apresentou o programa Prazer, Luísa, indo ao ar pelo Multishow com cinco episódios em 7 de agosto de 2021.

Por fim, o último álbum, Escândalo Íntimo foi o maior trabalho da carreira da cantora até então. Com 24 faixas e mais de uma hora de duração, o projeto rendeu um documentário na Netflix, um curta para o Youtube e diversos videoclipes.

Também foi considerado a maior estreia de um álbum brasileiro no Spotify, e configurou o top três de maiores lançamentos latinos na plataforma. Além disso, o trabalho conta com participações de Maiara e Maraisa, Baco Exu do Blues, Duda Beat, Marina Sena, Demi Lovato e Caetano Veloso.

4.4 ANÁLISE INDIVIDUAL DAS PUBLICAÇÕES

O primeiro conteúdo da tabela criada para esta pesquisa (apêndice A) se trata de uma coluna de Mauro Ferreira, identificado como “jornalista carioca que escreve sobre música desde 1987” pelo site. O material em questão se trata de uma matéria de quatro parágrafos publicada em fevereiro de 2023, com a chamada “Luisa Sonza recicla parceria com Xamã em remixes gravados com Karol Conká”. O assunto principal do texto é a “reciclagem” que a cantora faz da música Mama.Cita (Hasta la vista), lançada em parceria com o cantor Xamã ainda em dezembro do ano anterior, contando com uma nova participação da rapper Karol Conká. A matéria explica que a música original serviu como base para cinco novas versões e fornece o serviço de quando todas as faixas ficariam disponíveis. Por se tratar de uma colaboração entre mais de dois artistas, a pesquisa entendeu que o tema principal se tratava de um feat musical. Pelo mesmo motivo, foi elencado que Luísa não é o foco da matéria, pois os outros artistas citados tem a mesma relevância que a cantora no texto. No entanto, o trabalho desenvolvido pela cantora é, por isso, a pergunta da categoria “O trabalho da Luísa é o foco?” foi respondida como sim. E justamente por se tratar de uma questão profissional da cantora, foi respondido que “sim” para vida pública e “não” para vida privada.

O segundo texto, “The Town anuncia Luísa Sonza, Maria Rita e Orochi” é uma matéria que anuncia quem serão os headliners do festival de música The Town, que tem assinatura atribuída ao g1. A cantora Luísa Sonza é mencionada tanto no título, quanto na linha de apoio, no lead e no parágrafo seguinte, em uma clara hierarquização na construção da notícia. A artista é apresentada como uma das atrações principais do concerto. No decorrer do texto são apresentados os artistas internacionais que vão compor o *setlist* dos shows, bem como o serviço com os dias de evento e valor dos ingressos. Por se tratar da divulgação e confirmação da gaúcha no evento, foi atribuído como assunto “Line Up de Festival”. Como a

publicação fez questão de colocar o nome de Luísa Sonza na chamada, linha de apoio, e nos dois primeiros parágrafos, a pesquisa entendeu que o foco da matéria estaria na cantora. Somente aspectos em relação ao lado profissional da cantora foram trabalhados, por este motivo foi escolhido como "sim" para vida pública, e trabalho. Em momento algum a vida da cantora foi citada.

O terceiro conteúdo, “Luísa Sonza, Katy Perry, Drake e mais artistas que já fizeram feats musicais com seus parceiros” é uma matéria assinada pela repórter Marília Neves que relembra quais casais já fizeram parceria musical. O texto publicado no início de junho utiliza o dia dos namorados como gancho para tratar sobre o assunto. Em uma breve listagem a repórter seleciona nove pares românticos para dar de exemplo. Como o material resgata outros oito relacionamentos além de Luísa e seu ex-namorado Vitão, categorizou-se que relacionamento e feat musical são os assuntos. Como o ex-casal divide espaço com outros, entendeu-se que o foco do texto não estava na cantora. Mesmo em três parágrafos, a publicação conseguiu entrar nas categorias de vida pública e privada. Mesmo sendo uma matéria que fala sobre parceria na música, não foi elencado que o trabalho é o foco, pois, no texto, o namoro entre os dois artistas é o motivo que os fez entrar na lista.

O quarto, “Ferrugem expõe 'Saudade' com Luísa Sonza em single do EP 'Interessante'”, é mais uma coluna do jornalista Mauro Ferreira. O texto de três parágrafos anuncia o lançamento da faixa Saudade do cantor Ferrugem em parceria com Luísa Sonza. Apesar da cantora ser citada no título, todas as categorias receberam uma resposta negativa, visto que o foco não estava na cantora, não se tratava de um trabalho dela ou de sua vida privada.

O quinto “Luísa Sonza anuncia 'Escândalo Íntimo', álbum autoral sobre 'histórias de amor que deram errado’” também se trata de uma coluna do Mauro Ferreira. Dessa vez, o conteúdo anuncia a chegada do novo álbum da cantora, o Escândalo Íntimo. Em quatro parágrafos curtos, ele fala sobre a data do lançamento e conta quantas faixas terão no disco. Por fim, utiliza fotos e uma declaração da cantora publicada nas redes sociais acerca do projeto. Quanto às categorias, ficou estabelecido "Novo álbum" como assunto, que Luísa e o trabalhado são o foco do

texto, consequentemente a vida pública dela também. A vida privada da gaúcha não foi citada.

O sexto conteúdo, “Luísa Sonza anuncia participação de Demi Lovato em novo álbum” é uma matéria que tem como assunto principal a participação de Demi Lovato em uma música com Sonza, por isso o assunto ficou determinado como feat musical. O conteúdo é assinado pelo G1. Apesar da Demi Lovato ser um nome forte — e mais conhecido — o texto é construído com informações acerca do novo álbum de LS. Por este motivo, a pesquisa entendeu que o foco do material está na luísa, bem como em sua carreira e vida pública. A intimidade da artista não foi explorada.

O sétimo objeto, “Luísa Sonza canta emoções reais ao longo de álbum que mixa samba, sertanejo, Rita Lee, R&B e bossa nova” é uma coluna do Mauro Ferreira, que, dessa vez, faz uma resenha e expõe a própria opinião acerca do álbum Escândalo Íntimo até então recém lançado pela diva pop. Em treze parágrafos, o jornalista discorre sobre as músicas que ouviu e traz uma breve contextualização sobre cada uma. Por se tratar do novo lançamento da cantora, as respostas para as categorias Luísa é o foco, vida pública e trabalho foram positivas. A vida privada não foi trabalhada pelo colunista.

