

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO – BACHARELADO**

LUCAS FERMIANO

**JORNALISMO, FLUXOS E DISTORÇÕES:
REFLEXOS DA INFORMAÇÃO NA IMAGEM DE ARTISTAS**

**CAXIAS DO SUL
2024**

LUCAS FERMIANO

**JORNALISMO, FLUXOS E DISTORÇÕES:
REFLEXOS DA INFORMAÇÃO NA IMAGEM DE ARTISTAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof^a Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista.

CAXIAS DO SUL

2024

LUCAS FERMIANO

**JORNALISMO, FLUXOS E DISTORÇÕES:
REFLEXOS DA INFORMAÇÃO NA IMAGEM DE ARTISTAS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo
na Universidade de Caxias do Sul.
Orientadora: Profª Dra. Maria Luiza Cardinale
Baptista.

Aprovado em 05/07/2024_____

Banca Examinadora

Profª Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Jacob Raul Hoffmann
Universidade de Caxias do Sul

Me. Rudinei Picinini
Universidade de Caxias do Sul

*O sonho é grande, e mesmo que pareça distante, minha
força é o que me garante. Minha história ainda vai ser
espelho.*

Mc Neguinho do Kaxeta

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mecanismo da rede social Twitter (atual X) alerta usuário que tenta compartilhar um conteúdo sem realizar a leitura do mesmo.....	20
Figura 2 - Modelos de rede de Baran. Da esquerda para a direita: rede centralizada, rede descentralizada e rede distribuída.....	33
Figura 3 – CNN repercute movimento de opinião pública expresso na <i>web</i> em torno da cantora Luísa Sonza	36
Figura 4 – Resposta de usuário da rede social “X” a texto de retratação publicado por Luísa Sonza após caso de racismo.....	38
Figura 5 - Manchete do portal “O Globo” recorda “massacre” a Luísa por suposta traição	42
Figura 6 - “Edit do Chico Moedas Aquariano Nato” é tema de página na rede social X, dedicada a replicar o vídeo diariamente.....	43
Figura 7 - Exemplo de comentário “positivo”, com apoio a Luísa Sonza em publicação alusiva a caso de racismo	44
Figura 8 - Exemplo de comentário “neutro”, expressando descrença sobre a seriedade do caso	44
Figura 9 - Exemplo de comentário “negativo”, na forma de humor depreciativo	45
Figura 10 - Linha do tempo	46
Figura 11 - Publicação de Luísa Sonza anuncia videoclipe de “Bomba Relógio”	47
Figura 12 - Luísa Sonza nega acusações de racismo via rede social	49
Figura 13 - Texto de retratação sobre caso de racismo publicado por Luísa Sonza.	53
Figura 14 - Luísa Sonza anuncia lançamento de “Campo de Morango”	58
Figura 15 - Respostas ao formulário - 1	63
Figura 16 - Respostas ao formulário - 2	64
Figura 17 - Captura de tela do videoclipe “Campo de Morango”	65
Figura 18 - Respostas ao formulário - 3	66
Figura 19 - Respostas ao formulário - 4	68

Figura 20 - Respostas ao formulário - 5	70
Figura 21 - Respostas ao formulário - 6	72
Figura 22 - Respostas ao formulário - 7	73
Figura 23 - Respostas ao formulário - 8	75

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 03/09/2019 ... 49
- Gráfico 2 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 17/09/2020 ... 52
- Gráfico 3 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 05/10/2022 ... 57
- Gráfico 4 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 15/08/2023 ... 61

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Amostra de comentários em publicação de Luísa Sonza anunciando videoclipe de “Bomba Relógio”	47
Quadro 2 - Amostra de comentários em publicação de Luísa Sonza negando acusações de racismo	50
Quadro 3 - Amostra de comentários em texto de retratação sobre caso de racismo publicado por Luísa Sonza.....	54
Quadro 4 - Amostra de comentários em publicação de Luísa Sonza anunciando o lançamento de “Campo de Morango”	59

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 ASPECTOS METODOLÓGICOS	14
3 JORNALISMO, FLUXOS E DISTORÇÕES DA INFORMAÇÃO.....	17
3.1 JORNALISMO: PASSADO E PRESENTE, COEXISTENTES	18
3.2 INFORMAÇÃO: FLUXOS E DISTORÇÕES	24
4 A IMAGEM DE ARTISTAS	30
4.1 AS REDES SOCIAIS NA INTERNET	31
4.2 A OPINIÃO PÚBLICA E SUAS CARACTERÍSTICAS	34
4.3 O QUE É, AFINAL, IMAGEM?	37
4.4 A CULTURA DO CANCELAMENTO	39
5 POLÊMICAS, CARREIRA E IMAGEM DE LUÍSA SONZA	41
5.1 FATOS E REPERCUSSÕES	45
5.1.1 Cenário de tranquilidade	47
5.1.2 Caso de racismo vem à tona	49
5.1.3 <i>Mea culpa</i>	53
5.1.4 Após a tempestade, os estragos.....	57
5.2 FORA DA “BOLHA” VIRTUAL, QUEM É LUÍSA SONZA?.....	61
5.2.1 Homem, 16 anos, Ensino Médio em andamento	63
5.2.2 Mulher, 16 anos, Ensino Médio em andamento	64
5.2.3 Homem, 23 anos, Ensino Superior em andamento.....	66
5.2.4 Mulher, 22 anos, Ensino Superior em andamento	68
5.2.5 Mulher, 39 anos, Ensino Superior completo	70
5.2.6 Homem, 41 anos, Ensino Superior completo	72
5.2.7 Mulher, 56 anos, Ensino Superior completo	73

5.2.8 Homem, 66 anos, Ensino Médio completo	75
5.3 DISCUSSÃO	76
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	79

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso é sobre fluxos e distorções da informação jornalística, considerando os reflexos desses na imagem de artistas. Nesse sentido, o referencial teórico engloba temáticas como a história do Jornalismo no Brasil, conceitos relacionados à comunicação, redes, opinião pública e imagem. A metodologia utilizada segue orientação de pesquisa qualitativa complexa, utilizando-se das estratégias operacionais Cartografia dos Saberes e Matrizes Rizomáticas, propostas por Baptista (Baptista; Eme, 2023). Foram realizadas coletas de informações em portais de notícias *on-line* e redes sociais, com enfoque do estudo voltado à artista Luísa Sonza. Foi também aplicado questionário a um grupo de voluntários direcionado à análise de opinião sobre a artista em questão. Como principais resultados, podem ser mencionados: a comprovação do efeito *swarming* nas redes sociais, o qual sugere a viralização de determinadas correntes de ideias, bem como a diferença de características de opiniões emitidas em diferentes lócus, o que indica que a construção imagética e a opinião expressa sobre uma determinada temática podem variar de acordo com o ambiente em que estão contextualizadas. No caso específico analisado, verificou-se o enxameamento de comentários negativos e ataques direcionados a Luísa Sonza nas redes sociais, relacionados à ocorrência de episódios polêmicos protagonizados pela artista. O movimento crescente observado em tal categoria de comentários apontou desgaste da imagem da artista em um contexto específico. Tal tendência, entretanto, não se replicou na coleta individualizada de opiniões: em síntese, o conceito dos entrevistados acerca da cantora variou entre “positivo” e “neutro”. Mesmo com a ocorrência de algumas ressalvas negativas, essas não contiveram a mesma tônica agressiva das redes sociais.

Palavras-chave: Jornalismo; fluxos e distorções; internet; imagem; artistas.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho é sobre fluxos e distorções da informação jornalística, em um olhar voltado aos seus reflexos na imagem de um artista. Foram observados os fluxos da informação, desde a apuração aos processos de formação de opinião e de construção de representações imagéticas por parte de diferentes sujeitos. A proposta envolveu, também, o mapeamento e a análise da repercussão de *cases* sensíveis relacionados a artistas amplamente publicizados pelas mídias - no caso específico estudado, a artista Luísa Sonza. Foram observados fenômenos de distorções da informação em diferentes ambientes, averiguando os reflexos desses na construção de estereótipos acerca da artista.

Em meados de 2020, com o advento da pandemia de Covid-19, a intensificação no uso das redes sociais amplificou, no ambiente digital, o debate público de assuntos em voga na mídia. Com isto, processos como a formação de imagem e de opinião pública passaram por transformações, tornando-se cada vez mais acelerados e vorazes. Fenômenos de julgamento hoje bastante comuns, como o “cancelamento”, apontam que a sociedade tem normalizado e aceito cada vez mais o papel de justiceiro que alguns usuários da *internet* têm assumido. Em algum momento da história recente, tornou-se natural que, a despeito de leis, de direitos de resposta e da apuração minuciosa dos fatos, grupos de pessoas estabeleçam julgamentos e determinem sentenças ante aos supostos erros de seu semelhante, sem que seja previamente exigida qualquer qualificação para tal.

Paralelamente, em meio à pandemia, o período de pausa nas atividades, até então rotineiras, permitiu que me aventurasse mais a fundo em um universo pelo qual sempre fui fascinado: o da música. Praticante recreacional de violão, desde a infância, e de canto, a partir da adolescência, pude aproveitar o tempo livre proporcionado pela quarentena para explorar a área das composições. Foi dado ali o primeiro passo de minha carreira na música autoral, campo que posteriormente viria a eleger como minha profissão dos sonhos.

Uma carreira iniciada do zero, por conta própria, é construída por meio de tentativas e erros. Pesquisar e estudar sobre a área em que se está inserindo certamente é útil, mas é improvável – senão impossível – que se consiga prevenir tropeços apenas por meio do embasamento teórico. A experiência em campo ainda é

a melhor professora nesta jornada, indicando caminhos a se evitar e direcionando a um caminho correto, por eliminação.

Neste contexto, um dos aspectos que mais demandam atenção, desde os primeiros passos da trajetória como profissional da música, é a consolidação da imagem – à qual aspectos pessoais e profissionais hoje andam em paralelo em termos de importância. Inicialmente, quando ainda se está no anonimato, busca-se obter reconhecimento, por meio de ferramentas e técnicas publicitárias, trabalhando de modo a realçar os próprios aspectos positivos, como forma de gerar identificação e admiração junto ao público. A fama, quando alcançada, oferece, por sua vez, um desafio ainda maior: o de manter a lisura da reputação de uma personagem previamente desenvolvida sob olhares constantes, prontos para apontar quaisquer deslizes.

Já em processo de construção de meu próprio projeto artístico, a aproximação mais intensa com o meio musical despertou minha atenção para os diversos casos de artistas consolidados que, a partir de determinados comportamentos e sua respectiva repercussão pública, punham a perder – ou ao menos arranhar – a própria reputação construída durante anos. A partir desta observação de fatos, deu-se a escolha da temática do presente trabalho, que visa melhor compreender todo o processo, envolvendo a informação que pode vir a acarretar em episódios de impacto à imagem do artista.

Esta pesquisa pode trazer benefícios a músicos, artistas e quaisquer pessoas cuja atividade profissional esteja vinculada à publicização da imagem pessoal. Promover a elucidação de como ocorre o processo comunicacional, levando em consideração suas variáveis, tende a fornecer ferramentas para que tais profissionais possam evitar percalços na gestão da própria imagem e, por consequência, da própria carreira.

A área da Comunicação Social, em especial o Jornalismo, pode também se valer deste estudo, uma vez que seus profissionais podem aprofundar conhecimentos não suficientemente abordados no ambiente acadêmico, até o momento. O conteúdo deste trabalho, aos profissionais da Comunicação Social, serve para promover a

reflexão acerca de determinadas condutas no âmbito do trabalho, contribuindo para o exercício mais ético e responsável da profissão.

Inicialmente, serão apresentados aspectos históricos do jornalismo, traçando um paralelo entre passado e presente, com apoio de autores como Pena (2005), Lévy e Irineu (2004) e Barbosa (2007). A compreensão de fluxos e distorções da informação recapitula fundamentos do processo comunicacional, apresentando modelos de Jakobson (2010). Retoma-se a obra “As Tecnologias da Inteligência”, de Lévy e Irineu (2004), para conceituar e discorrer sobre hipertexto, além de textos como “A Sociedade do Espetáculo”, de Guy Debord (1967), “Contribuições para o conceito de opinião pública”, de Figueiredo e Cervellini (1995), e “Introdução à Análise da Imagem”, de Joly (2008), de modo a cumprir com os objetivos da pesquisa de discutir jornalismo, fluxos e distorções da informação e caracterizar a construção da imagem de artistas.

Para a análise dos reflexos da informação na imagem de artistas, relacionando cobertura midiática e repercussão de fatos específicos nas redes sociais, aplica-se o embasamento teórico aqui construído à interpretação das aproximações de campo realizadas. Foi feita pesquisa *on-line* de conteúdo jornalístico e de amostras de discurso nas redes sociais da artista Luisa Sonza. Foi realizada também a aplicação de um questionário a um grupo selecionado de pessoas, de diversas faixas etárias, para uma análise individualizada de posicionamentos e comportamento.

O próximo capítulo irá abordar os aspectos metodológicos empregados no desenvolvimento desta pesquisa. Serão apresentadas as estratégias operacionais utilizadas no trabalho, bem como serão detalhadas as etapas transcorridas para o cumprimento dos objetivos propostos.

2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho foi desenvolvido na forma de pesquisa qualitativa complexa, utilizando-se de duas estratégias operacionais: Cartografia dos Saberes e Matrizes Rizomáticas (Baptista; Eme, 2022). A seguir, serão detalhadas as etapas realizadas do processo.

A Cartografia dos Saberes é uma orientação estratégica para a pesquisa composta por cinco trilhas: Trilha Trama dos “Entrelaços Nós” da Pesquisa, que identifica os pontos focais a serem esmiuçados no estudo; Trilha dos Saberes Pessoais, a qual corresponde à dimensão subjetiva do pesquisador - suas vivências, saberes e inquietações; Trilha Trama Teórico-Conceitual-Bibliográfica, onde há o encontro com os saberes de outras fontes; Trilha Usina de Produção, que contempla as ações investigativas em aproximações e outros fazeres; e a Trilha Dimensão Intuitiva da Pesquisa, onde se reconhece que a pesquisa é um universo vivo e transmutante e que o conhecimento se produz pelo entrelaçamento de universos potentes (Baptista; Eme, 2022).

Como entrelaços-nós, foram definidos: Jornalismo, mídia e redes sociais; fluxos e distorções da informação e imagem de artistas. A partir desses entrelaços, buscou-se, primeiro, resgatar e compreender os motivos que levaram à escolha desta temática para estudo. Foram levantados os conhecimentos prévios do autor sobre a temática, os quais são posteriormente complementados por meio de revisão bibliográfica. Nesta etapa, vivências do autor, tanto no campo da Comunicação quanto no da Música, auxiliaram a direcionar a pesquisa e a guiar a busca por bibliografia e materiais de apoio específicos para a temática em questão.

A revisão bibliográfica ocorreu com objetivo de elucidar conceitos elementares da Comunicação Social, tais como hipertexto, rede, fluxos da informação, opinião pública e imagem. A informação absorvida neste passo se fez útil em todas as etapas do trabalho, auxiliando na fundamentação e comprovação de pressupostos e ideias do autor, contribuindo para o desenvolvimento da pesquisa como um todo.

Nesses passos, as Matrizes Rizomáticas de Baptista e Eme (2022) foram aplicadas como estratégia de sistematização de processos e etapas, auxiliando no desenvolvimento coerente da pesquisa. A estratégia metodológica consiste na

utilização de quatro matrizes: a primeira - Tramas e Rizomas - cumpre o papel de verificação da coerência da pesquisa; a segunda - Detalhamento do Rizoma - traça a relação entre “entrelaços nós”, objetivos, capítulos e subcapítulos; a terceira - Composição Trama-Teórico-Conceitual da Pesquisa - aglutina autores e correntes de pensamento relacionadas aos “entrelaços nós” e aos objetivos da pesquisa; a quarta matriz, por fim - Coerência Operacional e Dinâmica da Pesquisa -, é dedicada à operacionalização da pesquisa em seus procedimentos.