O oitavo texto analisado, “Demi Lovato canta com Luísa Sonza no The Town e repete ótimo show pesado do Rock in Rio 2022”, é uma matéria sobre o show da norte-americana Demi Lovato, por este motivo o foco do conteúdo não foi atribuído à gaúcha. Em sete blocos, o repórter Braulio Lorentz faz uma comparação entre o show da artista no The Town em relação ao Rock in Rio. Luísa é citada na matéria por ter cantado ao vivo no festival a canção em parceria com Demi. Logo, como o assunto ficou determinado que se tratava de um feat musical de uma performance em show. Visto que a maioria dos parágrafos não tinham Luísa como personagem principal, elencou-se que ela não era o foco do texto. No entanto, o mesmo faz alusão a um momento da artista em um grande festival, por este motivo as categorias “vida pública” e “trabalho” receberam uma afirmativa. A vida privada não foi mencionada.

O nono conteúdo, “Bebe Rexha beija Luísa Sonza em bom show de pop pesado no The Town: 'Tem um ótimo gosto'”, veiculado no decorrer do ano de 2023 é assinado pelo repórter Braulio Lorentz e trata de um beijo performático que Bebe Rexha e Luísa Sonza trocaram após um dueto no The Town. A brasileira apareceu como convidada no espetáculo e entoou uma canção da estrangeira chamada “I got you”. A matéria não tem Sonza como foco principal. Pelo contrário, dos oito parágrafos que constroem o texto, a gaúcha é mencionada somente no segundo bloco. Já que este trecho em específico aborda a performance que as duas cantoras tiveram juntas, considerou-se que vida pública e trabalho deveriam receber uma afirmativa. A vida privada da cantora não foi citada.

O décimo material analisado, “Post Malone, Demi Lovato com Luísa Sonza e pulseirinhas são os destaques do 1º dia de The Town”, também é uma matéria, mas a autoria da escrita é atribuída ao próprio site. O texto recapitula como foi o primeiro dia do festival The Town e faz um breve resumo sobre cada uma das apresentações realizadas, em uma espécie de listagem. Mesmo com nomes de peso da indústria, como Post Malone, Demi Lovato e Iggy Azalea, a cantora gaúcha foi mencionada no título, no lead e no sétimo parágrafo. Luísa não é o foco do conteúdo, pois divide um espaço muito semelhante com os outros artistas citados, mesmo que não tenha realizado um show completo no dia de festival a que a matéria se refere e só tenha feito uma participação no show de Lovato. Mesmo com o pouco espaço que recebeu, o texto tratou sobre sua vida pública (a apresentação), mas não cita sua vida privada e nem tem foco no seu trabalho, é mais no show da artista “titular”.

O décimo primeiro conteúdo da lista de análise, “Luísa Sonza estreia fase mais recatada no The Town, com ode à monogamia e homenagem a Marília Mendonça” é a primeira resenha de show no ano de 2023. Escrita pela jornalista Carol Prado, em 12 parágrafos a repórter conta de modo bem satisfatório sobre a primeira apresentação da artista com o disco Escândalo Íntimo, inaugurando uma nova “era artística”. Ao longo do texto, a repórter ressalta que a cantora ficou conhecida por meio de fofocas, hits com letras sensuais e coreografias trabalhadas. Na avaliação da profissional, Luísa evoluiu no quesito apresentação, tanto do seu corpo de ballet quanto de sua voz. Por outro lado, critica a “gritaria” que a gaúcha faz em duas músicas. Ela também traz uma boa contextualização em relação ao

processo de construção do disco, que na avaliação de Prado é uma espécie de resposta aos haters que possui. Em relação às categorias da análise, foi identificado que o assunto está relacionado à performance em show. Tanto Luísa quanto o trabalho estão em foco na resenha. Por se tratar de um concerto, a categoria "vida pública é citada?" recebeu uma afirmativa. A vida privada da cantora não foi mencionada.

O décimo segundo texto analisado, "Como Luísa Sonza virou o centro das atenções do primeiro fim de semana do The Town 2023" é uma matéria com autoria atribuída ao G1. Em 11 parágrafos o material relembra como foram as três participações da cantora no festival The Town (Participação nos shows de Demi Lovato, Bebe Rexha e seu próprio show). O texto não traz nenhum fato novo à tona, inclusive até utiliza trechos dos outros materiais já publicados pelo site sobre cada um dos episódios. O assunto atribuído à publicação foi "performance em show", pois relembra os três momentos em que Luísa Sonza se apresenta para o público geral. Luísa é o foco do conteúdo, já que a matéria resgata três momentos que fizeram a artista com mais aparições no The Town. Pelo mesmo motivo, o trabalho e a vida pública da artistas tiveram respostas afirmativas, ao contrário da categoria da vida privada, que não recebeu nenhuma menção.

O décimo terceiro conteúdo analisado, "Canção de Luísa Sonza é bossa nova porque o gênero musical é também um estado de espírito", é uma coluna opinativa do Mauro Ferreira sobre a música "Chico", a bossa nova de Luísa Sonza. A canção é uma alusão aos versos de folhetim compostos por Chico Buarque, mas também é uma homenagem ao ex-namorado da cantora, Chico Veiga. Na avaliação de Ferreira, a música realmente se trata de uma bossa. Aqui, cabe ressaltar que na época havia uma discussão nas redes sociais se a faixa pertenceria ou não ao estilo. Para embasar o seu posicionamento, o jornalista resgata um vídeo de Caetano Veloso ouvindo música e batendo o martelo sobre a questão para o lado favorável à cantora. Quanto às categorias de análise, o assunto do conteúdo é, definitivamente, o trabalho da cantora. Isso faz com que as categorias "Luísa é o foco?", "Vida Pública" e "Trabalho é o foco" recebam respostas afirmativas. Apesar do texto estar discorrendo sobre uma música que recebeu o nome do ex-namorado de Luísa Sonza, isso não foi utilizado como argumento para caracterizar a música,

inclusive, a homenagem foi citada somente no último parágrafo do texto. Por esta razão não foi atribuída uma resposta afirmativa para "vida privada".

O décimo quarto conteúdo, "Os segredos de 'Chico', de Luísa Sonza: o pagode que virou bossa com autor de 'Camaro Amarelo'", se trata de uma reportagem assinada por Viviane Lopes e Carol Prado. O texto conta quais os "segredos" de Chico, música de maior sucesso no lançamento do álbum de LS. Apesar de ser um texto que fale sobre a canção da cantora, o texto não é sobre a artista, mas sim sobre um dos compositores, Bruno Caliman, responsável pela melodia e colaboração na construção dos versos. Esse foi o primeiro material da editoria que apareceu com falas de uma entrevista feita em primeira mão, sem utilizar declarações dadas nos shows ou redes sociais. Aqui, mesmo que a reportagem tenha um gancho de uma música de Luísa, o foco do conteúdo não está nela, e sim no colega de trabalho. Curiosamente, por se tratar de uma produção da cantora, foi considerado que o trabalho da cantora é o foco do texto. A vida pública da cantora é trabalhada, ao citá-la nos processos de produção até chegar na canção. A vida privada da cantora é citada em dois momentos, ao mencionar e fazer alusão ao namoro dos dois. Aqui, também vale evidenciar que cerca de três fotos do casal foram utilizadas para ilustrar a matéria (lembrando que o foco não é a Luísa Sonza).