A primeira matriz da pesquisa - Tramas e Rizomas - definiu o foco do estudo como fluxos e distorções da informação jornalística, considerando seus reflexos na imagem de artistas. Definiu-se o objetivo geral de analisar os reflexos dos fluxos e distorções da informação jornalística na imagem pessoal de artistas, e os objetivos específicos: discutir o conceito de Jornalismo, fluxos e distorções da informação; caracterizar a construção da imagem de artistas; por fim, analisar os reflexos da informação na imagem de artistas, comparando cobertura midiática e repercussão nas redes sociais de casos específicos. A partir disso, iniciou-se a estruturação de capítulos do trabalho.

A matriz de número 2 - Detalhamento do Rizoma -, a partir dos objetivos geral e específicos, definiu os “entrelaços nós” da pesquisa. São eles: Jornalismo, mídia e redes sociais; fluxos e distorções da informação; imagem de artistas. Tal organização direcionou o desmembramento detalhado de capítulos, subcapítulos e itens da pesquisa.

Na terceira matriz - Composição Trama-Teórico-Conceitual da Pesquisa -, houve a seleção de autores e obras correspondentes às temáticas abrangidas pelos “entrelaços nós” da pesquisa. Entre os principais eixos temáticos elencados para busca, pode-se citar: história do Jornalismo no Brasil; Comunicação Social, seus mecanismos e tecnologias; mídia, redes sociais e *internet*; opinião pública e imagem. Autores como Felipe Pena, Marialva Barbosa, Pierre Lévy, Guy Debord e Raquel Recuero compõem o referencial teórico da pesquisa.

Por fim, a matriz de Coerência Operacional e Dinâmica da Pesquisa direcionou a dinâmica de trabalho, definindo a pesquisa bibliográfica como a estratégia de ação visando o cumprimento dos objetivos de discutir o conceito de jornalismo, fluxos e

distorções da informação e caracterizar a construção da imagem de artistas. Para o objetivo de analisar reflexos da informação na imagem pessoal de artistas, comparando cobertura midiática e repercussão nas redes sociais de casos específicos, tendo por “universo” de pesquisa a artista Luísa Sonza, duas frentes de ação foram definidas. A primeira concentrou-se no ambiente digital – portais *on-line* de mídia e redes sociais -, com a coleta de dados de *cases* midiáticos sensíveis relacionados a artistas, no intuito de elucidar o contexto e linha do tempo dos fatos. Ainda nesta etapa, foram colhidas, nas redes sociais, amostras de repercussão das informações supracitadas, na forma de comentários, com base na lógica temporal previamente analisada de divulgação de acontecimentos na mídia.

Em seguida, no intuito de obter mais subsídios para análise - nesta etapa, agregando-se o fator pessoalidade da interação direta -, foi aplicado um questionário a um grupo de oito pessoas, dividido igualmente entre homens e mulheres de idades e graus de escolaridade diversos. Em complemento às observações realizadas em ambiente digital, esta aproximação ocorreu com objetivo de analisar o reflexo da informação sobre a imagem pessoal de artistas de forma tangível e alheia à “bolha” das redes sociais.

3 JORNALISMO, FLUXOS E DISTORÇÕES DA INFORMAÇÃO

Uma das maiores batalhas da humanidade, que atravessa milênios e cenários sociais, é a luta contra o desconhecido. Desde as mais remotas épocas, o homem tem o anseio pela descoberta e pelo domínio do mundo a seu redor, almejando tê-lo na palma da mão. A metáfora se aproxima cada vez mais da realidade, em um cenário de século XXI onde um *smartphone* oferece infinitas possibilidades, literalmente, na palma da mão.

É nesta inquietude humana que a prática jornalística se fundamenta. O Jornalismo tem como máximas a serem alcançadas a ubiquidade e a onisciência (Pena, 2005): proporcionar o estar em todos os lugares ao mesmo tempo e o saber de todas as coisas. Poderes que outrora poderiam ser concebidos unicamente como fantasia tornam-se cada vez mais próximos do homem com o avanço da tecnologia. Ao menos, se não atingimos esses propósitos, na sua totalidade, com o auxílio da tecnologia é possível um grande movimento de ampliação.

A sensação de onipresença, no entanto, apesar de parecer verdadeira, é ilusória. Isto porque o ser humano é capaz de criar inúmeras soluções inovativas, mas ainda esbarra nas limitações impostas pelo próprio corpo físico. Para estar “presente” por toda a parte, o homem invariavelmente depende do outro. A informação que a mim chega é apurada, processada e disseminada por um terceiro. Surgem, então, os questionamentos preliminares: “Qual é a visão de mundo deste terceiro? Qual é seu universo hipertextual? A informação que chega a mim é objetiva e isenta? A objetividade no Jornalismo existe de fato?”

Objetividade, imparcialidade e isenção são mantras amplamente disseminados no Jornalismo, mas que devem sempre ser relativizados. Cada pessoa produz a partir de um contexto uma série de associações, originário do seu universo particular de significações (Lévy; Irineu, 2004). Este fator é inevitável e faz com que o conteúdo produzido carregue um determinado grau de pessoalidade do autor. O desafio do jornalista é, portanto, minimizar sua própria subjetividade, em prol da integridade dos fatos, garantindo a expressão da pluralidade de visões.

3.1 JORNALISMO: PASSADO E PRESENTE, COEXISTENTES

O resgate de aspectos históricos do Jornalismo, com enfoque a partir do período de massificação das mídias, no século XX, é útil para a compreensão do atual cenário da comunicação. Apesar das diversas mudanças ao longo das décadas, proporcionadas especialmente pelo advento de novas tecnologias e pelas transformações em nível de sociedade, o Jornalismo conserva certas estruturas e modos de funcionamento que remetem a seus primórdios no Brasil. Por este motivo, o presente tópico irá, em alguns pontos, realizar quebras de cronologia para traçar paralelos entre a realidade de décadas passadas e o cenário atual do Jornalismo. Serão realizados destaques gráficos (troca de fonte) para sinalizar trechos referentes à contemporaneidade, quando inseridos em meio à contextualização do passado.

A transição entre os séculos XIX e XX foi marcada por uma das diversas revoluções tecnológicas no campo da imprensa brasileira. À época, emergiram aparatos como o telégrafo, o cinematógrafo, o gramofone e o fonógrafo, tornando o país “mais compactado, mais próximo e publicizado” (Barbosa, 2007, p.21). As novas ferramentas passaram a ser utilizadas nos periódicos em circulação no país, promovendo transformações na esfera comunicacional e na sociedade como um todo. Para a população, novos paradigmas e formas de percepção do mundo eram estabelecidos, à medida que novas tecnologias surgiam, permitindo experiências sensoriais jamais imaginadas antes. Para a imprensa, novos artefatos tecnológicos permitiam a produção cada vez mais acelerada de produtos jornalísticos. A replicação de cópias em larga escala, de forma veloz e com qualidade, foi fator determinante para a consolidação de um periódico junto ao público, conferindo-lhe abrangência e poder político (Barbosa, 2007).

A mesma lógica ainda vigora nos tempos atuais, adaptando-se o olhar às novas ferramentas e tecnologias: replicação em larga escala significa abrangência e poder. O meio impresso, por sua vez, dá lugar às plataformas multimidiáticas, onde também se encontram os veículos tradicionais em suas possibilidades de convergência. A grande tendência de vetor de poder, entretanto, encontra-se nas redes sociais e seus algoritmos, mecanismos que coexistem e disputam território, de forma cada vez mais intensa com o Jornalismo convencional.

Em meados da segunda década do século XX, surgiu um esboço de manifestação do socialmente cultuado espetáculo, discorrido por Debord (1967), bem mais tarde, em 1967. O jornalismo passou a empregar artifícios de forte apelo emocional na construção de narrativas, com enfoque nos horrores do cotidiano: nascia o sensacionalismo. O tratamento inescrupuloso da informação, em manchetes e conteúdos explícitos de violência, atraía a atenção de uma sociedade alimentada por representações da realidade que, de alguma forma, carregassem grandiosidade (Debord, 1967), mesmo que isto significasse o consumo de materiais eticamente questionáveis, que flertavam com o sadismo.

No atual cenário comunicacional, o sensacionalismo, na forma explícita e visceral, tem menor incidência em comparação ao século passado, por conta da evolução na regulamentação ética e deontológica do jornalismo; todavia, há hoje a incidência de uma vertente desinformativa derivada do sensacionalismo, a qual tem, em seu *modus operandi*, características do mesmo fenômeno. Veículos de comunicação e produtores independentes de conteúdo, atentos à forma de exibição de notícias no *feed* das principais redes sociais - como *Instagram*, *Facebook* e *X*, as quais privilegiam a exibição de manchetes - focam na construção de significado no pequeno fragmento de texto que será exposto ao público, sem a necessidade de um clique para exibir a matéria na íntegra.

Em aproximações realizadas durante o presente estudo, percebeu-se importante frequência no uso de manchetes chocantes e chamativas, as quais estimulam a reação rápida, ora de formação de opinião, ora de compartilhamento de um determinado conteúdo, antes mesmo da leitura completa deste. Em um ecossistema como o das redes sociais, correspondente ao terceiro nível de interatividade proposto por Lévy (2010) - diálogo entre vários participantes -, a pulverização da informação ocorre de forma acelerada e com considerável alcance, de forma que eventuais ruídos ou distorções de sentido podem ser rapidamente replicados, travestidos de informação verídica. A problemática da situação é comprovada por medidas como a da figura 1, tomadas ao longo do

tempo pelas próprias redes sociais, visando coibir, ao menos, o compartilhamento de conteúdo sem leitura prévia.

Figura 1 - Mecanismo da rede social Twitter (atual X) alerta usuário que tenta compartilhar um conteúdo sem realizar a leitura do mesmo



Fonte: Olhar Digital

Ao final dos anos 1920, conforme Barbosa (2007), os jornais ainda eram extremamente dependentes financeiramente do governo federal. Já ocorria no Brasil, entretanto, a formação dos primeiros conglomerados de imprensa. Neste recorte histórico, um nome tivera papel de destaque: Assis Chateaubriand. O homem que estaria à frente de um verdadeiro império de comunicação no Brasil iniciou sua trajetória de poder com a compra d' *O Jornal*, da cidade do Rio de Janeiro, em 1924. No veículo, promoveu uma série de mudanças editoriais, tornando o produto diferenciado no mercado à época. Em menos de um ano à frente do jornal, o diretor duplicou o faturamento com publicidade, o que representava um pontapé inicial para que a comunicação operasse desvincilhada de recursos públicos.

O jogo político envolvendo a imprensa, tema em voga no Brasil, especialmente na última década, apresentava características peculiares em meados da década de 1930. Em um sistema democrático liberal, idealmente atribui-se ao jornalismo o papel de fiscalização do governo vigente e de espaço público de debates entre diferentes correntes de pensamento e ideologias, a partir de problemas sociais comuns e informações factuais (Miguel, 2019). O advento de regimes governamentais autoritários adeptos da utilização de meios repressivos, como a censura, no entanto,

obrigava a imprensa a adotar práticas de sobrevivência. Chateaubriand, respondendo pela editoria d' *O Jornal*, realizava movimentos de alternância de posicionamentos, ora pró-governo, ora oposição.

Atualmente, o temor por uma eventual censura não mais justifica o condicionamento da linha editorial de um veículo de comunicação. A expressão de certos posicionamentos - especialmente políticos - de forma explícita pelos meios midiáticos, todavia, ainda é um tabu, sob o véu do amplamente difundido mantra da isenção que pauta a atividade jornalística. É preciso entender, porém, que as escolhas e direcionamentos editoriais existem, e que, de acordo com a teoria *agenda setting* (McCombs; Shaw, 1972), os veículos de comunicação têm o poder de influenciar, junto ao público, na seleção de quais são os assuntos de relevância do momento. É necessário destacar que, atualmente, a lógica é complexa, e os direcionamentos não ocorrem de forma tão pragmática. De toda forma, é válido refletir sobre quais seriam os motivos das diferentes escolhas de pautas, em diferentes veículos de comunicação. Pelo fato de os posicionamentos, muitas vezes, ocorrerem, porém de forma velada, sob o véu na isenção, apontamentos neste sentido permanecem no campo da suposição.

A história, por sua vez, direciona a hipótese de que a mídia tome partido ou para obter benefícios, ou para obter proteção de eventuais ameaças daqueles que ocupam o poder.

O período do Estado Novo, inaugurado no Brasil na década de 1930, foi marcado pelo total cerceamento da liberdade de imprensa, em meio ao regime ditatorial de Getúlio Vargas. À época, a comunicação iniciava a atuar a partir de uma perspectiva de público como massa, utilizando ferramentas mais modernas já disponíveis como o rádio. A massificação alinhava-se ao projeto de nação onde propunha-se o estabelecimento de um ideal de viés político e intelectual atrelado às figuras que ocupavam o poder, estando estas representadas em posição superior ao restante da população. Barbosa (2007) ressalta ainda que nem toda a grande imprensa no período sofria impactos negativos com a ação política ditatorial de Vargas. Mais uma vez, na história, observam-se exemplos da relação de mutualismo

entre mídia e governo, o que corrobora com hipóteses de que isto siga ocorrendo no mundo contemporâneo.

O conceito de massa, no período, pode ser relacionado à base ideológica da Era Vargas, momento em que ideias e valores conservadores e autoritários tiveram movimento de ascensão. Ao Estado era atribuído o sentido de unidade, a qual prevalecia sobre a individualidade de cada sujeito. Desta forma, o Estado - ou Nação - não deveria ser compreendido como a soma de seus indivíduos membros; os indivíduos é que deveriam entender-se parte de uma totalidade mais ampla (Barbosa, 2007). Em meio a uma ideologia de dissolução da individualidade, identifica-se o flerte com elementos do totalitarismo. Por governo de direito, entende-se uma instituição que preze pelo direito do cidadão, de modo a coibir o poder de coação no Estado. Regimes totalitários adotam a lógica contrária (Neumann, 1969 apud Chasin, 2013). Nesta lógica, é válido destacar, entretanto, que a sociedade política depende da sociedade civil e de suas instituições para a disseminação de seus ideais e significações. A homogeneização do pensamento das massas é, portanto, um artifício facilitador da proliferação de correntes de pensamento convenientes àqueles que detêm o poder.

O advento da televisão, em meados da década de 1950, estabeleceu um novo marco na comunicação em massa. Apesar do início de trajetória ainda elitizado, restrito a poucos lares e de prática marcada pela improvisação e falta de recursos, o veículo despontaria como principal plataforma comunicacional massiva nas décadas seguintes. Um dos principais fatores para o crescimento rápido e eficiente da televisão foi a política de desenvolvimento nacional adotada pós-golpe de 1964, onde instituiu-se o regime militar no Brasil (Mattos, 2002). O país passou por um momento centrado na industrialização de forma acelerada, unindo forças de empresas estatais, empresas da iniciativa privada nacionais e corporações multinacionais. A otimização dos veículos de comunicação era especialmente interessante ao regime, pois a mídia viria a servir de canal de difusão ideológica do poder vigente - a exemplo do que ocorrera anteriormente em outros períodos de governo autoritário.

Entre as décadas de 1960 e 1980, o número de televisores comercializados no Brasil cresceu consideravelmente, subsidiado por políticas governamentais de crédito que permitiam a compra do aparelho de forma parcelada. O aumento no número de

espectadores, à medida que ocorria, possibilitava ao veículo uma progressiva conversão em meio publicitário. Indústrias e outras empresas utilizaram o meio para anúncio de seus produtos; entretanto, o projeto de poder por meio da comunicação de massa traçado pelo governo federal era de fato o maior beneficiado com as transmissões televisivas. Além do controle legal sobre os meios de comunicação, o Estado no período aumentava progressivamente sua participação na economia, investindo diretamente em empresas, o que proporcionava ainda mais condições para influenciar a comunicação por meio da pressão econômica (Mattos, 1985 apud Mattos, 2002).

O atual último marco revolucionário, em termos de tecnologia, na Comunicação Social, viria a surgir entre as décadas de 1980 e 1990: a *internet*. No Brasil, a rede esboçou seus primeiros passos em iniciativas de conexão entre bases de dados, como o Cirandão, implementado pela Embratel em meados da década de 1980 (Carvalho, 2006). A ferramenta, de forma ainda experimental, oferecia ao usuário acesso a bases de informação de instituições educacionais, financeiras, órgãos governamentais, entre outros. Apesar da disponibilidade vasta de opções para a época, a plataforma apresentou baixo número de acessos, mas não era considerada total fracasso, por conta do estágio ainda primitivo de tal nicho tecnológico. A internet, de fato, como é conhecida hoje, chegou ao Brasil apenas em meados da década de 1990 (Carvalho, 2006).

Desde então, a evolução tecnológica aplicada à rede, a qual proporciona atualmente altas velocidades de conexão a um custo cada vez mais acessível, faz com que a internet progressivamente substitua tecnologias mais antigas e, conseqüentemente, modelos de negócio a elas associados (Knight, 2014). A exemplo dos veículos impressos, a sobrevivência dos canais de comunicação tradicionais depende de maneira crucial da convergência para o meio digital, intermediado pela internet. Na rede, o conteúdo não encontra fronteiras. Texto, imagens, áudio e vídeo podem ser combinados de infinitas formas, em formatos cada vez mais nichados e assertivos junto ao público que se pretende atingir. Neste contexto, as perspectivas de futuro na comunicação apontam uma internet cada vez mais abrangente e eficiente. Tamanhos avanços em espaços de tempo cada

vez mais curtos levam a sociedade a terrenos até então desconhecidos, o que inevitavelmente demanda novas políticas de regulamentação, para garantir a utilização segura e sadia das possibilidades oferecidas pela tecnologia em sua plenitude.

A partir desta breve análise histórica, observa-se que passado, presente e futuro estão intimamente conectados no cenário comunicacional brasileiro. A realidade do século XXI, pautada pela ubiquidade, interatividade e convergência midiática, proporcionadas pela internet, carrega consigo marcas de períodos remotos. Enraizadas no *modus operandi* da comunicação no Brasil, essas marcas têm impacto significativo no processo, mesmo que de forma velada. É necessário, antes de mais nada, trazer à luz estes aspectos históricos, para que então seja possível se questionar acerca do porquê ocorrem determinados fenômenos e, então, trabalhar pela transformação de determinadas práticas no campo do Jornalismo.

3.2 INFORMAÇÃO: FLUXOS E DISTORÇÕES

Para a compreensão dos fluxos e distorções da informação, é necessário retomar conceitos fundamentais de comunicação. O processo comunicacional básico, apresentado por Jakobson (2010), tem como base o artigo “Uma teoria matemática da comunicação”, publicado pelo engenheiro elétrico Claude Shannon, em 1948. À época, Shannon buscava formas de otimizar os sistemas de telefonia existentes, evitando o ruído, ou seja, interferências que prejudicassem a perfeita transmissão e compreensão da mensagem entre dois pontos. A partir desta construção, Jakobson, citado por Guimarães (2012), propõe seu modelo comunicativo, composto por seis elementos:

- . mensagem - conjunto de informações que se deseja transmitir;
- . emissor - aquele que emite a mensagem;
- . receptor - aquele a quem a mensagem é destinada;
- . código - sistema de significação que deve ser compartilhado total ou parcialmente por emissor e receptor, de modo a permitir a comunicação;
- . canal - meio físico pelo qual emissor e receptor se comunicam;
- . referente - aquilo a que a mensagem se refere.

Atreladas aos elementos da comunicação, seis funções da linguagem, também propostas por Jakobson, buscam explicar o porquê de o ser humano se comunicar:

- . função referencial ou denotativa: informar com o máximo de objetividade possível. É amplamente utilizada a 3ª pessoa do discurso, e evitam-se palavras de forte cunho subjetivo - ênfase no referente;
- . função emotiva ou expressiva: dar vazão ao sentimento, à subjetividade do emissor - ênfase no emissor;
- . função conativa ou apelativa: atingir os sentimentos ou a razão do receptor. Visa induzir o outro a praticar uma ação - ênfase no receptor;
- . função fática: apenas abrir ou manter aberto o canal de comunicação - ênfase no canal;
- . função metalinguística: comentar ou questionar um código, fazendo uso deste próprio código - ênfase no código;
- . função poética: visa trabalhar a melhor forma de se dizer algo; a forma de dizer é tão importante quanto o próprio conteúdo - ênfase na mensagem.

É preciso destacar, todavia, que a esquematização proposta por Jakobson carrega um viés funcionalista. O paradigma funcionalista teve força especialmente durante a primeira metade do século XX, em um cenário global de industrialização no qual os vínculos comunitários passavam paulatinamente a dar lugar às relações ligadas ao trabalho, classificadas por Lopes da Costa (s.d.) como impessoais e anônimas. Tal fenômeno, segundo a autora, acarretava em um enfraquecimento das individualidades, processo que viria a germinar “sociedade de massa”. Essa, por exemplo, tem como uma das premissas o grande poder de influência imputado aos meios de comunicação. Pode-se, portanto, perceber no período e no paradigma características de padronização, categorização e carência de crítica - aspectos atribuíveis ao modelo de Jakobson que, portanto, deixa de considerar importantes nuances da complexidade do processo comunicacional.

Baptista (2000, p. 33-34), por sua vez, define a comunicação como a “interação de sujeitos, através do fluxo de informações entre eles, numa espécie de trama-teia complexa”. A dinâmica engloba elementos visíveis e invisíveis, corporais e incorporais, significantes ou não, e podendo ser mediada ou não por dispositivos

tecnológicos. A autora, em suma, descreve o processo como um encontro de universos de sujeitos, o que por si só denota complexidade.

Feita essa ressalva, o modelo de Jakobson pode ser tomado como exemplo para fins ilustrativos. Estas conceituações permitem concluir que, no processo comunicacional, a informação, supracitada como mensagem, é apenas um fragmento do todo. Ao compreender o fluxo da informação como o deslocamento da mensagem de um ator a outro - emissor/receptor -, é necessário entender que cada elemento do modelo comunicacional de Jakobson tem influência e potencial de transformar a informação original. Tal fato demanda ainda mais atenção, ao se considerar o fluxo de informações em rede, que atualmente, por meio da *internet* e recursos digitais afins disponíveis, ocorre de forma muito acelerada. Nos próximos capítulos, o conceito de rede será abordado em maior profundidade.

A partir da influência e das transformações impostas pelos demais elementos do processo comunicacional sobre a mensagem, surgem as distorções. Para a finalidade do presente trabalho, serão aprofundadas as distorções inerentes à natureza humana; portanto, aquelas que possuem alguma forma de ligação com emissores e receptores da mensagem. Registra-se, aqui, a existência dos ruídos essencialmente técnicos, como, por exemplo, interferências em uma chamada telefônica, os quais influenciam na integridade do processo de comunicação, entretanto, não apresentam relação direta com o foco de estudo deste trabalho.

“Cada um em sua escala, os atores da comunicação ou os elementos de uma mensagem constroem e remodelam universos de sentido” (Lévy, Irineu, 2004, p. 15). Os universos de sentido, citados por Lévy e Irineu, em “As Tecnologias da Inteligência” remetem a um conceito fundamental para a compreensão das distorções no fluxo da informação: o hipertexto. Os autores supracitados apontam o hipertexto como um conceito de certa forma abstrato, passível de múltiplas interpretações; todavia, para que se facilite a aplicação do mesmo no contexto da comunicação, parte-se do entendimento de que o processo de construção de significações que cada sujeito possui internamente não é linear, ocorrendo em forma de rede. O hipertexto, portanto, representa a rede de significação pessoal que cada pessoa cria internamente a partir do que experimenta ao longo da vida, sendo esta rede estimulada por exposições à informação.

Para exemplificar hipertexto, imagine-se uma situação hipotética em que duas pessoas estão reunidas em uma sala. Uma delas, na infância, passava as férias escolares na casa dos avós, onde no quintal havia uma macieira; aos finais de tarde, sua avó colhia maçãs e preparava torta de maçã - sua sobremesa predileta. A outra pessoa na sala, por sua vez, é alérgica a maçãs, e descobriu a condição também na infância quando, ao provar o fruto, apresentou inchaço na glote e precisou ser levada ao hospital às pressas com falta de ar. Uma terceira pessoa adentra a sala e profere a palavra “maçã”. O conjunto de associações e significações, por suposto diferentes entre si, que cada sujeito irá internamente desenrolar a partir da mensagem - a palavra “maçã” - representa um recorte de seu universo hipertextual

A significação é, portanto, um processo essencialmente singular e subjetivo, ainda que essa subjetividade seja também construída a partir de transversalizações parciais coletivas. Isto se deve ao fato de que cada ser humano carrega consigo uma existência única, permeada por vivências únicas, que se entrelaçam em alguns pontos, com as experiências de outras pessoas, o que direciona os fluxos de significação. Neste contexto, retomemos as bases fundamentais do processo comunicacional: a mensagem, partindo do emissor, chega ao receptor, onde é decodificada. Na fase de decodificação, o universo hipertextual do sujeito atua de forma a caracterizar a subjetividade, municiado pelas construções, associações e conceitos próprios do ator comunicacional, ainda que resultantes de acoplamentos e agenciamentos coletivos de produção de significação - a mídia é um dos equipamentos de produção de subjetividade, segundo Guattari (1992).

A compreensão do processo de construção de sentido a partir do hipertexto embasa e corrobora com a afirmação de que, no deslocamento de um agente para o outro, as mensagens e seus significados sofrem alterações (Lévy; Irineu, 2004). Ao considerar-se um mínimo diálogo viável, entre duas pessoas, este já é um aspecto problemático, pois toda interpretação equivocada ou distorcida pode implicar em sérias consequências. O atual cenário comunicacional, entretanto, amplia o problema exponencialmente.

A internet proporcionou o desaparecimento de barreiras materiais que limitavam o fluxo da informação, alterando até mesmo as noções humanas de tempo e espaço (Santaella, 2007). Desta forma, a complexidade do processo comunicacional

hoje é muito maior do que quando este ocorria apenas de forma analógica, cerceado pelas limitações dos meios físicos. Ao conceber um ambiente como o das redes sociais virtuais, onde milhões de pessoas de diferentes partes do mundo têm acesso simultâneo a uma determinada informação, entende-se que a partir dela cada sujeito realizará associações e chegará a conclusões, podendo formar e emitir opinião. Uma vez estabelecido o debate, as possibilidades de construção de sentido são infinitas. Lévy e Irineu (2004) imputam ao sentido a característica fundamental da transitoriedade. Um comentário, uma reinterpretação ou um novo desenvolvimento - possibilidades abundantes na realidade acelerada da *internet* - podem modificar o sentido que atribuímos a uma proposição em um primeiro momento. Portanto, é possível afirmar que, a partir do momento em que dissemina um conteúdo, o autor não tem condições de manter o controle sobre a significação do mesmo.

Adentrando o campo da subjetividade, apesar do fato de que cada pessoa carrega consigo um universo hipertextual singular, nas interações sociais é possível perceber certas semelhanças e afinidade de ideias entre diferentes sujeitos. Correntes de pensamento semelhantes, postas em contato pelo alinhamento entre si, são a base da ocorrência do fenômeno contemporâneo das bolhas filtradas, ou *filter bubbles*. A partir de uma análise prévia de interesses, mecanismos próprios de ferramentas de busca e de redes sociais passam a filtrar o conteúdo exibido, apresentando ao usuário da *internet* um ambiente personalizado com base em suas preferências pessoais (Santaella, 2020). Nesse cenário, forma-se um recorte de realidade viciado, pois se torna restrita a circulação de determinadas ideias, assuntos e informações importantes para o desenvolvimento do senso crítico. A repetição ininterrupta de uma visão unilateral acarreta a formação de crenças fixas, as quais, associadas a hábitos inflexíveis de pensamento, propiciam a formação de grupos cegos a tudo que está fora da bolha. Tal fenômeno mina o discurso cívico, tornando as pessoas mais suscetíveis a influências de propaganda e manipulações (Santaella, 2020). Este contexto remete a outra pauta contemporânea em voga: a pós-verdade.

Eleita a palavra do ano de 2016 pelo Dicionário Oxford, a expressão “pós-verdade” entrou em evidência em meio a dois acontecimentos específicos da época: a vitória de Donald Trump, nas eleições presidenciais dos Estados Unidos da América, e a vitória do plano *brexít*, o qual previa a saída do Reino Unido da União Europeia (Araújo, 2020). Em suma, o conceito descreve a tendência humana de tomar como

verdadeira a informação que mais se alinha com convicções pessoais. O fenômeno é explicado pela psicologia cognitiva, por meio do chamado viés de confirmação. Francis Bacon (apud “Viés de confirmação”, [s.d.]) destaca que independentemente do número de evidências contrárias encontradas, o viés de confirmação leva o homem a reforçar seu entendimento prévio sobre algo - seja pelo fato deste ser formado por crenças já aceitas, seja simplesmente por conta de a concepção formada ser agradável ao sujeito. Desta forma, o ser humano, em linhas gerais, acaba por atrair tudo à sua volta para concordar e corroborar com a opinião adotada. Ao considerar que a proposição de Bacon data de meados de 1620, observa-se que o fenômeno não é novo. As tendências homofílicas, isto é, de aceitação e formação de grupos motivados pelo compartilhamento de características em comum, são um aspecto inerente à psique humana e influenciam fenômenos sociais variáveis de acordo com a época vivida.

Ao contextualizar o atual cenário da comunicação, percebe-se mais do que nunca a fragilidade do sentido e a volatilidade da informação. Informar passa a ser extremamente desafiador, tendo em vista que, continuamente, surgem fatores dificultadores da compreensão fiel do ponto de vista do autor de um conteúdo. A sociedade tende a se tornar cada vez mais viciada na própria concepção de verdade e cerceada exclusivamente por seus pares.

4 A IMAGEM DE ARTISTAS

O culto às aparências – “dimensão superficial, exterior, ilusória da realidade, que corresponde, no âmbito da cognição humana, a todos os obstáculos que impedem a percepção plena da verdade” (“Aparência”, [s.d.]) - é um fenômeno caracterizado por Debord, em 1967, como intrínseco à “sociedade do espetáculo”. Esse conceito proposto pelo autor francês, em suma, descreve a tendência humana, na sociedade contemporânea, pela glorificação daquilo que se apresenta como grandioso, positivo, indiscutível e inacessível (Debord, 1967, p.17). Este é o ponto de partida para as reflexões desenvolvidas ao longo deste capítulo: o que é, afinal, imagem? Como o conceito se relaciona à dinâmica de fluxos nas redes e ao atual cenário de universalidade da *internet*? Qual a relação entre imagem, opinião pública e fenômenos contemporâneos de formação de opinião?

Ao desenvolver um estudo voltado à imagem de artistas, pode-se relacionar a figura deste grupo de profissionais – aqui, representados por sujeitos já amplamente reconhecidos em nível nacional, sob critérios como presença nos principais portais midiáticos do país, grandes festivais de música e métricas expressivas nas redes sociais - ao fenômeno da espetacularização. O artista é trabalhado de modo que sua imagem (o conceito de imagem será aprofundado posteriormente) enquanto celebridade consolide-se distanciada da essência humana, vulnerável e passível de falhas. Vende-se massivamente, por meio das mídias, representações de *personas* ideais, mas irreais, as quais estabelecem padrões impraticáveis e ilusórios de existência.