O décimo quinto material, "Leia texto completo de Luísa Sonza sobre término com Chico Moedas", é uma matéria que em dois parágrafos anuncia a separação da cantora Luísa Sonza com Chico Veiga, mas que oferece ao leitor uma oportunidade de ler na íntegra um documento completo endereçado ao ex-par romântico. Na ocasião, a artista leu uma carta durante o programa Mais Você, falando sobre o ocorrido. Nesse texto, Luísa realmente é o foco no assunto da matéria (o fim do relacionamento) está completamente atrelado à vida privada. O seu trabalho não é explorado pelo portal nem a "vida pública".

O décimo sexto, "Luísa Sonza termina com Chico Moedas e se emociona ao ler texto no 'Mais Você'" material analisado se trata de uma matéria que informa o término do relacionamento entre ambos os famosos, também. Sem assinatura atribuída a algum repórter, o texto não destoa muito do material analisado

anteriormente. São dois parágrafos que contextualizam o término do relacionamento e vários trechos da carta lida no ar depois. No entanto, dessa vez, a matéria inclui nos últimos dois trechos uma pequena citação de Ana Maria Braga sobre o caso. De novo, Luísa e sua vida privada são o centro das atenções da publicação. A vida "pública" e o trabalho não foram abordados".

A décima sétima matéria, "Após término com Luísa Sonza, Chico Moedas deleta conta no Instagram", noticia que Chico Moedas deletou a conta no Instagram após o término com Luísa Sonza. Em quatro parágrafos, a publicação com autoria atribuída ao g1 conta como o rompimento veio a público e desde que horário o perfil do influenciador não está disponível. O último trecho do texto consta com uma parte da carta sobre traição. A análise compreendeu que o assunto geral da matéria se tratava sobre o relacionamento de ambos. Tanto Veiga quanto Sonza são peças fundamentais para a construção do texto, por isso foi elencado que Luísa é o foco do texto, tal qual a sua vida privada. No entanto, nenhum aspecto da vida pública da artista ou de seu trabalho são mencionados na publicação.

O décimo oitavo conteúdo, "Luísa Sonza e Chico Moedas: como desabafos públicos de celebridades podem ser um bom negócio", é uma reportagem creditada à BBC News. O texto explora como desabafos públicos semelhantes aos de Luísa Sonza e Chico Veiga podem ser um bom negócio para as celebridades. O material começa explicando como o término dos dois famosos ocorreu em rede nacional. A repercussão do caso foi imediata, conforme a reportagem. O conteúdo apresenta mais de um lado ao falar sobre o episódio, citando as pessoas que criticaram a postura da artista que decidiu expor o ex-companheiro e a si mesma na televisão aberta.

Após a divulgação da traição, a BBC foi atrás de um dado levantado pela consultoria Arquimedes, contratada exclusivamente para a reportagem. O material revela que desde que o fim do relacionamento se tornou público, a gaúcha ganhou cerca de 405 mil seguidores em suas duas redes sociais: o Twitter e o Instagram). Além disso, a publicação ressalta que esses "desabafos" feitos pelos artistas têm ganhado cada vez mais espaço, devido ao uso da internet como ferramenta. Além disso, o conteúdo também demonstra que desde o início de sua carreira, Luísa

Sonza esteve em evidência por conta de seus relacionamentos. Ressaltam, ainda, como ela é perseguida nas redes sociais por conta da uma separação com o humorista Whindersson Nunes. Em relação às categorias de análise, elencou-se que o assunto e o foco da matéria estavam nos relacionamentos da cantora. Tanto a vida pública quanto a vida privada foram exploradas pelo material, mas não houve uma atenção específica para o seu trabalho.

O décimo nono conteúdo, “Mensagem atribuída a Chico Moedas sobre Luísa Sonza era de perfil fake do influenciador”, é uma matéria sobre um perfil fake que se passou pelo influenciador digital Chico Veiga. O texto retoma o início do namoro entre os dois famosos até o momento em que a música Chico figura o topo das paradas dos players de áudio. Conforme as categorias, o assunto foi elencado como “relacionamento”. Luísa e sua vida privada são o tema central do material, enquanto o seu trabalho e vida pública mal são citados.

O vigésimo, “Dez músicas confessionais de Luísa Sonza além de 'Chico'”, é uma matéria da repórter Marília Neves, que lista dez matérias da cantora que possuem um tom confessional para além da canção Chico. O texto não se inicia com um lead convencional. A primeira frase e parágrafo da matéria é o refrão da bossa nova composta por Luísa Sonza. Aproveitando o gancho do fim do relacionamento, a autora pôs em destaque outras produções da artista que possuem uma biografia. As músicas em questão tratavam de temas como amor, ex-amor, família e saúde mental. Mesmo pincelando um pouco sobre o fim do seu relacionamento, o assunto principal do texto são as obras, por isso categorizou-se o assunto como “música”. De resto, todas as categorias criadas receberam uma resposta afirmativa, pois trabalhavam um pouco de todos os temas elencados.

A vigésima primeira matéria, com “Luísa Sonza altera letra de 'Chico' em show: 'É só um nome'”, trata do primeiro show da cantora após a separação. A expectativa do público no dia era descobrir se a gaúcha entoaria a canção alusiva ao ex-namorado. O principal assunto do texto desenvolvido em seis parágrafos é música e relacionamento. Luísa é o foco do conteúdo, tal como sua vida pública, privada e seu trabalho, já que o episódio reportado se trata de um show realizado em Porto Alegre no dia 29 de setembro.

O vigésimo segundo conteúdo, uma coluna do Mauro Ferreira sob o título “Luísa Sonza faz bem ao alterar letra para preservar no repertório a melhor canção da discografia da artista”, é de caráter opinativo. Ao analisar a substituição do trecho da música que Luísa elimina o nome Chico, a pesquisa entendeu que o assunto principal do material era música e relacionamento. Todas as outras categorias receberam a resposta afirmativa.

O vigésimo terceiro material é uma notícia da coluna do jornalista Mauro Ferreira, mais uma vez. O título é “Luísa Sonza é 'musa do verão' de Marshmello no quinto álbum de estúdio do DJ e produtor dos EUA”. Em cinco trechos, o colunista conta a novidade da carreira da gaúcha: uma nova parceria internacional, dessa vez com o DJ Marshmello. Por este motivo, elencou-se que “feat musical” era a categoria adequada para o assunto. Quase dois meses após a separação do ex-namorado, houve uma pequena menção ao ex-namorado de Luísa Sonza no texto. Por este motivo, todas as categorias receberam a afirmativa.

O penúltimo texto analisado, foi uma matéria sem autoria sobre a reativação da conta do Instagram de Chico. Quase dois meses após o fim do relacionamento, a carta lida pela cantora no programa Mais Você foi incluída no texto. Sob o título “Chico Moedas pede desculpas e agradece mensagens após término com Luísa Sonza”, o assunto identificado foi relacionamento. A cantora e o influenciador são o foco da matéria, mas não há alusão ao trabalho da artista ou uma menção à sua vida pública, somente à vida privada.

Por fim, o último texto analisado é uma análise do jornalista Mauro Ferreira. Publicado no último dia do ano, o profissional faz uma espécie retrospectiva da carreira da cantora em 2023. Cedendo muito espaço, é claro para o trabalho artístico da cantora, mesmo mencionando um pouco o seu relacionamento — que não nem um pouco passou despercebido. Nesse grande conteúdo sob o título “RETROSPECTIVA 2023 – Luísa Sonza experimenta a bossa e a fossa com a controvertida canção 'Chico'”, o principal tema tratado pelo texto é, felizmente, a música. Além disso, todas as categorias elencadas nessa análise foram identificadas na publicação.

4.4.1 Resultados gerais da análise

Vinte e cinco conteúdos sobre a cantora Luísa Sonza serão utilizados como base para a análise de conteúdo desta monografia. Em relação à **data** em que as publicações foram ao ar, percebe-se um grande aumento no volume de conteúdos a partir do segundo semestre de 2023. Do total, 5 foram veiculadas nos meses de fevereiro, março e junho. Nos meses de janeiro, abril e maio não houveram matérias que mencionassem a cantora no título. Em Julho também não foram encontradas publicações. O mês que concentra mais desses links é setembro, com 13 publicações no total.

Quanto ao **tipo de conteúdo publicado**, foram identificadas 19 matérias, duas colunas de caráter opinativo, duas resenhas sobre shows, uma reportagem e uma análise sobre a carreira da cantora no decorrer do ano. Os **assuntos** não variaram muito, mas às vezes, um conteúdo publicado poderia englobar mais de um tópico. Por sete vezes o assunto sobre feats musicais foi destaque, todos em matérias noticiosas. Em cinco momentos foram abordados suas performances em diferentes shows realizados, dessas só duas são resenhas musicais. O lançamento do novo álbum apareceu somente duas vezes na pesquisa. Uma vez, houve o serviço trazendo a cantora como headliner de um festival de música. Em oito momentos a música produzida pela cantora foi trabalhada nos textos, contando a história de como foram produzidas ou alterações que foram feitas na letra de Chico após o lançamento do álbum. Já os relacionamentos da cantora aparecem em nove dos 25 conteúdos publicados. Este último tomou boa parte das publicações realizadas em setembro, mês que a artista anunciou em rede nacional, no dia 20, que fora traída pelo ex-companheiro Chico Veiga.

Apesar de todas as matérias terem no título o nome de Luísa Sonza, a artista não foi a personagem mais importante de algumas. Em 18 casos, o **foco** estava na cantora. Os sete que restaram mencionaram a artista em alguma parte do texto. Desses, seis tratavam sobre os feats musicais que a cantora participou, mas trabalhavam mais sobre os outros cantores do que a cantora. Só uma matéria dentro desse escopo que não se tratava de feat, e sim sobre a parceria com o compositor Bruno Caliman no processo de construção da canção “Chico”.

Na sequência, foi analisado se a **vida privada** da cantora era mencionada nos textos. Aqui, considera-se privado tudo aquilo que não é relacionado ao trabalho da cantora. Doze textos foram publicados sem explorar a vida íntima da cantora, como antigos relacionamentos e terminos. Três falaram brevemente sobre os pares românticos da artista com os antigos namorados, Vitão e Chico Veiga. Curioso é que em duas dessas publicações categorizadas como “cita um pouco” não tinham a cantora como “foco principal” e, mesmo assim, foi criado um espaço para trabalhar a vida pessoal da gaúcha.

A penúltima categoria criada a ser analisada foi se a **vida pública** da cantora foi citada. E aqui inclui-se tudo referente à carreira da cantora. O resultado vai ao encontro daquilo que tínhamos na categoria anterior. Cerca de 15 publicações trabalhavam assuntos que envolviam desde feat musical, line up, performance, o novo álbum e o trabalho com a música, mas sem entrar no assunto dos relacionamentos. Nas outras 10 publicações que restaram, absolutamente todas aproveitaram o término de Luísa Sonza e Chico Veiga como gancho para os conteúdos veiculados.

Analisou-se, também, se o **trabalho desenvolvido pela Luísa era o foco** das publicações. Dez conteúdos publicados foram identificados como não. Em Quatro desses casos, o foco estava em outros artistas e mencionaram somente a participação pontual da artista em parcerias. Os seis restantes abordam os relacionamentos da cantora. Os 15 restantes foram categorizados como “sim”. Ou seja, a maioria dos conteúdos analisados focaram nos trabalhos que a cantora produziu ao longo do ano. No entanto, não é isso que mais chama atenção nesta parte. Conforme sinalizado em verde na tabela, há, ao todo, dez conteúdos que exploram a vida pessoal da cantora. Destes, 60% não tem o trabalho da cantora em destaque e utilizam somente fatos de sua vida pessoal para construir os textos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das críticas que atravessam as mais diferentes práticas do jornalismo cultural — principalmente ao modelo até então praticado como “cumpridor de agenda” do setor artístico —, a especialidade é indispensável por ampliar e promover o debate sobre assunto para o público. Quando analisado unicamente para o escopo da cobertura musical, é ainda mais importante que se fortaleça e qualifique a mão de obra responsável por este trabalho. É uma via de mão dupla. Em sua obra, Ballerini prevê “se a indústria fonográfica está em via de extinção, a imprensa cultural também sofrerá mudanças profundas em consequência desses movimentos do mercado e das inovações tecnológicas”, Ballerini, 2015, p. 161).

Além de ampliar e fomentar o debate sobre a cultura para a população, os jornalismo especializados que cobrem o segmento auxiliam o público leitor médio a interpretar os mais variados códigos presentes nas obras. É o que Tavares (2007) defende: a informação jornalística especializada possui o dever de intermediar os saberes, traduzindo-os para o público de uma maneira acessível. Carlan (2018) partilha do mesmo pressuposto ao defender que as celebridades não recebem o reconhecimento desejado sem ajuda da imprensa, exercendo o papel de intermediário cultural. Em ambos os casos, a mídia possui um papel essencial: o de mediadora desses conteúdos para o público.

Lage (2001) evidenciou o papel social atribuído ao jornalismo que cobre cultura, mas reforça que o compromisso da especialidade é para com a arte, não com a comercialização de seus frutos. Além disso, tanto Lage (2001) quanto para Tavares (2007) têm a reportagem especializada como manifestação mais valiosa deste tipo de jornalismo. Aqui, cabe ressaltar, que quase não foram analisadas reportagens acerca do trabalho ou da própria cantora Luísa Sonza nesta pesquisa. A grande maioria dos conteúdos se tratavam de matérias simples, sem profundidade, que não exploram as diversas facetas e possibilidades que o jornalismo cultural proporciona. Foi unanimidade entre os autores consultados que as práticas jornalísticas sobre as artes até então empregadas não suprem as necessidades culturais que o público precisa.