Para compreender o universo ao entorno de uma celebridade no atual panorama da Comunicação Social, do surgimento à manutenção de *status* e eventualmente à ruína, é imprescindível dissertar sobre *internet* e suas redes sociais. Pimentel (2005) aponta que a fama na sociedade contemporânea tem estado cada vez mais ligada a estratégias de promoção e exposição pessoal, não havendo necessariamente algum virtuosismo atrelado ao indivíduo em voga. Neste contexto, a *internet*, em seu cunho democrático de acesso e produção de conteúdo, vem a ser terreno fértil para alçadas ao *status* de celebridade – processo que, em tempos de predomínio dos veículos tradicionais de comunicação, seria muito mais restrito e improvável.

Partindo da compreensão do artista como uma figura pública, o processo de construção da imagem está diretamente ligado ao conceito de opinião pública. A definição de opinião pública é difusa, portanto, a compreensão da mesma como fruto do debate público que tem como objeto questões de domínio público (Sinderski, 2020) é pertinente para este estudo. Em tópicos posteriores, todavia, o conceito será abordado em maior profundidade.

4.1 AS REDES SOCIAIS NA INTERNET

Um dos principais ecossistemas de construção e propagação de imagem disponíveis atualmente é o ambiente das redes sociais. Tais plataformas proporcionam a ocorrência de cenários extremos. Bons conteúdos podem “viralizar”, termo utilizado para descrever a disseminação rápida e massiva de uma determinada mensagem, alcançando de forma orgânica números estrondosos de abrangência. Vale ressaltar, entretanto, que episódios negativos encontram no digital alcance e penetração mais velozes do que em qualquer outro meio midiático. Este aspecto pode ser um fator digno de preocupação, quando se pensa em formação de opinião pública e gestão de carreira.

Para compreender a dinâmica das redes sociais, é necessário primeiro entender quais são os elementos que as compõem. Recuero (2009) identifica esses elementos como:

1. atores, ou nós: pessoas envolvidas que moldam a rede por meio da interação e do estabelecimento de laços sociais, estabelecidos no meio digital por meio de uma representação;
2. conexões: interações, relação, laços sociais e capital social.
 - 2.1) Interação: ação que consuma o processo comunicativo entre o indivíduo e seus pares;
 - 2.2) Relação: conjunto de interações;
 - 2.3) Laços sociais: conexão efetiva entre atores que interagem, resultado da consolidação de relações
 - 2.4) Capital social: valor constituído a partir das interações entre atores.

Recuero (2009) aponta fatores que acarretam em certa artificialidade nos vínculos estabelecidos no meio digital. Na rede social, os atores do processo

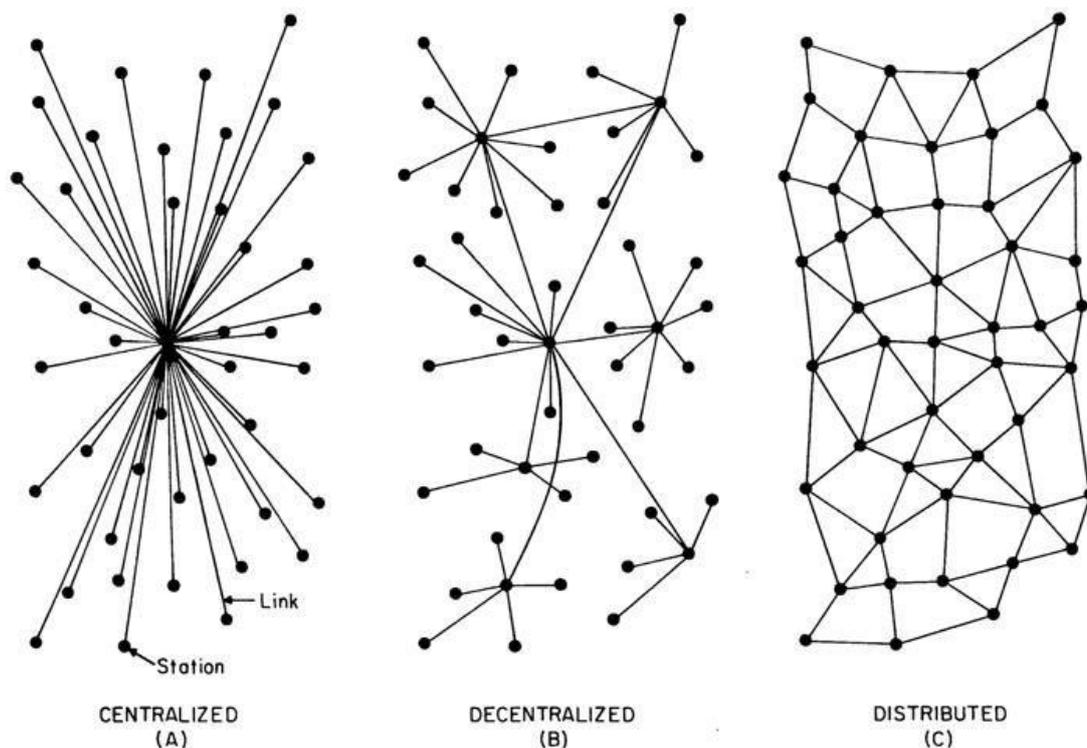
comunicacional não interagem uns com os outros de forma física, mas por meio de representações - perfis, avatares, apelidos, entre outros. Esta característica, por si só, confere aos atores certo grau de impessoalidade. O anonimato na internet é vedado pela Constituição; entretanto, em certos casos, ele sequer é necessário: no contato com outros usuários com quem não se tem laços sociais consolidados, a personalidade de cada um torna-se abstrata. Em uma classificação hierárquica, o conteúdo da mensagem está, em importância, acima de aspectos relacionados à autoria da informação em casos de interações com desconhecidos.

A aparente consolidação de laços, como a adição de atores a uma rede pessoal (amizade, seguimento e outros), é potencialmente rasa. Isto porque o vínculo depende apenas de uma ação, ativa (enviar a solicitação de vínculo) ou passiva (aceitar a solicitação). Após isto, a relação é mantida pelo próprio sistema da rede social, não demandando qualquer tipo de interação adicional (Recuero, 2009). Portanto, é comum manter “relacionamentos” digitais com os quais nem sequer ocorre contato. O capital social mensura justamente esta variável nas conexões, buscando apontar quais são os vínculos de maior valor efetivo.

Os laços sociais estabelecidos pelos atores são responsáveis pela formação da topologia, ou seja, da estrutura das redes sociais (Recuero, 2009). Franco (2008, p. 39) destaca que “as redes não são estruturas fixas, mas sistemas de fluídos” da mensagem. Cada conexão, quando estabelecida, modifica a morfologia e a dinâmica da rede como um todo; nas redes sociais, o processo ocorre incessantemente envolvendo um grande número de pessoas.

As redes organizam-se em graus maiores ou menores de centralização entre seus nós. Paul Baran propôs, em 1964, o modelo de redes apresentado na figura 2. Nesse, os extremos opostos são a rede centralizada, onde todos os nós partem de um mesmo ponto, e a rede distribuída, na qual todos os nós se conectam entre si sem um ponto central. A maioria das redes existentes opera entre estes dois limites (Franco, 2008).

Figura 2 - Modelos de rede de Baran. Da esquerda para a direita: rede centralizada, rede descentralizada e rede distribuída



Fonte: Researchgate

Alguns fenômenos típicos das redes distribuídas explicam comportamentos observados nas redes sociais. O *clustering*, ou clusterização, diz respeito à aglomeração de indivíduos com características em comum, permeados pelo sentimento de pertencimento, de comunidade. O fenômeno é diretamente relacionável às *filter bubbles* supracitadas, as quais são próprias do meio digital e ocorrem com a formação de bolhas, de comunidades cercadas em torno de ideias e ideais em comum.

O *swarming*, em suma, é o fenômeno da viralização de ideias e correntes de pensamento, o qual forma metaforicamente movimentos de enxame em torno de uma temática. Os enxames são facilmente encontrados nas redes sociais em movimentos de cunho social, a exemplo do *Blackout Tuesday*, manifestação antirracista globalmente disseminada via *Instagram* no ano de 2020. O protesto consistiu na publicação de imagens totalmente pretas na rede social, em resposta à morte de George Floyd, homem negro norte-americano assassinado por um policial à época. O *swarming* tem ligação direta com a cultura do cancelamento, fenômeno contemporâneo de boicote normalmente praticado contra figuras públicas, em

resposta a uma ação ou comportamento tido como inaceitável por determinados grupos sociais.

Por fim, o fenômeno *crunch* diz respeito à coletividade, à conexão entre pessoas em prol de objetivos em comum. No *crunch*, grupos passam a formar comunidades identitárias, agregando empoderamento por meio do aumento da conectividade dentro de uma rede. Novamente, os movimentos sociais podem ser tomados como exemplo de ocorrência do fenômeno. Franco (2008, p. 56) aponta que “quanto mais distribuído (e conectado) é um mundo, quanto mais caminhos existirem entre seus elementos (nodos de uma rede), menor ele é, porém mais potente socialmente ele é”. O cenário contemporâneo da comunicação facilita a conexão de grupos de minorias sociais, tais como o de pessoas negras, imigrantes e LGBT+. O encurtamento de distâncias entre membros de uma comunidade minoritária fortalece a mesma, promovendo maior representatividade e potencial na busca por direitos.

A compreensão dos fenômenos típicos das redes distribuídas é elemento-chave do presente estudo. Contextualizando e explicando um importante recorte da realidade das redes sociais, o *clustering*, o *swarming* e o *crunch* auxiliam na compreensão do processo de formação de opinião acerca de um artista.

4.2 A OPINIÃO PÚBLICA E SUAS CARACTERÍSTICAS

Figueiredo e Cervellini (1995) propuseram uma conceituação de opinião pública a partir da reflexão acerca de quatro aspectos: formação, forma, objeto e sujeito da opinião pública. Tal classificação desmembrada deve-se à pluralidade do fenômeno, a qual dificulta a formulação de uma definição única e simplificada do mesmo. Para se definir opinião pública, é imprescindível levar em conta a multidisciplinaridade da mesma.

A origem, ou processo de formação, indica que a opinião pública deve partir do debate público, isto é, de uma discussão coletiva. Por discussão coletiva, não necessariamente deve-se entender um debate munido de racionalidade – esta pode ocorrer de forma implícita, a exemplo do processo educacional por meio da transmissão de comportamentos.

A forma diz respeito à necessidade da expressão pública da opinião, como um pré-requisito ao estabelecimento do debate. Pesquisas de opinião são um exemplo

de forma, à medida que tornam tangíveis aspectos originários de pensamentos individuais.

Por objeto, entende-se o tema provocador da formação de opinião. Este deve ter relevância suficiente para motivar uma discussão pública. Aqui, entra em cena um ponto passível de questionamentos: o que é relevância suficiente para motivar uma discussão pública? Por se tratar de algo subjetivo, é inevitável imputar-se o uso do bom senso, uma vez que tal métrica de relevância é intangível. Informações relacionadas a um artista, por exemplo, podem perfeitamente ser enquadradas como objeto neste contexto. Isto dependerá, todavia, de fatores como a representatividade, o estágio de carreira e o impacto que o profissional tem no meio onde está inserido.

Por fim, sujeito é a resposta ao seguinte questionamento quando se está diante de uma opinião: “a quem pode ser atribuída esta opinião?”. Tal atribuição preza pelo aspecto coletivo, ou seja, é atribuída a grupos de pessoas com características em comum.

Desta forma, Figueiredo e Cervellini (1995, p. 178) sintetizam opinião pública como:

Todo fenômeno que, tendo origem em um processo de discussão coletiva e que se refira a um tema de relevância pública (ainda que não diga respeito à toda a sociedade), esteja sendo expresso publicamente, seja por sujeitos individuais em situações diversas, seja em manifestações coletivas.

Para ilustrar a relação entre artistas e opinião pública, tome-se por exemplo a polêmica envolvendo um suposto caso de racismo cometido pela cantora Luísa Sonza em 2018. O episódio repercutiu, de forma ampla, quatro anos depois, em 2022, quando críticas direcionadas à artista, em decorrência do fato e de seus desdobramentos, tomaram conta das redes sociais, o que conseqüentemente atraiu também o foco da grande mídia para a pauta - fato ilustrado pela figura 3.

Figura 3 – CNN repercute movimento de opinião pública expresso na *web* em torno da cantora Luísa Sonza



Fonte: CNN Brasil

Observa-se que o exemplo apresenta os aspectos definidos por Figueiredo e Cervellini como fundamentais para caracterizar a opinião pública. Houve debate público (*formação*) no ambiente digital, sob a *forma* de publicações em redes sociais. O *objeto* de discussão foi o suposto caso de racismo praticado por uma artista de renome nacional, o que abre dois vieses de relevância à pauta: a gravidade do crime de racismo e a própria representatividade da cantora. Por fim, como *sujeito*, obtém-se uma definição mais abstrata que as anteriores; todavia, é possível atribuir a opinião formada a uma determinada parcela de usuários da *internet*. Na apresentação da pesquisa de campo, este trabalho demonstra a relação entre o fluxo e as distorções da informação, no processo de formação da opinião pública, aspecto crucial na construção da imagem.

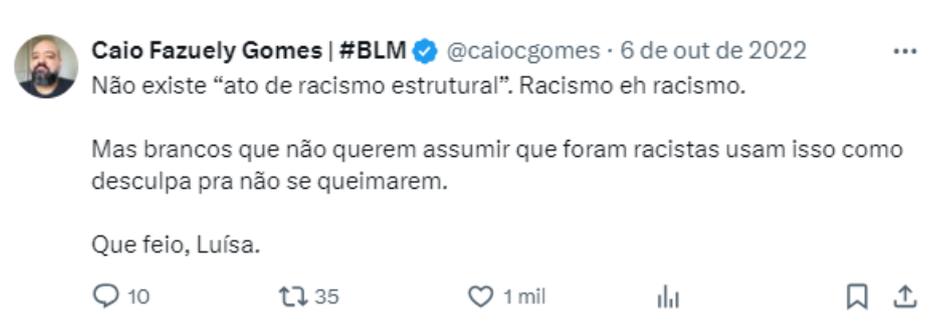
4.3 O QUE É, AFINAL, IMAGEM?

Ao longo de toda a história humana, o conceito de imagem tem estado atrelado a representações da vida real. Antes do advento da escrita, o homem fazia uso de desenhos para comunicar-se, expressando visualmente elementos do cotidiano. Atualmente, os recursos midiáticos disponíveis para tais representações são amplos, a ponto de causarem confusão: afinal, o que é imagem? O conceito corresponde apenas àquilo que é visual?

Em suma, a lógica das pinturas rupestres desenvolvidas nos primórdios da humanidade ainda é aplicável: pode-se compreender imagem como uma representação da vida real. O ponto principal, todavia, é elucidar a complexidade acerca de tais representações, que podem ser desde figuras estáticas – como uma fotografia – a estereótipos totalmente subjetivos e intangíveis construídos na mente humana.

Ao estudar a imagem de artistas e sua relação com elementos da informação e de opinião pública, é preciso adotar por imagem a concepção de representações mentais construídas, individualmente, acerca do sujeito em questão. Neste sentido, Joly (2008) introduz o conceito de “imagem mediática”, correspondente à exposição exageradamente invasiva da vida cotidiana massificada pelos meios de comunicação, fato comum na realidade de celebridades do meio musical, por exemplo. Ao observar diversos momentos da carreira da artista Luísa Sonza, case escolhido para análise nesta pesquisa, é possível perceber o entrelaço entre os conceitos supracitados. A publicização de aspectos da vida pessoal de Luísa – leia-se, não diretamente ligados à música e/ou à arte -, tais como relacionamentos e trâmites judiciais de um caso de racismo, pode ser determinante no processo de construção de representação da artista no imaginário de algumas pessoas, como exemplificado pela figura 4.

Figura 4 – Resposta de usuário da rede social “X” a texto de retratação publicado por Luísa Sonza após caso de racismo



Fonte: Rede social X

O campo da subjetividade torna ainda mais complexa a discussão acerca do processo individual de construção imagética. Neste ponto, é essencial levar em consideração o conceito e as particularidades do supracitado hipertexto – o universo de vivências e significações carregado por cada sujeito tem papel determinante na construção de uma cristalização, uma representação imaginária mais ou menos limitada e estereotipada sobre algo ou alguém.

O psicólogo e psicanalista estadunidense Walter Langer (1973 apud Sodré, 2006), ao trazer um recorte histórico dos discursos de Hitler   época do nazismo na Alemanha, aponta que as massas têm caráter essencialmente feminino, no sentido de deixar o afeto prevalecer   razão. Maciel Jr. (2022), por sua vez, conceitua massa como um agrupamento de seres humanos reunido por identifica o e influenciado por uma figura de liderança. Tal liderança, na contemporaneidade, não mais está necessariamente atrelada a papeis políticos ou a outras fun oes públicas de poder: a influência, na era digital, d -se por afeto. Massas formam-se por ideias em comum – a exemplo do que ocorre nas *filter bubbles* anteriormente descritas – cabendo ao “líder” muitas vezes meramente o papel de iniciar o diálogo em torno de uma temática.

Desta forma, considerando ainda a comunica o massificada em meios como televisão, rádio e internet como uma das principais fontes de informaçoes sobre uma figura pública – terreno fértil, portanto, aos fenômenos de massa - pode-se observar que a imagem construída no imaginário de um sujeito diz mais sobre o formador da opinião do que sobre o objeto de forma o dessa. Soma-se ainda ao contexto a tendência humana de exercer julgamentos precipitados sobre pessoas, produtos ou

serviços, organizando-os instintivamente em classificações estereotipadas – característica estudada e definida como “efeito Halo” (Bicudo, 2022).

4.4 A CULTURA DO CANCELAMENTO

O neologismo “cancelamento”, frequentemente empregado no termo “cultura do cancelamento” – este, eleito como a expressão mais relevante do ano de 2019 pelo Dicionário Macquarie – é definido como:

ato ou efeito de boicotar ou retirar apoio a uma organização, pessoa etc., especialmente em posição de poder e influência, por meio de manifestações nas redes sociais, por causa de opiniões, atitudes ou comportamentos considerados inaceitáveis. (Cancelamento, 2023).

Pode-se compreender a cultura do cancelamento, portanto, como a aceitação social das práticas de boicote como resposta a certas atitudes de figuras influentes. Trata-se de um extremo negativo da opinião pública formada sobre um determinado objeto. É necessário agregar à definição de cancelamento uma característica fundamental de episódios do mesmo: a velocidade. Vários são os acontecimentos relacionados ao fenômeno, que ocorrem com rapidez, desde a disseminação de uma informação potencialmente polêmica até o julgamento e formação de opinião, por parte do público diante dos fatos. Neste contexto, é possível concretizar a estreita relação entre cultura do cancelamento e *internet*.

O *modus operandi* do cancelamento remete a um fenômeno típico das redes distribuídas, que foi supracitado: o *swarming*, ou **enxameamento**, em tradução livre. Franco (2008, p. 52) define o enxameamento como “a ‘produção’ disruptiva de ordem emergente que pode se manifestar em um conflito que se dissemina e engaja seus contendores *bottom up*, por ‘contaminação viral’”. A partir de um fato, estabelece-se, portanto, uma ordem de comportamento – o boicote, por exemplo -, a qual é rapidamente disseminada a grandes volumes de usuários – “contaminação viral” ou “viralização”.

O autor destaca ainda outro aspecto-chave do fenômeno: a **auto regulação**. Não há, no *swarming*, uma figura central ditando a ordem e a tônica do discurso; todavia, existe de forma implícita um padrão comportamental a ser seguido na situação. Tal auto regulação é explicada pela interação de outros dois fenômenos de rede: a **aglomeração**, a qual permite a formação dos “enxames”, e a **imitação**, que

por sua vez promove o espalhamento das ideias no enxame (“O que você precisa saber sobre redes | Módulo 24”, [s.d.]).

A partir das informações supracitadas, pode-se então caracterizar o cancelamento como um fenômeno acelerado e pulverizado, ou seja, capaz de obter alcance amplo e difuso de forma instantânea. **Pulverização e velocidade**, como fenômenos associados, já são aspectos dignos de problematização, pois qualquer ruído de informação disseminado em grande escala é potencial causador de graves consequências. Pena (2005) afirma que, no Jornalismo – neste caso, pode-se dizer que na Comunicação em geral – não existe fibrose, isto é, uma vez que reputação de alguém é maculada por meio da mídia, nada é capaz de fazer com que esta retome sua integridade por completo. É necessário, ainda, somar um fator extra à problemática, muito frequente em episódios de cancelamento: a **unilateralidade de discurso**.

A prática ética e equilibrada da Comunicação Social prevê o direito de resposta, isto é, “facultar ao interessado a possibilidade de reagir, ripostar, responder, nos meios de comunicação social, às notícias, referências ou imputações que aí lhe tenham sido feitas” (Moreira, 1994, p. 13). Moreira (1994) ainda destaca que o direito de resposta tem duas versões distintas: retificar informações errôneas ou emitir posicionamento como forma de contestar determinada opinião ou juízo de valor. Ao propor a metáfora da fibrose, Pena (2005) deixa claro que o direito de resposta não é pleno, sendo apenas um atenuante do impacto da informação divulgada em primeiro momento à imagem do sujeito envolvido. A dinâmica do cancelamento, entretanto, nem sequer abre margem para o direito de resposta. O enxameamento é unilateral e uniforme em seu discurso. Neste, o boicote é a palavra de ordem: prega-se o boicote a alguém, e boicota-se o debate e a apreciação de contrapontos.

O capítulo seguinte da pesquisa apresentará análises de reflexos dos fenômenos supracitados, explorando amostras de comportamento social em rede e amostras de comportamentos individualizados.

5 POLÊMICAS, CARREIRA E IMAGEM DE LUÍSA SONZA

Para observar na prática os conceitos e reflexões aqui abordados, este trabalho contempla, em acréscimo ao referencial teórico e considerações do autor, uma etapa de aproximações de campo. A cantora e compositora brasileira Luísa Sonza é o *case* escolhido para o estudo, por se tratar de figura notável no cenário musical *pop* nacional e por ter um histórico recente de polêmicas em nível pessoal e de carreira, o que permite uma análise qualificada, em conformidade com os objetivos deste estudo.

Luísa Gerloff Sonza é uma cantora e compositora brasileira, natural de Tuparendi, Rio Grande Sul. Começou sua carreira em 2014 com covers de músicas famosas no YouTube e acabou ganhando visibilidade no ambiente digital. Após mais de três anos, assinou contrato com a Universal Music Brasil e lançou seu primeiro trabalho autoral, intitulado *Good Vibes* (“Luisa Sonza”, [s.d.]).

A ascensão de Luísa Sonza ao *status* de celebridade é comprovada por feitos como obter a melhor estreia de todos os tempos no Spotify Brasil com o álbum “Escândalo Íntimo” (“Luísa Sonza tem melhor estreia de álbum em menos de 24h e bate recorde de Jão”, 2023), em 2023, e a presença em destaque nos principais festivais de música do Brasil, tais como Planeta Atlântida e Lollapalooza. Uma carreira de sucesso, entretanto, traz à luz aspectos não necessariamente relacionados à carreira artística: pessoas buscam comparar-se às celebridades a todo momento, sendo um dos motivos a procura por semelhanças no estilo de vida e pela sensação de pertencimento em relação àqueles que desfrutam do “sucesso” (Moraes, 2005). Tal demanda estimula o intenso trabalho dos veículos midiáticos, no sentido de produção de conteúdo - no jargão jornalístico, pode-se afirmar que notícias sobre celebridades “vendem” bem. Em função disso, muitas vezes ocorre a exposição massiva de todas as esferas da vida da celebridade, inclusive as mais íntimas.

O campo dos relacionamentos é pauta midiática frequente na trajetória de Luísa Sonza enquanto figura pública. Um dos primeiros grandes cenários de polêmica envolvendo a artista remete a seu namoro com o também cantor Vitão, entre os anos de 2020 e 2021. Antes de os artistas assumirem relacionamento, eles estrearam um videoclipe em parceria, no qual protagonizaram cenas sensuais - à época do lançamento, Luísa era casada com o humorista brasileiro Whindersson Nunes. O contexto gerou amplo debate sobre uma possível traição de Luísa, o que foi negado

em entrevistas por ela e por seu ex-companheiro. Apesar disso, a artista sofreu uma expressiva onda de ataques e acusações nas redes sociais, conforme manchete da figura 5.

Figura 5 - Manchete do portal “O Globo” recorda “massacre” a Luísa por suposta traição

Internautas relembram 'massacre' à Luísa Sonza ao ser acusada de trair Whindersson Nunes e pedem apoio à cantora

Ela e o humorista foram casados por dois anos e terminaram a relação em 2020

Por O GLOBO
20/09/2023 16h07 · Atualizado há 6 meses



Fonte: O Globo

Em 2023, mais um capítulo da vida amorosa de Luísa Sonza movimentou as redes sociais: o namoro - e término - com o influenciador Chico Veiga, também conhecido pela alcunha “Chico Moedas”. A cantora, ao descobrir uma traição de Veiga, após poucos meses de relação, expôs o ocorrido em rede nacional, durante o programa “Mais Você”, apresentado por Ana Maria Braga. Anteriormente julgada por uma suposta traição, a artista, desta vez na posição de traída, viu a situação mais uma vez voltar-se contra si. Chico Moedas tornou-se figura cultuada no Brasil, emplacando bordões humorísticos relacionados ao ato do adultério como “quem não erra em 2023?”. O influenciador é frequentemente referenciado em plataformas como X e *TikTok*, em conteúdos que o retratam como um sujeito boêmio e apreciador dos prazeres da vida. A figura 6 retrata um dos vídeos mais viralizados em alusão a Veiga, popularmente conhecido como “*edit* do Chico Moedas Aquariano Nato”, o qual traz imagens do influenciador em momentos de descontração ao som de “Aquariano Nato”, de Mc Saci. A canção, dentre outros assuntos, faz referência a performances sexuais extravagantes, relações com múltiplas parceiras e ojeriza à monogamia.

Figura 6 - “Edit do Chico Moedas Aquariano Nato” é tema de página na rede social X, dedicada a replicar o vídeo diariamente



Fonte: Rede social X

A situação pessoal mais impactante na trajetória recente de Luísa Sonza, entretanto, foi o caso de racismo cometido em 2018, envolvendo a advogada Isabel Macedo. Na ocasião, durante um evento em Fernando de Noronha, a artista dirigiu-se à advogada, solicitando a prestação de um serviço. Isabel Macedo, todavia, estava frequentando o evento a lazer, não a trabalho. Por se tratar de um episódio que, ao contrário das outras polêmicas citadas, passou pela esfera judicial - o que denota gravidade à situação -, a primeira etapa da pesquisa de campo toma como guia uma linha do tempo com acontecimentos-chave deste caso em específico.

Nesse sentido, foi analisada a repercussão do assunto no âmbito digital, com base nas datas dos fatos atrelados ao caso e da divulgação desses em veículos midiáticos. A rede social “X” foi escolhida como fonte para a coleta de amostras dos 30 primeiros comentários exibidos em publicações realizadas pela artista, seguindo a lógica de cronologia supracitada. Para conferir os reflexos da informação, em seus fluxos e distorções, na imagem da artista, os comentários colhidos foram categorizados como “positivo”, “neutro” ou “negativo” - exemplos são apresentados nas **figuras 7, 8 e 9**. Por “positivo”, considere-se comentários em tônica de apoio,

empolgação, compaixão e compreensão. Comentários “neutros” englobam ceticismo (descrença sobre a seriedade da situação, especialmente em *posts* relacionados ao caso de racismo), incerteza, posicionamentos dúbios ou de difícil classificação nas demais categorias. Por fim, “negativo” corresponde a comentários em tom acusatório, humor depreciativo, e críticas de modo geral. Posteriormente, será apresentado um comparativo de proporção de cada uma das categorias, em diferentes recortes temporais.

Figura 7 - Exemplo de comentário “positivo”, com apoio a Luísa Sonza em publicação alusiva a caso de racismo



Fonte: Rede social X

Figura 8 - Exemplo de comentário “neutro”, expressando descrença sobre a seriedade do caso



Fonte: Rede social X

Figura 9 - Exemplo de comentário “negativo”, na forma de humor depreciativo



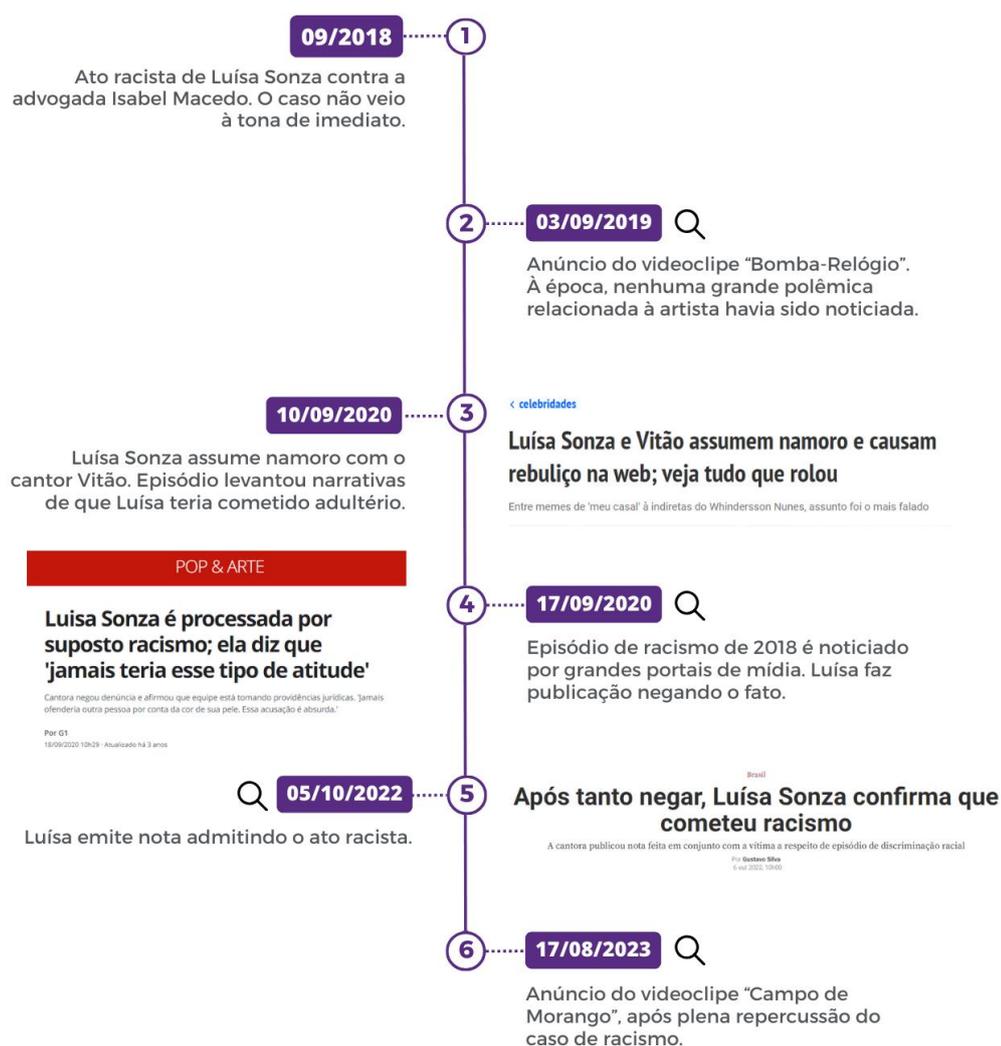
Fonte: Rede social X

5.1 FATOS E REPERCUSSÕES

Este tópico tem como base a metodologia de trabalho supracitada e a linha do tempo traçada na figura 10. Nas datas indicadas por um ícone de lupa, foi realizada a coleta de comentários no perfil de Luísa Sonza na rede social “X”, em virtude da ocorrência dos fatos-chave para este estudo. Outras datas e acontecimentos também constam na linha do tempo por apresentarem relevância em nível de contextualização.