Felizmente, para os autores, tal prática não foi identificada no conglomerado de conteúdos analisados. Pelo contrário, dos 25 materiais elencados, somente dois tratavam sobre o lançamento do álbum *Escândalo Íntimo*. Inclusive, a pesquisa sentiu a falta de mais conteúdos do tipo, pois havia novidades-lançamento para noticiar, como os cinco videocliques produzidos, que foram divulgados de forma espaçada entre o mês de lançamento do álbum, realizado no final de agosto, até o dia 31 de dezembro. Além disso, grande fato relevante para a imprensa também poderia ter recebido o merecido destaque e não recebeu, como lançamento do documentário *Se eu Fosse Luísa Sonza*, produzido pela Netflix, que teve como data de estreia o dia 13 de dezembro de 2023.

Além disso, outro papel fundamental desenvolvido pelo jornalismo cultural, principalmente em relação à cobertura musical, é o da crítica especializada. Por um bom tempo, as críticas realizadas pela imprensa foram demasiadas e severas (Ballerini, 2015). Essa atitude dos profissionais culminou no afastamento dos músicos e artistas, que evitavam o embate com a imprensa para não terem as suas imagens prejudicadas. O maior problema disso é que isso resultou na drástica diminuição de conteúdos opinativos e críticos em relação ao trabalho desenvolvido por estas bandas e cantores. Talvez seja esse o motivo que justifique porque somente 20% do material analisado atenda a essas especificidades. Desses, somente uma matéria não pertence à coluna do jornalista Mauro Ferreira.

Por outro lado, para além de artista, Luísa Sonza também se configura como uma celebridade. Para chegar nesse status a cantora acaba passando pelo processo de celebrificação (Driessens, 2014), no qual, aos poucos, a sua carreira vai evoluindo e sua visibilidade vai se expandindo, até ela se transformar nesse objeto de interesse da mídia. Aqui, também cabe ressaltar que Sonza se tornou uma aquilo que Carlan (2018), chama de celebridade adquirida, quando a pessoa em questão conquista a fama por meio dos frutos de seu trabalho. Nesse sentido, a mídia também exerce um papel de protagonista, pois é quem celebra a vida das personalidades a faz com o que o mundo preste atenção nessas pessoas.

Já a cobertura sobre jornalismo de celebridades não é considerada como produção legítima do campo jornalístico. É uma prática pautada em escândalos,

geralmente sobre aspectos que envolvem a vida pessoal dos artistas. Pinto (2016), discorre que a cobertura de celebridades está associada ao estilo de vida da pessoa célebre, geralmente atrelado às viagens, festas e mansões que o indivíduo participa, frequenta ou possui. Tais características não foram percebidas no conteúdo analisado. Boa parte dos conteúdos explorava, sim, a vida pessoal da artista, mas nenhum conteúdo estava relacionado ao seu estilo de vida.

Assim, diante dessas questões já expostas, esta monografia teve como propósito analisar o conteúdo divulgado sobre a cantora Luísa Sonza pelo portal de notícias g1. Inicialmente, constata-se que a cobertura jornalística realizada na prática não atende às expectativas criadas pelos autores trabalhados sobre o que é jornalismo cultural e musical, conforme conceituado. Poucas são as críticas publicadas no veículo. No geral, o tipo predominante são as matérias jornalísticas.

Aqui, também cabe ressaltar uma informação que pode ser valiosa para futuras análises: em nenhum dos conteúdos há qualquer sinal de que tenha sido feita uma entrevista com a cantora. Menos de cinco materiais constam com falas da artista, e a maioria foi oriunda de uma carta lida por ela em rede nacional ou declarações publicadas via redes sociais. Não se sabe se isso ocorre por conta de uma possível inacessibilidade da cantora, que pode ser que não queira gastar seu tempo para conversar com a imprensa ou se os próprios jornalistas não quiseram se dar o trabalho de conseguir uma entrevista. A situação, no entanto, é preocupante, visto que a entrevista — nem que seja por telefone — é uma ferramenta de trabalho primordial para realizar o jornalístico. Vale destacar o episódio e ficar alerta para verificar se isso é uma provável tendência nesse tipo de cobertura.

Ainda no trato sobre Vida Pública X Vida Privada, Dejavite (2002) deixa claro que quanto mais uma celebridade se destaca, mais sua intimidade vira assunto de domínio público. Lana (2014) partilha da mesma linha de pensamento ao defender que a publicização dos aspectos da vida privada são ponto crucial para a construção de um personagem no meio midiático. Ao mesmo tempo, a autora entende que o interesse em noticiar as celebridades atende uma onda de interesse entre os dois lados da equação. A iniciativa é importante para os jornalistas e para os célebres, visto que ambos se beneficiam dessa troca.

Ao passo que Simões e França (2019) afirmam que é compreensível e esperado o interesse sobre o desempenho das figuras públicas, Lana (2014) conclui que esses célebres não passam de um produto vendido pela mídia. Além disso, complementa afirmando que o jornalismo que cobre este assunto não passa de um pseudo jornalismo.

Com Thompson (2010), foi possível entender que os conceitos de privacidade foram se modificando ao longo dos anos, desde o tempo da Grécia Antiga até a modernidade. Lage (2001), pincelou brevemente uma distinção entre os dois, atribuindo desacordos familiares, conflitos no trabalho e afins como da esfera privada. Já todo o assunto que envolva a coletividade, qualidade dos serviços, condições ambientais, de educação e saúde são assuntos da esfera pública.

Thompson ainda traz um conceito interessante sobre "intimidade mediada". Algo que explica como as celebridades conseguiram se apresentar para a população como pessoas comuns. Nesse tipo de troca, os célebres se sentem à vontade para abrir certos aspectos de suas vidas privadas para o público. Neste ponto, cabe frisar, que em setembro do ano passado, a própria cantora Luísa Sonza utilizou o espaço e a audiência nacional que o programa Mais Você, da apresentadora Ana Maria Braga, para ler uma carta aberta sobre a traição que recebeu do seu ex-namorado Chico Veiga. Não se pode crucificar o portal de notícias por utilizar isso e fazer uma matéria. Por exemplo, o próprio G1 utilizou a declaração da cantora em cerca de quatro matérias sobre o assunto. A atitude da artista vai ao encontro do que foi dito por Lana (2014) de que tanto a mídia quanto a celebridade se beneficiam dessa exploração dos assuntos relacionados à vida pessoal.