Figura 10 - Linha do tempo

Linha do tempo



🔍 : datas de análise de comentários na rede social "X"

5.1.1 Cenário de tranquilidade

A primeira data analisada - **03/09/2019** - corresponde a um momento em que a artista ainda não lidava com nenhuma grande polêmica atrelada a seu nome. Luísa Sonza vivia em matrimônio com Whindersson Nunes. O envolvimento com o cantor Vitão ainda não havia ocorrido, e o caso de racismo, apesar de ter acontecido, não havia sido exposto ao público até então. A publicação em questão, correspondente à figura 11, anuncia o lançamento de um videoclipe.

Figura 11 - Publicação de Luísa Sonza anuncia videoclipe de “Bomba Relógio”



Fonte: Página de Luisa Sonza na rede social X

A amostra de comentários do quadro 1 apresenta predomínio de manifestações de apoio e empolgação em relação ao lançamento. A representação exposta no gráfico 1 indica um percentual de comentários “positivos” superior a 96%.

Quadro 1 - Amostra de comentários em publicação de Luísa Sonza anunciando videoclipe de “Bomba Relógio”

USUÁRIO	COMENTÁRIO NA ÍNTEGRA	SCORE
@LeoBettanim	Meu hino tá vivoooooooo	Positivo
@cicinery	Dá stream nessa lendaaaaaaa	Positivo
@cicinery	Aaaaaaa eu vou surtar	Positivo
@wrlcometony	RAINHAAAAAAAAAAQ	Positivo
@smokhour2	aaaaaa td pra mimmm ♡ minha fave do álbum	Positivo
@wiccanojc	Essa musica é perfeita, desejo todo o sucesso	Positivo
@kbigrep	Finalmente aaaaaa	Positivo
@pablo_venerai	O próximo que seja saudade da gente,	Positivo

	amém	
@sidjsxx	AAAAAAAAAAA	Positivo
@doug_ant	melhor hora, essa música é tudo p/mim no repeat...com clipe então, grato pelo mimo fada	Positivo
@badboymath	EU TE AMOOOOOOO A MELHOR DO ÁLBUM MUITO OBRIGADO POR ISSO FADA	Positivo
@MieresW	É a Melhor musica do Cd!	Positivo
@Depulso	Melhor música do álbum e nada importa além da minha opinião	Positivo
@eliaxnee	CARALHO EU TO MUITO FELIZJFKGKKKK	Positivo
@pinkanarosa	amo	Positivo
@guixty	eu te amo entenda	Positivo
jaoxgameboy	LUÍSA EU TE AMO	Positivo
@freed_parker	Minha preferida esse momento é meu	Positivo
@honeylanx	se for clipe barato cancela	Negativo
@pablo_venera1	Eu já quero muito mulher	Positivo
@emersondfreitas	Só vem	Positivo
@diskurdinha	ansiosa estou, quero o apenas eu na minha mesa agora dona luisa	Positivo
@gustavooohc	Esse momento é todo meu	Positivo
@gustavooohc	Hoje é o melhor dia da minha vida	Positivo
@pernambucanaa	FINALMENTEEEEEE ESSE MOMENTO É MEU, TODO MEEEEUUUUUUU FAZ UM VÍDEO PRA ACABAR COM MINHA VIDA, EU DEIXO	Positivo
@maisumwil	AMO... capricha bastante pra gente!	Positivo
@pablomateusss	finalmente	Positivo
@iwannabeast4r	como eu sei que você nunca decepciona, não vou nem cobrar o clipe de Apenas Eu	Positivo
@gustavobarli	Minha music preferida do ep	Positivo
@oficialanie	Ahhhhh	Positivo
@eliaxnee	EU TO MUITO EXPLOSIVA	Positivo

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados colhidos na rede social "X"

Gráfico 1 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 03/09/2019

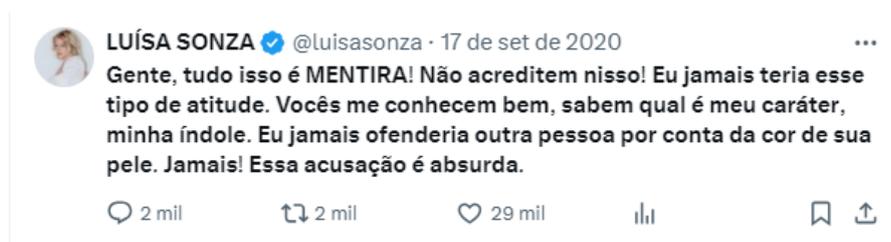


Fonte: Elaborado pelo autor

5.1.2 Caso de racismo vem à tona

Chegou ao conhecimento da imprensa o trâmite do processo judicial por racismo envolvendo Luísa Sonza e Isabel Macedo, fato que foi tornado público nesta data - **17/09/2020**. Luísa pronunciou-se nas redes sociais negando as acusações, conforme a figura 12. É importante frisar que, na semana anterior, a artista havia oficializado relacionamento com o cantor Vitão, fato que incitou polêmicas apontando a cantora como adúltera.

Figura 12 - Luísa Sonza nega acusações de racismo via rede social



Fonte: Rede social X

A polêmica apresenta seus primeiros efeitos na tônica do diálogo virtual. Por se tratar ainda de um fato novo, pouco apurado e debatido, o gráfico 2 aponta,

referindo-se ao quadro 2, um percentual expressivo de comentários “neutros” (35,5%), de usuários buscando situar-se no contexto. A maioria absoluta, entretanto, já corresponde aos comentários “negativos”, que representam 48,4% da amostra analisada.

Quadro 2 - Amostra de comentários em publicação de Luísa Sonza negando acusações de racismo

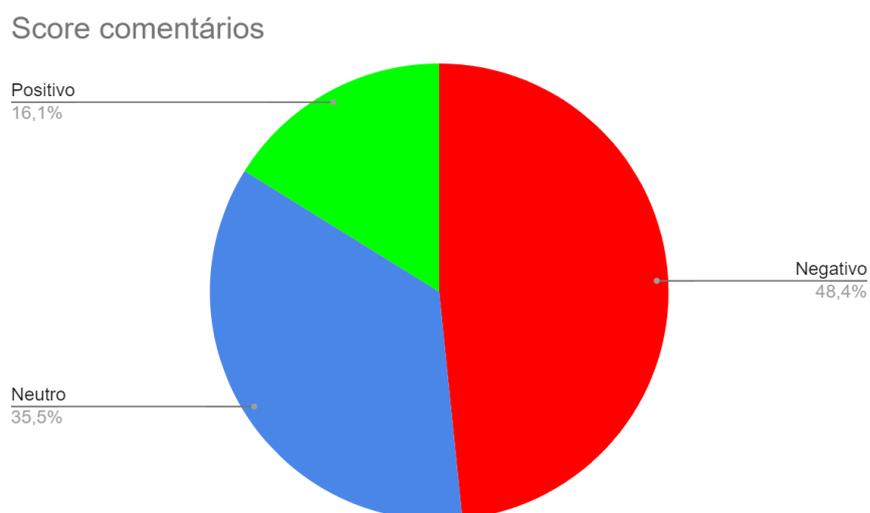
USUÁRIO	COMENTÁRIO NA ÍNTEGRA	SCORE
@JoaquinTeixeira	JÁ ACHARAM O RAQUER QUE ESPALHOU SUA PHOTO NUA? FORÇA GURRREIRA, CONHECEMOS SEU CARÁTER!	Negativo
@nylemeh	Ninguém nem ficou sabendo desse babado... Ela só deu gatilho pra geral procurar e causar polêmica. Quer ver o nome dela envolvido em mais um escândalo pra ficar em evidência... Cada vez q for esquecida, vai gerar alguma polêmica pra se aparecer...	Negativo
@marcos1989	Mais o que aconteceu dessa vez?	Neutro
@semtetokkkkkkk	*qualquer acusação "vocês sabem qual é o meu caráter, minha índole" , mudem o discurso.	Negativo
@iamclaudiamr	jusbrasil.com.br/processos/242131313/processo-n-0066528-5020198190000-do-tjrj... Mas o que seria isso daqui no @Jusbrasil ?!	Negativo
@dioserpretzel	Tô contigo hoje e sempre. Conheço seu caráter e tudo de justo que já fez e que dá a cara a tapa por muita gente e por muitas causas. Não abaixe a cabeça com essa perseguição que fazem em cima de você, afinal quem faz sucesso incomoda! Fica bem, estamos com você! @luisasonza	Positivo
@melloxtom	esse @erlan_bastos é desesperado por likes e rt pagar de famoso nas custas dos outros é fácil querer engajamento nas costa dos outros também é fácil descansa fracassado de merda.	Neutro
@xmaicow	rllx a gente te conhece	Positivo

@joaoprosintimos	mano o que ta acontecendo??	Neutro
@cinmonglr	oq rolou?	Neutro
@luizguiherme	desde a hora que eu vi eu sabia que era mentira. eu conheço você e seu coração, sei que nunca você faria isso. infelizmente a mídia desse brasil decidiu te atacar gratuitamente, então seja forte e aguente firme. um por um eles vão pagar com a mesma moeda.	Positivo
@putovski446	Kkkkk sim a gente conhece a tua índole e teu caráter sim	Negativo
@redeluisa	A gente confia em você mo sabemos que você nunca seria capaz de uma coisa dessas.	Positivo
@Samara78251583	Ninguém conhece ninguém de verdade não use o termo afirmativo pois há dúvidas sobre o caráter de todos	Neutro
@histori63884016	Só eu q n to entendendo nada	Neutro
@Luaninha0698	Oq tá acontecendo gente????!?	Neutro
@RyuanF	o que aconteceu??????????/	Neutro
@cncojosh	Ah claro, o Processo nº 0066528-50.2019.8.19.0000 é falso e o Jusbrasil. com tá mentindo Vc que está certa	Negativo
@tatazinhasoueu	O que houve gente?	Neutro
@Kelly06492891	Todos q odeiam a Luiza neste momento:	Negativo
@Ravena024	Além de mau caráter é racista tbm? Mds	Negativo
@futureisdead123	HAHAHAHAHAHAHAHAHAHAHAHA AGORA tô sabendo da notícia, parece aqueles memes de sensacionalismo da Pablllo "agora a Pablllo foi longe de mais inventou a vacina do corona e vai transformar todo mundo em viado, financiado pelo lula haahhahahhahahahahaha" tá tipo essas notícia me poupe	Neutro
@hiltongsena	Nunca duvido da capacidade de um Branco rico ser escroto e racista, mas essa notícia foi dada pelo mesmo jornalista que disse que a anitta levou a Pablllo pro Marrocos para matar ela???????????? Sem credibilidade alguma pow	Neutro

@Jhonemarcello	Se for tratar de caráter...	Negativo
@hiagocafezinho	"vcs me conhecem bem" típica frase de racista que não sabe o que dizer	Negativo
@franciscolobo78	Olha ... não sei se é uma boa hora para falar de caráter e índole .	Negativo
@_TecioMelo	Já agradeceu ao CornWinderson por ter uma equipe jurídica?	Negativo
@JunniorSilva15	EU ACREDITO EM VOCÊ LUISA	Positivo
@quefoipoha	Vocês me conhecem bem, sabem qual é meu caráter, minha índole.	Negativo
@rebecaviana99	Com esse caráter duvidoso. Não boto mais minha mão no fogo. Me queimei da última vez.	Negativo
@Ariana89927834	Seu caráter ..Deu ruim seu ex que o diga ..	Negativo

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados colhidos na rede social "X"

Gráfico 2 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 17/09/2020



Fonte: Elaborado pelo autor

5.1.3 *Mea culpa*

Mais de dois anos após a repercussão midiática do caso de racismo, em **05/10/2022**, Luísa Sonza admitiu o ato em nota oficial (texto de retratação) publicada nas redes sociais e reproduzida na figura 13.

Figura 13 - Texto de retratação sobre caso de racismo publicado por Luísa Sonza

TEXTO DE RETRAÇÃO

Acerca dos fatos narrados no processo, que ocorreram no dia 22/09/2018, no Restaurante da Pousada Zé Maria, eu reconheço que a maneira com que me dirigi a Sra. Isabel traduziu um ato de reprodução do racismo estrutural, o que de maneira nenhuma foi a minha intenção.

Nesse contexto, venho a público pedir desculpas, não somente à senhora Isabel, mas a todos aqueles que já experimentaram as consequências do racismo estrutural.

Venho também registrar que, na publicação do dia 07/09/2020, não quis me referir à Sra. Isabel como mentirosa, como também a minha assessoria não teve tal intenção na publicação do dia 18/09/2020. As referidas publicações foram em defesa às informações que eram divulgadas pela mídia de forma distorcida dos fatos narrados no processo. Para que não haja qualquer dúvida, pontuo que as publicações não se referiam à pessoa da Sra. Isabel, que em nenhum momento quis notoriedade.

Ainda, considerando que o racismo estrutural impacta o psicológico de um indivíduo, entendo como importante esse passo para que haja a conscientização e reflexão não só minha, como da sociedade.

Por fim, ratificando o que foi exposto acima, reitero meu pedido de desculpas à Sra. Isabel.

Fonte: Página de Luisa Sonza na rede social X

Neste momento, a tônica dos comentários passou a apresentar maior polarização em relação à data analisada anteriormente. À medida que a situação foi amplamente comentada e discutida nacionalmente entre esta e a data anterior observada (**17/09/2020**). Isto acarreta em comentários com posicionamentos mais bem definidos: no gráfico 3 - elaborado com base no quadro 3 -, a categoria “neutros” apresenta redução de mais de 50% em comparação à amostra anterior. A situação, todavia, não se mostrou mais favorável à artista: apesar do ligeiro aumento no número de comentários “positivos”, os comentários “negativos”, que já representavam maioria absoluta na última amostra, atingiram a expressiva marca de 64,5% do total analisado.

Quadro 3 - Amostra de comentários em texto de retratação sobre caso de racismo publicado por Luísa Sonza

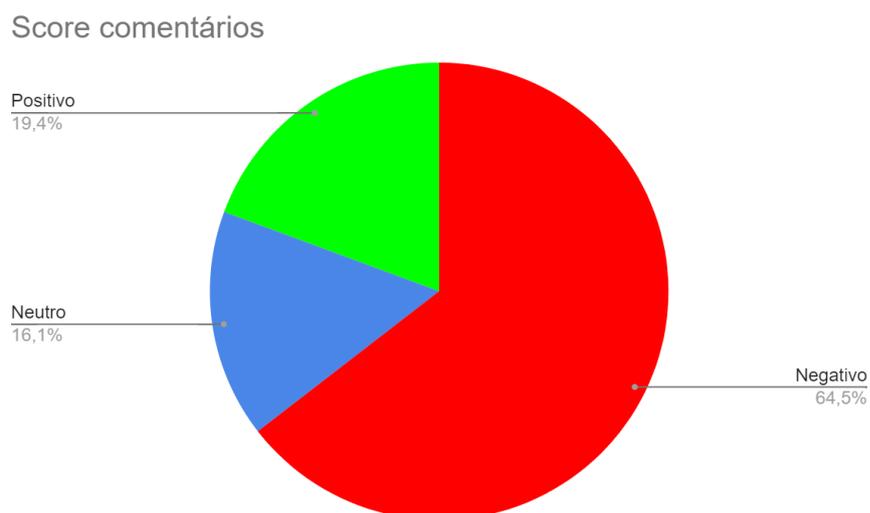
USUÁRIO	COMENTÁRIO NA ÍNTEGRA	SCORE
@Bobfilho	Haja saco	Negativo
@Sociofla2021	E não é você que apoia o Lula!!! Quer dizer que é elitista e com preconceitos!!! Bem característica dos apoiadores no PT!!!	Negativo
@felipeojr	Mas não era mentira fia?	Negativo
@CamaradaHidalgo	Racismo estrutural é o racismo causado pela estrutura conhecida como capitalismo e supremacia branca?	Neutro
@rafinhatxx	imagina pagar 10 mil pra cd coisinha q fizerKKKKKKKKKKKKKKKKKK a mulher se confundiu sem qr por pedir um copo de água e já levou processo. se fosse cmg ia receber um desprezo bem grande, luísa fez isso só pq foi pra mídia, na vd real ngm liga	Neutro
@ThyagoDiFreitas	Para a militância, ser racista não é, necessariamente, tratar um negro como inferior, mas discordar, mesmo que, parcialmente, da narrativa. Se o esquerdista é racista, não é a prova de que ele não é hipócrita no que diz em público, mas que a sociedade o fez assim.	Negativo
@ThyagoDiFreitas	Se estivessem lutando contra o racismo, a Luísa seria boicotada, afinal, ela foi racista. E as pessoas devem ser julgadas por suas atitudes. Mas não. Eles tem q terceirizar a culpa, usando um argumento abstrato de que a sociedade a ensinou a ser assim. Gostaria q provassem isso.	Negativo
@raccon_angelis	"texte"?????? KKKKKKK??? Desculpa...mas se vai usar pronome neutro, ao menos usa direito	Negativo
@raccon_angelis	Tu quer o que? Que ela morra na fogueira, ou que perca a carreira por um erro cometido? Dá uma indenização (boa de uns bons mil) pra pessoa agredida e fica todo mundo feliz	Neutro

@leonardo1opes	A culpa não é minha, é do racismo estrutural. Sou tão vítima quanto ela... e aproveito este espaço pra dar lição de moral na sociedade. Ah, toma vergonha.	Negativo
@bellsbaeta	obg por se posicionar e smp ter maturidade o suficiente para assumir seus erros. te amo e estou pra sempre com você	Positivo
@wbtorquato	Para os juízes da internet isso não é suficiente. Tem q escrever na testa: "fui racist4".	Positivo
@otavi0XI	Racismo culposo, quando não há intenção de discriminar.	Negativo
@crvg_angelo	Reclamaram que ela não se desculpou, agora ela se desculpou e tão julgando o pedido de desculpas. A própria dona Isabel concordou com o texto, acompanhou ele sendo feito e vcs continuam ? Querem mais oq ? Porra todo mundo erra e aprende, vocês são chatos pra caralho.	Positivo
@JoaquinTeixeira	NESSA FOTO VOCÊ TAMBÉM PARECE ESTAR REPRODUZINDO O RACISMO ESTRUTURAL. NUNCA É TARDE PARA EVOLUIR. PARABÉNS.	Negativo
@sigmaposts	"eu fui racista e a culpa é de todos nós"	Negativo
@caiocgomes	Não existe "ato de racismo estrutural". Racismo eh racismo. Mas brancos que não querem assumir que foram racistas usam isso como desculpa pra não se queimarem. Que feio, Luísa.	Negativo
@anarcovegana	Luísa, aproveita e fala pro seu advogado usar parte do pagamento pra custear aulas de gramática	Negativo
@moreiraviv	Dps de 4 anos akakkaakakakakakakakakakakaka	Negativo
@FalsoNove2	Então você foi racista e reconhece isso, mas culpa a sociedade? Pô...	Negativo
@fionacarioca	mona como que vou te defender?	Negativo
@Zayn_Pintudo	Meu deus , tudo isso por causa de um pedido de copo D'Água kkkkkkkk tá foda viu? Tem que ser mudo hoje em dia pra não ser processado kkkkkkkkkk	Positivo

@xmaicow	o twitter at4cou a luisa quando ela não pediu desculpas e preferiu resolver o caso, agora estão at4cando pq ela pediu desculpas????? cara, ela literalmente disse q já resolveu pessoalmente com a vítima, q inclusive tiveram uma boa relação na resolução até aqui	Positivo
@PacoBelmonte	Faltou você falar que a culpa é do Bolsonaro, e não sua.	Negativo
@ianioliveira2	Depois de quatro anos veio pedir desculpas kk	Negativo
@musaraujo	"As acusações são falsas, inverídicas e vêm em um momento oportunista em razão do crescimento exponencial da carreira da artista." Foi literalmente isso que a sua assessoria disse, gata. Feiona essa nota aí.	Negativo
@dulsonza	luisa, voce nao tem noção o quão importante esse story foi p mim, mulher preta, saber seus pensamentos em relação a isso td q rolou. eu te amo mais do q imaginava amar!! obrigada obrigada @luisasonza	Positivo
@noatozz	jesus	Neutro
@naandex_ar	FINALMENTE NÉ LUISA! Poxa mona te adoro mas demorou pra tomar uma atitude minimamente descente! Mas antes tarde do que nunca	Neutro
@RY0ASUKA	Luísa é verdade que você só vota em branco?	Negativo
@PeBallsOnCock	Luísa é verdade que vc só toma leite e não nescau?	Negativo

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados colhidos na rede social "X"

Gráfico 3 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 05/10/2022



Fonte: Elaborado pelo autor

5.1.4 Após a tempestade, os estragos

Em **17/08/2023**, Luísa Sonza anuncia nas redes sociais o lançamento do videoclipe “Campo de Morango”. No item **5.1.1 - Cenário de tranquilidade** -, o *post* analisado foi o anúncio de um lançamento, realizado em uma data anterior à eclosão das grandes polêmicas envolvendo o nome da artista. Aqui, para se traçar um paralelo à análise realizada no item **5.1.1**, também foi analisado um *post* de anúncio de lançamento - figura 14; este, todavia, foi publicado em um período posterior aos episódios polêmicos de Luísa Sonza e suas respectivas repercussões.

Figura 14 - Luísa Sonza anuncia lançamento de “Campo de Morango”



Fonte: Página de Luisa Sonza na rede social X

Ao analisar a amostra de comentários do quadro 4, correspondente a esse *post*, pode-se apontar um expressivo desgaste na imagem de Luísa Sonza, ao menos neste recorte de realidade - rede social X. A publicação em questão tem por finalidade a divulgação de um trabalho, sem qualquer menção a situações sensíveis ou polêmicas. Os comentários, entretanto, refletem um cenário quase inverso ao da primeira situação analisada na pesquisa (anúncio do videoclipe de “Bomba Relógio”, em 03/09/2019). Enquanto na ocasião os comentários “positivos” representavam mais de 96% do total analisado, no anúncio de “Campo de Morango”, a maioria estarrecedora dos comentários representados pelo gráfico 4 é de cunho “negativo” (83,9% do total).

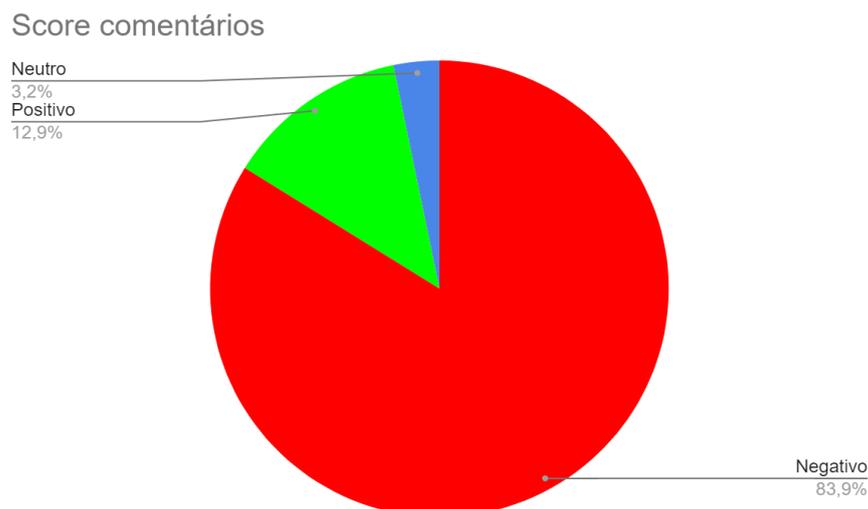
Quadro 4 - Amostra de comentários em publicação de Luísa Sonza anunciando o lançamento de “Campo de Morango”

USUÁRIO	COMENTÁRIO NA ÍNTEGRA	SCORE
@cabreloatips	Quem? Quem botou essa merd@ de musica na minha timeline	Negativo
@recampxs	kkkkkkkkkkkkkk "nossa sexo" ... Não é possível que alguém acima de 13 anos escute isso. chega a dar dó de tão infantilizado	Negativo
@goldodann	Luiza, quero te agradecer por vc existir, eu sou muito seu fã, meu primo estava em coma há 11 ANOS e hoje conseguiu levantar da cama e desligou essa música horrível deus é fiel	Negativo
@pedroperegrinaa	Eita como surpreendeu (um total de 0 pessoas	Negativo
@urubupromo	esse tanto de compositor pra escrever isso	Negativo
@RomagagaGuidini	Meu Deus como sempre ela entregando TUDOÓÓÓÓ	Positivo
@danizinhawnx	Esperava um rock uma coisa meio melancólica pelo clipe. Poderia ser de outra música não combinou. Linda a estética, apesar	Neutro
olabocos	O demônio sabe ser patético	Negativo
@Itspedrito	Sou uma vagabunda na tua cama... Me bota e pode falar que me ama!	Negativo
@SPFCDaDecepcao	meu deus q música merda	Negativo
@ifsmiley	EU TE AMO MUITO	Positivo
@lucas755	Cara eu discordo em partes	Negativo
@anarcovegana	Surpreendeu demais, Lu... ficou pior do que o esperado	Negativo
@lwurencohan	nasceu aqui ó branquinha bonitinha playboyzinho, nasceu com a vida no very easy!! e conseguiu ser um incompetente!!! EM TUDO!! INTANKAVELLLLLL	Negativo
@Bollinhor	@Almeida maria0 olha aí o ritual satânico	Negativo
@nilsonmarques22	É Jesus Cristo, volta logo, pq as coisas aqui nessa terra estão bizarras	Negativo

@alexcrfla	muito ruim	Negativo
@lo_1_la_res	Gostei caralho.	Positivo
@diogowi	te amo lu	Positivo
@lisandromoraes	Deus te abandonou faz tempo!	Negativo
@EdRaposo	Ainda bem que só sai som se clicar no vídeo	Negativo
@MarcoOch	A decadência sempre mostra a sua fase monstruosa. Aproveite, seu contrato tem prazo de validade.	Negativo
@OlavoImortal	Fascista!	Negativo
@nanyferreira24	O gemido está aqui no campo de morango ?	Negativo
@TheRealPkz	Mas que merd..	Negativo
@MedicoLiberdade	Como faz pra desver?	Negativo
@rafaelasilva998	Isso só ficou uma bela merda, menos uma fã	Negativo
@DaniMYGonzalez	Várias "artistas" brasileiras hj são adeptas de Satanás. Homens: 1- NÃO se relacionem com mulheres q gostem do conteúdo dessa tiriça promiscua cansada e de outras parecidas 2- Orientem as suas filhas, irmãs e primas a ficarem longe dessa seita odiosa q demoniza Cristo	Negativo
@king08	Meu Deus que troço ruim, tá fácil ganhar dinheiro sendo cantor em? Só lançar um bagulho tosco desse e plim o dinheiro tá na conta	Negativo
@MaisaRuiva	Moça, eu imploro. Pare de fazer música, você não precisa se humilhar desse jeito e ninguém precisa ver tamanho show de horrores, falo isso como um conselho.	Negativo
@oreidotwitt	Que merda	Negativo

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados colhidos na rede social "X"

Gráfico 4 - Score de comentários em publicação de Luísa Sonza em 15/08/2023



Fonte: Elaborado pelo autor

5.2 FORA DA “BOLHA” VIRTUAL, QUEM É LUÍSA SONZA?

Como forma de obter maior diversidade de subsídios para interpretação, foram realizadas também aproximações de campo por meio da aplicação de questionário. Houve a escolha por utilizar esta abordagem, em complemento à etapa anterior, pois a coleta de opinião de forma individualizada viabiliza um contexto com características diferentes das do ambiente explorado ao longo do item 5.1., voltado para a análise de amostras no universo amplo das redes sociais. Conforme descrito no item 4.1, intitulado “As redes sociais na *internet*”, nas interações em rede é possível observar fenômenos de agrupamento e homogeneização do discurso - tais como o *clustering*, o *swarming* e o *crunch* -, o que pode de certa forma artificializar as opiniões ali expressas. O questionário individual é aplicado no intuito de captar o máximo possível de nuances de subjetividade das pessoas entrevistadas, o que representa um bom ponto para comparação e análise em relação à amostra anterior coletada na rede social “X”.

Nesta etapa, oito pessoas foram entrevistadas, sendo quatro homens e quatro mulheres. O grupo selecionado tem idade entre 16 e 66 anos - para diversificar a amostra colhida, visou-se contemplar a participação uma pessoa de cada sexo das seguintes faixas etárias: adolescentes (<18 anos), jovens adultos (>18; <30 anos), adultos entre 30 e 45 anos e, por fim, adultos com idade acima de 50 anos - e graus de escolaridade diversos, os quais serão apresentados individualmente a seguir.

O questionário foi estruturado de modo a extrair características da representação mental de Luísa Sonza construída por cada entrevistado. O formulário inicia com uma pergunta de resposta longa - “o que você pensa sobre Luísa Sonza?” - , seguida por uma questão, em que o entrevistado é convidado a elencar palavras-chave que remetam à artista. Dessa forma, além da análise da resposta longa de cada participante do estudo, foi possível averiguar padrões e repetições nas palavras-chave, informações úteis para o resultado final da pesquisa.

Foi questionado ainda se o entrevistado classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como “positivo”, “neutro” ou “negativo” - parâmetros também utilizados para classificar os comentários analisados no item 5.1 -, e se esta sua opinião sempre teria sido a mesma. Em casos onde houve mudança de opinião em algum momento, foi questionado o motivo de tal fato, como forma de investigar se esse seria um possível reflexo da informação, em seus fluxos e distorções, na percepção construída sobre a artista. A seguir, estão dispostas as respostas individuais do questionário.

5.2.1 Homem, 16 anos, Ensino Médio em andamento

Figura 15 - Respostas ao formulário - 1

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

É uma cantora famosa no brasil

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Música, cantor, famosa.

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Fonte: Reprodução/Google Forms

A análise do conjunto de respostas representado pela figura 15 aponta desinteresse em relação a Luísa Sonza. As respostas longas são genéricas e pouco pessoais, fazendo referência apenas à profissão e à fama da artista. Tal desinteresse, todavia, não se traduz em uma construção imagética negativa: a neutralidade se mantém tanto nas respostas longas quanto na autodeclaração de conceito sobre a artista.

5.2.2 Mulher, 16 anos, Ensino Médio em andamento

Figura 16 - Respostas ao formulário - 2

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

Me inspiro muito em sua carreira, e ainda mais em sua resiliência, além de ser uma das minhas artistas brasileiras favoritas.

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Força, criatividade, sucesso, sagacidade, provocação.

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Fonte: Reprodução/Google Forms

Diferentemente do primeiro entrevistado, no formulário da figura 16 há uma posição bem definida de admiração por Luísa Sonza. A carreira da artista, nas palavras da entrevistada, é fonte de inspiração. Nas respostas ao formulário, é relevante observar que, mesmo em uma construção imagética positiva, há a consciência e a consideração sobre os aspectos polêmicos que permeiam a trajetória da cantora. Na questão “o que você pensa sobre Luísa Sonza?”, por exemplo, a entrevistada traz, ao longo da resposta, o termo “resiliência” - no sentido figurado, “capacidade natural para se recuperar de uma situação adversa, problemática; superação” (“Resiliência”, [s.d.]). Pode-se relacionar tal resiliência à persistência da

artista diante de episódios como ataques a ela direcionados, especulações sobre sua vida pessoal, caso de adultério sofrido, entre outros.