A declaração dada parecia fazer questão de mostrar seu tom de vingança. Neste ponto, cabe questionar o quanto a própria Luísa ultrapassou os limites dessa fronteira da vida pública e privada ao expor o próprio ex-namorado em rede nacional. No entanto, ao que parece, é comum que a cantora utilize da própria vida para autopromoção. Uma das matérias analisadas traz que em pelo menos dez músicas Luísa utiliza a vida pessoal como inspiração.

O preocupante em relação a tudo isso não é sobre como a vida pessoal da artista é explorada pelo portal. O jornalismo de celebridades existe, dá audiência, retorno e resultados. Em termos de negócio, é uma especialidade que vale a pena. O verdadeiro problema de toda essa questão é que todo esse conteúdo está empacotado como jornalismo musical. É aí que a verdadeira problemática vem à tona: que tipo de jornalismo cultural o veículo está fazendo? Os dados da análise demonstram que cerca de 36% dos conteúdos tinham o relacionamento da cantora como assunto principal. Além disso, 52% dos materiais analisados citavam a vida privada da cantora em algum momento.

O jornalismo musical, a cobertura que deve fazer análises, resenhas de shows e críticas quase não é vista. No universo analisado nesta pesquisa percebe-se que o jornalismo musical, em sua essência, não é desenvolvido pelo portal. É provável que, para o leitor usual, isso não importe tanto. Mas como intermediários culturais, os jornalistas têm a responsabilidade de trazer uma análise profunda e crítica das produções culturais que estão sendo feitas pelos artistas. Talvez seja por este mesmo motivo que as produções culturais tenham perdido tanta qualidade no decorrer dos últimos anos.

Em suma, dado aos conteúdos analisados, esta pesquisa entende que é preciso se desenvolver mais os conteúdos sobre jornalismo musical. Todas as matérias analisadas pertenciam a editoria de Pop & Arte, que é a editoria que cobre cultura no g1, mas pouquíssimo se têm sobre música e cultura nos materiais estudados. Aparentemente, a seção que deveria falar sobre as artes cobre celebridades. Logo, não se tem jornalismo cultural, quiçá musical no espaço. A cobertura realizada pelo portal se resume, infelizmente, a um jornalismo de famosos.

Reforça-se que esta pesquisa não tem como intuito questionar se o jornalismo de celebridades é ou não jornalismo, apesar de Lana (2014) afirmar que a prática não passa de pseudo jornalismo. Entende-se que a prática já está instituída dentro das mais diversas redações espalhadas pelo mundo e se trata de uma modalidade que dá retorno financeiro para os portais de notícias. Compreende-se, também, que o conteúdo pode estar em uma seção equivocada. Não seria o caso de

cessar a cobertura sobre os célebres, mas talvez armazená-lo em um local do site que evidencie que aquilo se trata sobre famosos, e não sobre cultura.

Quanto aos resultados, é importante frisar que quando o projeto de pesquisa desta monografia foi elaborado, ainda não havia estourado o escândalo da traição de Chico Veiga, ex-namorado da Luísa Sonza. O episódio ocupou um espaço relativamente grande, se comparado com outros assuntos também relacionados à cantora. Como uma alternativa de continuação, essa pesquisa poderia ser ampliada para um outro recorte temporal, como o ano de 2021, ano de lançamento do seu penúltimo disco, o Doce 22.

Uma outra linha de pesquisa também poderia ser pensada, trabalhando e analisando como a imprensa aborda assuntos relacionados à vida privada de artistas homens e mulheres e quais as diferenças mais gritantes nessa cobertura. Uma comparação interessante a se fazer seria com o cantor Jão e Luísa Sonza. Ambos têm uma idade muito próxima e trabalham no mesmo nicho musical, o pop.

REFERÊNCIAS

BALLERINI, Frantjesco. **Jornalismo cultural no século 21**. 1. ed. São Paulo: Summus, 2015. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 03 jul. 2024.

BARRETO, Ivana. As realidades do jornalismo cultural no Brasil. **Contemporânea (Título não-corrente)**, v. 4, n. 2, p. 65-73, 2006. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/17579>. Acesso em: 3 jul 2024

BASSO, Eliane Fátima Corti. **Para entender o jornalismo cultural. Comunicação & Inovação**, v. 9, n. 16, 2008. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/702. Acesso em: 3 jul 2024.

DE ASSIS, Francisco. Jornalismo Cultural Brasileiro: aspectos e tendências. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 9, n. 20, 2008. Disponível em:

DEJAVITE, Fábila Angélica. O jornalismo de celebridade e a propagação do boato: uma questão ética. **Anais do Intercom**, p. 1-16, 2002. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_np2dejavite.pdf. Acesso em: 3 jul 2024.

DRIESSENS, Olivier. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. **Ciberlegenda**, n. 31, p. 8-25, 2014. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36959>. Acesso em: 3 jul 2024.

FRANÇA, Vera Regina Veiga; SIMÕES, Paula Guimarães. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. **Revista Famecos**, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, 2014. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/16397>. Acesso em: 3 jul 2024.

GLOBO. Memórias. g1. **g1**. 22 jan 2022. Disponível em: https://memoriaglobo.globo.com/produtos-digitais/g1/noticia/g1.ghml#ancora_1. Acesso em 26 jun 2024.

GLOBO. Memórias. **g1**. Conteúdo. 28 jan 2022. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/produtos-digitais/g1/noticia/conteudo.ghml>. Acesso em 26 jun 2024.

GLOBO. Memórias. Multimídia. **g1**. 28 jan 2022. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/produtos-digitais/g1/noticia/multimidia.ghml>. Acesso em 26 jun 2024.

JUNIOR, Jeder Janotti; NOGUEIRA, Bruno Pedrosa. **Um museu de grandes novidades**: Crítica e jornalismo musical em tempos de internet. 2010. Disponível em: http://compos.com.puc-rio.br/media/gt11_jeder_janotti_bruno_nogueira.pdf. Acesso em: 3 jul 2024.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: Teoria e Técnica de Entrevista e Pesquisa Jornalística. Editora Record, 2003: Disponível em: <https://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2017/10/A-reportagem.pdf>. Acesso em: 3 jul 2024.

LANA, Lígia. Jornalismo de celebridade, interesse humano e representações femininas na contemporaneidade. **Jornalismo, cultura e sociedade**: visões do Brasil contemporâneo. Porto Alegre, Sulina, p. 174-193, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/304834962_Jornalismo_de_celebridade_interesse_humano_e_representacoes_femininas_na_contemporaneidade. Acesso em: 3 jul 2024.

MEIRELES, Olívia. Meu casal: a história de amor de Luísa Sonza e Whindersson Nunes. **METRÓPOLES**. Disponível em: <https://www.metropoles.com/webstories/meu-casal-a-historia-de-amor-de-luisa-sonza-e-whindersson-nunes>

OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de et al. **O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude**: da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001). 2011. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4436>. Acesso em: 3 jul 2024.

PENA, Felipe. O jornalismo literário como gênero e conceito. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2006. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17241>. Acesso em: 3 jul 2024.

PINTO, Maria Aparecida. Os precursores do jornalismo de celebridades e suas adjetivações: entre perfis, muckrakers, sob sisters e colunistas sociais. **Mosaico**, v. 7, n. 10, p. 171-191, 2016. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/mosaico/article/view/64733/62678>. Acesso em: 3 jul 2024.

PINTO, Nuno Miguel Baião Sotto Mayor. **Estrelas, celebridades e valores-notícia na imprensa tablóide portuguesa**: a revista Sexta. 2019. Tese de Doutorado. Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/11295>. Acesso em: 3 jul 2024.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 25 abr. 2024.

RITTER, Eduardo et al. Jornalismo gonzo e parresía: mentiras sinceras e outras verdades. 2015. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/6416>. Acesso em: 3 jul 2024.

Sem autor. Sobre o g1.**g1**. 02 jul 2024. Disponível em:

<https://g1.globo.com/institucional/sobre-o-g1.ghtml>. Acesso em 26 jun 2024.

Sem autor. Luísa Sonza (Cantora). **CINEBUZ**. Disponível em:

<https://cinebuzz.com.br/personagens/luisa-sonza-cantora.html>. Acesso em 26 jun 2024.

Sem autor. Biografia. **PUREPEOPLE**. Disponível em:

https://www.purepeople.com.br/famosos/luisa-sonza_p550039. Acesso em 26 jun 2024.

Sem autor. Luísa Sonza. **METROPOLITANA**. Disponível em:

<https://metropolitanafm.com.br/luisa-sonza>. Acesso em 26 jun 2024.

SIMÕES, Paula Guimarães; FRANÇA, Vera Regina Veiga. Celebridades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea. In: **E-Compós**. Universidade Federal de Minas Gerais, 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1910>. Acesso em: 3 jul 2024.

SOUZA, Rogério Martins de. O cavalheiro e o canalha: Maneco Müller, Walter Winchell e: O apogeu dos colunistas sociais após a Segunda Guerra Mundial. In: **30º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM**. 2007. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1268-1.pdf>. Acesso em: 3 jul 2024.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. **Estudos em Comunicação**, v. 5, 2007. Disponível em: <https://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>. Acesso em: 3 jul 2024.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O Jornalismo especializado e a mediação de um ethos na sociedade contemporânea. **Em Questão**, v. 13, n. 1, p. 41-56, 2007. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/1990>. Acesso em: 3 jul 2024.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado. In: **VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0648-1.pdf>. Acesso em: 3 jul 2024.

THOMPSON, John B. Fronteiras cambiantes da vida pública e privada. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 4, n. 1, p. 11-36, 2011. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v4i1p11-36. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38273>. Acesso em: 3 jul. 2024.

MATÉRIAS ANALISADAS

FERREIRA, Mauro. Ferrugem expõe 'Saudade' com Luísa Sonza em single do EP 'Interessante'. **g1**. 20 jun. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/06/20/ferrugem-expoe-saudade-com-luisa-sonza-em-single-do-ep-interessante.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

FERREIRA, Mauro. Canção de Luísa Sonza é bossa nova porque o gênero musical é também um estado de espírito. **g1**. 09 set. 2023. disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/09/09/cancao-de-luisa-sonza-e-bossa-nova-porque-o-genero-musical-e-tambem-um-estado-de-espirit-o.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

FERREIRA, Mauro. Luísa Sonza canta emoções reais ao longo de álbum que mixa samba, sertanejo, Rita Lee, R&B e bossa nova. **g1**. 30 ago. 2023. disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/08/30/luisa-sonza-canta-emocoes-reais-ao-longo-de-album-que-mixa-samba-sertanejo-rita-lee-randb-e-bossa-nova.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

FERREIRA, Mauro. Luísa Sonza é 'musa do verão' de Marshmello no quinto álbum de estúdio do DJ e produtor dos EUA. **g1**. 02 nov. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/11/02/luisa-sonza-e-musa-do-verao-de-marshmello-no-quinto-album-de-estudio-do-dj-e-produtor-dos-eua.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

FERREIRA, Mauro. Luísa Sonza faz bem ao alterar letra para preservar no repertório a melhor canção da discografia da artista. **g1**. 01 out. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/10/01/luisa-sonza-faz-bem-ao-alterar-letra-para-preservar-no-repertorio-a-melhor-cancao-da-discografia-da-artista.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

FERREIRA, Mauro. Luisa Sonza recicla parceria com Xamã em remixes gravados com Karol Conká. **g1**. 17 fev. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/02/17/luisa-sonza-recicla-parceria-com-xama-em-remixes-gravados-com-karol-conka.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2024.

FERREIRA, Mauro. RETROSPECTIVA 2023 – Luísa Sonza experimenta a bossa e a fossa com a controvertida canção 'Chico'. **g1**. 29 dez. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/12/29/retrospectiva-2023-luisa-sonza-experimenta-a-bossa-e-a-fossa-com-a-controvertida-cancao-chico.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

FERREIRA, Mauro. Luísa Sonza anuncia 'Escândalo Íntimo', álbum autoral sobre 'histórias de amor que deram errado'. **g1**. 09 ago. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/08/09/luisa-sonza-anuncia-escandalo-intimo-album-autoral-sobre-historias-de-amor-que-deram-errado.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

LOPES, Viviane. PRADO, Carol. Os segredos de 'Chico', de Luísa Sonza: o pagode que virou bossa com autor de 'Camaro Amarelo'. **g1**. 19 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2023/09/19/os-segredos-de-chico-de-luisa-sonza-o-pagode-que-virou-bossa-com-autor-de-camaro-amarelo.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

LORENTZ, Braulio. Bebe Rexha beija Luísa Sonza em bom show de pop pesado no The Town: 'Tem um ótimo gosto'. **g1**. 03 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/the-town/2023/noticia/2023/09/03/bebe-rexha-r-ecebe-luisa-sonza-no-palco-do-the-town-2023.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

LORENTZ, Braulio. Demi Lovato canta com Luísa Sonza no The Town e repete ótimo show pesado do Rock in Rio 2022. **g1**. 02 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/the-town/2023/noticia/2023/09/02/demi-lovato-no-the-town-2023.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

NEVES, Marília. Dez músicas confessionais de Luísa Sonza além de 'Chico'. **g1**. 23 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/09/23/dez-musicas-confessionais-de-luisa-sonza-alem-de-chico.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

NEVES, Marília. Luísa Sonza, Katy Perry, Drake e mais artistas que já fizeram feats musicais com seus parceiros. **g1**. 10 jun. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/06/10/luisa-sonza-katy-perry-drake-e-mais-artistas-que-ja-fizeram-feats-musicais-com-seus-parceiros.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

PRADO, Carol. Luísa Sonza estreia fase mais recatada no The Town, com ode à monogamia e homenagem a Marília Mendonça. **g1**. 03 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/the-town/2023/noticia/2023/09/03/luisa-sonza-e-estreia-fase-mais-recatada-no-the-town-com-ode-a-monogamia-e-homenagem-a-marilia-mendonca.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Luísa Sonza e Chico Moedas: como desabafos públicos de celebridades podem ser um bom negócio. **g1**. 22 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/09/22/luisa-sonza-e-chico-moedas-como-desabafos-publicos-de-celebridades-podem-ser-um-bom-negocio.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Após término com Luísa Sonza, Chico Moedas deleta conta no Instagram. **g1**. 20 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/09/20/apos-termino-com-luisa-sonza-chico-moedas-deleta-conta-no-instagram.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Chico Moedas pede desculpas e agradece mensagens após término com Luísa Sonza. **g1**. 29 dez. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/12/11/chico-moedas-pede-desculpas-e-ag>

radece-mensagens-apos-termino-com-luisa-sonza.ghtml. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Como Luísa Sonza virou o centro das atenções do primeiro fim de semana do The Town 2023. **g1**. 04 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/the-town/2023/noticia/2023/09/04/como-luisa-sonza-virou-o-centro-das-atencoes-do-primeiro-fim-de-semana-do-the-town-2023.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Leia texto completo de Luísa Sonza sobre término com Chico Moedas. **g1**. 20 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/09/20/leia-texto-completo-de-luisa-sonza-sobre-termino-com-chico-moedas.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Luísa Sonza altera letra de 'Chico' em show: 'É só um nome'. **g1**. 30 set. 2023 Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/09/30/luisa-sonza-altera-letra-de-chico-apos-fim-de-relacionamento-e-so-um-nome.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem autor. Luísa Sonza anuncia participação de Demi Lovato em novo álbum. **g1**. 29.ago. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/the-town/2023/noticia/2023/08/29/luisa-sonza-anuncia-participacao-de-demi-lovato-em-novo-album.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Luísa Sonza termina com Chico Moedas e se emociona ao ler texto no 'Mais Você'. **g1**. 20 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2023/09/20/luisa-sonza-termina-com-chico-moedas-e-se-emociona-ao-ler-texto-no-mais-voce.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem Autor. Mensagem atribuída a Chico Moedas sobre Luísa Sonza era de perfil fake do influenciador. **g1**. 22 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2023/09/22/chico-moedas-fala-sobre-luisa-sonza-sobre-as-acusacoes-de-infidelidade-peco-respeito.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem autor. Post Malone, Demi Lovato com Luísa Sonza e pulseirinhas são os destaques do 1º dia de The Town. **g1**. 03 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/the-town/2023/noticia/2023/09/03/post-malone-demi-lovato-com-luisa-sonza-e-pulseirinhas-sao-os-destaques-do-1o-dia-de-the-town.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Sem autor. The Town anuncia Luísa Sonza, Maria Rita e Orochi. **g1**. 09 mar.2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2023/03/09/the-town-anuncia-luisa-sonza-maria-rita-e-orochi.ghtml>. Acesso em: 26 de jun de 2024.

Link para visualização: <https://bit.ly/tccplanilha>

Nº	Data	Link	Título	Tipo	Assunto	Luísa é o foco?	V. pública é citada?	V. privada é citada?	O trabalho é o foco?
1	17/02/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza recida parceria com o The Town	Matéria	Feat musical (remix)	Não	Sim	Não	Sim
2	09/03/2023	https://l11.globo.com/	The Town anuncia Luísa Sonza virou o ce	Matéria	Line Up de Festival	Sim	Sim	Não	Sim
3	04/06/2023	https://l11.globo.com/	Como Luísa Sonza virou o ce	Matéria	Performance em show	Sim	Sim	Não	Sim
4	10/06/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza, Katy Perry, Dral	Matéria	Relacionamento e carreira	Não	Não	Cita um pouco	Não
5	20/06/2023	https://l11.globo.com/	Ferrugem expõe "Saúde" c	Matéria	Feat musical	Não	Não	Não	Não
6	09/08/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza anuncia "Escând	Matéria	Novo álbum "Escândalo Íntimo"	Sim	Sim	Não	Sim
7	29/08/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza anuncia participa	Matéria	Feat musical	Sim	Sim	Não	Sim
8	30/08/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza canta emoções i	Resenha/ Opinião	Novo álbum "Escândalo Íntimo" + música	Sim	Sim	Não	Sim
9	02/09/2023	https://l11.globo.com/	Demi Lovato canta com Luísa	Matéria	Feat musical + Performance em show	Não	Sim	Não	Sim
10	03/09/2023	https://l11.globo.com/	Bebe Rexha beija Luísa Sonz	Matéria	Feat musical + Performance em show	Não	Sim	Não	Sim
11	03/09/2023	https://l11.globo.com/	Post Malone, Demi Lovato co	Matéria	Feat musical + Performance em show	Não	Não	Não	Não
12	03/09/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza estreia fase mal	Resenha	Performance em show	Sim	Sim	Não	Sim
13	09/09/2023	https://l11.globo.com/	Canção de Luísa Sonza é bo	Opinião	Trabalho com a Música	Sim	Sim	Não	Sim
14	19/09/2023	https://l11.globo.com/	Os segredos de 'Chico', de Lu	Reportagem	Trabalho com a Música	Não	Sim	Cita um pouco	Sim
15	20/09/2023	https://l11.globo.com/	Leila texto completo de Luísa	Matéria	Relacionamento	Sim	Não	Sim	Não
16	20/09/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza termina com Chi	Matéria	Relacionamento	Sim	Não	Sim	Não
17	20/09/2023	https://l11.globo.com/	Após término com Luísa Son	Matéria	Relacionamento	Sim	Não	Sim	Não
18	22/09/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza e Chico Moedas	Matéria	Relacionamento e carreira	Sim	Não	Sim	Não
19	22/09/2023	https://l11.globo.com/	Mensagem atribuída a Chico	Matéria	Relacionamento	Sim	Não	Sim	Não
20	23/09/2023	https://l11.globo.com/	Dez músicas confessionais di	Matéria	Música	Sim	Sim	Sim	Sim
21	30/09/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza altera letra de 'C	Matéria	Música + relacionamento	Sim	Sim	Sim	Sim
22	01/10/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza faz bem ao alter	Opinião	Música + relacionamento	Sim	Sim	Sim	Sim
23	02/11/2023	https://l11.globo.com/	Luísa Sonza é "musa do verã	Matéria	Feat musical	Sim	Sim	Cita um pouco	Sim
24	11/12/2023	https://l11.globo.com/	Chico Moedas pede desculpa	Matéria	Relacionamento	Sim	Não	Sim	Não
25	29/12/2023	https://l11.globo.com/	RETROSPECTIVA 2023 – Lu	Análise	Música	Sim	Sim	Sim	Sim



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br