Outro termo importante, utilizado no item de palavras-chave relacionadas à artista, foi “provocação”. Luísa Sonza atrela a seus produtos artísticos elementos - visuais, líricos, entre outros - potencialmente causadores de desconforto em alguns nichos sociais. Tal conduta é exemplificada pelo videoclipe “Campo de Morango”, ilustrado pela figura 17, peça audiovisual na qual a artista performa em uma cama repleta de manchas vermelhas - o que visualmente remete a sangue. Pode-se refletir, inclusive, sobre o caráter provocativo ser mais um dos aspectos motivadores de ataques direcionados à artista.

Figura 17 - Captura de tela do videoclipe “Campo de Morango”



Fonte: Canal de Luísa Sonza no YouTube

5.2.3 Homem, 23 anos, Ensino Superior em andamento

Figura 18 - Respostas ao formulário - 3

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

Soube utilizar da mídia e temas atuais para alavancar sua carreira. Escolheu bem o público alvo de suas músicas. Não sou fã pela arte, mas é uma grande artista.

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Influente,sexualizada,vulgar

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Se sua resposta para a pergunta anterior foi "Não", o que fez com que seu conceito/opinião sobre a artista mudasse?

Pelo mesmo motivo de ter ganhado sucesso, se vendeu pela fama.

Fonte: Reprodução/Google Forms

Na figura 18, a resposta abre margem para reflexões. Ao longo do formulário, o entrevistado aponta ora aspectos positivos - caracteriza Luísa Sonza como uma grande artista que soube agir estrategicamente para alavancar a própria carreira -, ora aspectos negativos: opina que a artista “se vendeu pela fama” e utiliza palavras-chave como “sexualizada” e “vulgar”, para se referir-se a ela. Seu posicionamento autodeclarado sobre Luísa Sonza é “neutro”.

Com base no panorama geral de respostas obtidas nesta etapa da pesquisa, observa-se que, em relação às amostras colhidas nas redes sociais, as respostas individuais tendem a ser mais ponderadas, menos acusatórias e de menor carga negativa. O entrevistado deste item, entretanto, apesar de equilibrado nas respostas - reconhecendo aspectos positivos da *persona* em questão, a despeito de suas preferências pessoais - traz indícios de uma construção imagética, no sentido de representação mental, não necessariamente positiva acerca da cantora. É interessante, portanto, refletir teoricamente sobre qual seria o limiar que separa as opiniões críticas dos ataques à figura pública.

A artificialidade dos vínculos e a sensação de menor personalidade nas interações virtuais, intermediadas por *usernames*, avatares e similares, descritas por Recuero (2009), agregam complexidade à dinâmica de formação e emissão de opiniões nas redes sociais. Esse tipo de relação parece, por si só, gerar um contexto mais propício à ocorrência de fenômenos como o *swarming* - ou enxameamento -, a viralização de ideias ou correntes de pensamento, descrita por Franco (2008). Os indícios reunidos neste estudo levam a crer que a menor personalidade nas relações estimula a homogeneização de discurso. O senso crítico pessoal é, de certa forma, dissolvido; prevalecem, na formação e na emissão pessoal de opinião, aspectos já circulantes no “enxame” - discurso em circulação - com os quais o sujeito em questão apresenta identificação.

5.2.4 Mulher, 22 anos, Ensino Superior em andamento

Figura 19 - Respostas ao formulário - 4

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

Gosto muito dela enquanto artista, amo a voz dela, as músicas e os shows. Enquanto pessoa, admiro o modo como ela se porta frente a situações estressantes e me vejo muito nela em relação a forma de sentir algumas coisas . Acho que ela é uma pessoa de "verdade" e "gente como a gente" e não esconde isso

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Artista, gostosa, intensa, forte, corajosa

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Se sua resposta para a pergunta anterior foi "Não", o que fez com que seu conceito/opinião sobre a artista mudasse?

Sempre gostei dela mas desde que comecei a acompanhar a Luísa nas redes sociais e assisti ao documentário dela na Netflix, comecei a admirar a história dela e a capacidade de conquistar as coisas da carreira dela sem medo do julgamento (ou com medo, mas não deixando que isso impeça ela de chegar onde ela quer)

Fonte: Reprodução/Google Forms

Na figura 19, assim como ocorre no item 5.2.2, a participante da pesquisa expressa admiração por Luísa Sonza. Há aqui uma menção direta à esfera pessoal da artista, e manifestação de empatia ao referir ver a si mesma na artista na forma de sentir determinadas coisas - a entrevistada reforça essa perspectiva ao adjetivar Luísa Sonza como “gente como a gente”.

O conceito em relação à artista é definido pela entrevistada como positivo. Ela afirma ter mudado tal opinião após passar a acompanhar a artista nas redes sociais e assistir seu documentário; não foi, todavia, uma mudança de “negativo” para “positivo”. A entrevistada refere sempre ter gostado de Luísa Sonza, mas passou a nutrir maior admiração, ao conhecer mais a fundo sua história.

5.2.5 Mulher, 39 anos, Ensino Superior completo

Figura 20 - Respostas ao formulário - 5

Case analisado para a pesquisa: Luísa Sonza
Responda às seguintes perguntas com suas considerações pessoais a respeito da artista, de modo amplo.
Leve em consideração todos os aspectos que julgar relevantes, inclusive aqueles que não forem diretamente relacionados à arte/música de Luísa Sonza.

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

Boa cantora, porém parece sempre buscar ser aceita em algum grupo, ou seja, insegura.

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Bonita, insegura, imatura humilde.

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Se sua resposta para a pergunta anterior foi "Não", o que fez com que seu conceito/opinião sobre a artista mudasse?

Após assistir a série sobre a vida da artista.

Fonte: Reprodução/Google Forms

A ótica da entrevistada apresentada na figura 20, de faixa etária acima dos 30 anos de idade, traz aspectos não apontados pelos participantes mais jovens da pesquisa: ela caracteriza Luísa Sonza como imatura e insegura. A imaturidade, a insegurança e a busca por aceitação em grupos podem ser exemplificadas como

fenômenos comportamentais comuns da juventude, definida pelo Estatuto da Juventude como a faixa etária entre os 15 e os 29 anos de idade (“Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013.”, 2022). Luísa Sonza, na data de desenvolvimento desta pesquisa (maio de 2024), tem 25 anos de idade - é, portanto, ainda jovem.

O posicionamento da entrevistada sobre a artista é declarado como neutro, reconhecendo o talento de Luísa Sonza enquanto artista e fazendo ressalvas quanto à sua esfera comportamental. A participante da pesquisa relata ainda uma mudança de conceito sobre a cantora após ter assistido sua série documental. O aspecto mais interessante da resposta, todavia, é a amostra de conflito geracional quando a entrevistada elenca como negativos aspectos característicos de uma faixa etária diferente da sua. A idade aparenta ser também um fator significativo na complexa trama de construção imagética acerca de uma figura pública.

5.2.6 Homem, 41 anos, Ensino Superior completo

Figura 21 - Respostas ao formulário - 6

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

Uma das maiores artistas da música brasileira atual

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Talento, ousadia, empreendedora, polêmica

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Fonte: Reprodução/Google Forms

O entrevistado da figura 21 tem conceito positivo acerca da artista. Sua opinião remete a aspectos de respostas anteriores: além do talento, aspectos marcantes como “ousadia” - equivalente, por exemplo, à “provocação” citada no item 5.2.2 - são apontados. Cita “polêmica” como uma das palavras-chave para descrever Luísa Sonza, mas o conjunto das respostas não indica que o aspecto tenha cunho negativo no imaginário do entrevistado.

5.2.7 Mulher, 56 anos, Ensino Superior completo

Figura 22 - Respostas ao formulário - 7

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

Uma moça que resolveu se intitular cantora, que provavelmente até possui talento mas ainda tem muito que aprender na arte de saber cantar.

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Jovem-cantora, início de carreira, música brasileira, ex-namorada de humorista, gaúcha

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Fonte: Reprodução/Google Forms

A entrevistada da figura 22 descreve Luísa Sonza de maneira ácida. Opina que a artista “é uma moça que resolveu se intitular cantora”. Não descarta a hipótese de a mesma ter talento, mas, de modo geral, vê Luísa como uma profissional ainda pouco aperfeiçoada e em início de trajetória.

Nesta resposta, fica evidente o conflito geracional e o efeito do cruzamento de diferentes “bolhas”, não apenas comunicacionais, mas também socioculturais. Para efeito de discussão, não se pode pôr em questão aspectos subjetivos de opinião da entrevistada. Há, todavia, um descolamento de realidade na percepção da artista como profissional em “início de carreira”, conforme citado no item de palavras-chave do questionário. Elementos elencados nesta pesquisa, como a presença em grandes festivais de música e o título de maior estreia brasileira no Spotify até a data de

redação deste trabalho (maio de 2024), conferem a Luísa Sonza o *status* de artista já consolidada e amplamente prestigiada, ao menos no Brasil.

Fica evidente a rasa penetração da cantora e de sua obra na “bolha” sociocultural da entrevistada, a qual pertence a um nicho de consumidores musicais diferente daquele em que se encontram os fãs de Luísa Sonza. Pode-se observar aqui como o *clustering*, ou clusterização, de certa forma fragmenta a realidade de modo adaptado às experiências individuais. O fenômeno, descrito por Franco (2008), explica que, nas redes distribuídas de interação - redes onde todos os pontos se conectam entre si sem uma referência central, a exemplo das redes sociais da *internet* - ocorrem agrupamentos por interesses em comum e outras formas de afinidade, as “bolhas”. Em cada um desses aglomerados, forma-se um senso próprio de realidade. Desse modo, conceitos como a fama são completamente relativos no atual cenário tecnológico e comunicacional: um sujeito famoso em uma “bolha” pode ser anônimo em outra.

5.2.8 Homem, 66 anos, Ensino Médio completo

Figura 23 - Respostas ao formulário - 8

O que você pensa sobre Luísa Sonza?

Grande artista no segmento dela.

Elenque palavras-chave, **SEPARADAS POR VÍRGULAS**, que para você, remetem a Luísa Sonza

Funk, sensualidade, bela voz.

De modo geral, você classificaria seu conceito/opinião sobre Luísa Sonza como: *

Positivo

Neutro

Negativo

Seu conceito/opinião sobre a artista sempre foi o mesmo? *

Sim

Não

Fonte: Reprodução/Google Forms

A resposta do entrevistado da figura 23, apesar de sucinta, levanta um ponto crucial de discussão e reflexão relacionados à temática deste trabalho: segmentação. O entrevistado expressa admiração por Luísa Sonza, apontando conceito pessoal “positivo” em relação à artista e referindo-se à mesma como dona de uma “bela voz”, atribuindo a ela também as palavras-chave “funk” e “sensualidade” - características de sua proposta artística.

O ponto a se destacar do conjunto de respostas, entretanto, é a resposta longa para “o que você pensa sobre Luísa Sonza?”. O participante da pesquisa respondeu: “grande artista no segmento dela”. No item **5.2.7 - Mulher, 56 anos, Ensino Superior completo**, foi descrita a fragmentação da realidade observada em decorrência de fenômenos como o *clustering* e a formação de bolhas. Reforça-se, portanto, a

necessidade de relativizar aspectos como fama, relevância, “tamanho” de um artista - Luísa Sonza, sob o ponto de vista do entrevistado, é grande **em seu segmento**. Tudo é questão de perspectiva, de segmentação, subjetividade e “bolhas” - não existe, neste ponto, verdade absoluta.

Mais do que nunca, as evidências exploradas ao longo desta pesquisa apontam que o foco de construção e consolidação imagética, no sentido da representação mental, de um artista deve ser junto ao segmento, ou nicho, que esse pretende atingir.

5.3 DISCUSSÃO

A partir dos dados e informações coletados e analisados ao longo desta pesquisa, observaram-se resultados dissonantes na comparação entre os lócus trabalhados para a pesquisa. No ambiente virtual - rede social X -, pôde-se perceber uma tendência progressiva de desgaste da imagem de Luísa Sonza de 2019 a 2023. A constatação é embasada pela crescente de comentários de teor negativo nas publicações da artista na rede, o que aparenta ter relação direta com os episódios polêmicos protagonizados pela cantora ao longo do período e repercutidos pela mídia.

A pesquisa individualizada - formulário - aplicada a voluntários entre 16 e 66 anos, de ambos os sexos e graus de escolaridade diversos, apresentou por sua vez respostas mais ponderadas. As opiniões dos entrevistados acerca da artista variam, por exemplo, da admiração à indiferença. Não há, todavia, manifestações negativamente incisivas ou em forma de ataque a Luísa Sonza, mesmo nas respostas de entrevistados que não apreciam em algum nível a cantora e seu trabalho.

Outro fato relevante é que os principais episódios de polêmica envolvendo a cantora, analisados nesta pesquisa - apresentados na linha do tempo do tópico **5.1**: caso de racismo e vida amorosa - pouco impactaram nas respostas individuais. No item **5.2.6 Homem, 41 anos, Ensino Superior completo**, o termo “polêmica” é apontado como uma palavra-chave que, na ótica do entrevistado, tem relação direta com a artista. Tal colocação, no contexto apresentado, não tem, todavia, conotação negativa. Também em palavras-chave, no item **5.2.7 Mulher, 56 anos, Ensino Superior completo**, é utilizado o termo “ex-namorada de humorista”. Novamente, não há conotação negativa associada à expressão. Nas demais respostas, não há qualquer menção às pautas mais sensíveis relacionadas à artista. Nota-se uma

agenda de assuntos específica das redes sociais, que não necessariamente se aplica ao debate *offline*.

No tocante às redes sociais, observa-se como resultado a comprovação prática do efeito *swarming* - ou enxameamento -, ou seja, a viralização de determinadas ideias e/ou correntes de pensamento (Franco, 2008). A tendência de aumento progressivo de comentários de cunho negativo direcionados a Luísa Sonza ao longo do período analisado denota a expansão do “enxame”. Segue-se a lógica de que, quanto mais comentários negativos estiverem presentes em uma determinada publicação, maior será a sensação de segurança e validação para também comentar negativamente imputada a um usuário com certa tendência para fazê-lo. O comportamento na emissão de opinião ou posicionamento é fruto da interação complexa entre a construção imagética do sujeito acerca da cantora e o ambiente de discurso no qual ele está inserido.

Retomando-se um dos conceitos fundamentais desta pesquisa, Joly (2008) define “imagem mediática” como a representação mental construída individualmente acerca de um sujeito em questão, em um contexto de massiva exposição da vida cotidiana deste nos meios de comunicação. Tal construção individual e subjetiva leva a resgatar também o conceito de hipertexto: Lévy e Irineu (2004) definem que esse representa a rede de significação pessoal que cada pessoa cria internamente a partir do que experimenta ao longo da vida, sendo esta rede estimulada por exposição à informação. Ambos os conceitos auxiliam na compreensão dos resultados observados e na formulação de conclusões: no processo de construção de imagem, a subjetividade de cada formador da representação imagética (isto é, o público) tem peso igual ou maior ao do objeto de tal formação (artista, neste estudo). Cada sujeito atribui arbitrariamente um peso a cada aspecto relacionado a um artista, como atitudes - positivas ou negativas -, talento, entre outros, com base em seu próprio universo hipertextual de vivências e visões de mundo.

Em ambiente imune ao fenômeno *swarming*, a dinâmica de respostas ao formulário evidenciou a esfera do universo hipertextual na construção imagética. Longe de um discurso predominante no qual seria possível simplesmente juntar-se ao “enxame”, cada entrevistado opinou e evidenciou aspectos sobre Luísa Sonza em seu modo de pensar. As respostas, diferentes entre si e tendo cada uma nuances próprias, exploram e fornecem pistas sobre o universo hipertextual de cada entrevistado,

aspecto fundamental da construção de imagem e da consolidação de opiniões de qualquer espécie.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, pôde-se explorar o funcionamento dos fluxos e distorções da informação jornalística, observando os reflexos desses na imagem de um artista. Foi possível perceber como flui a informação a partir da dinâmica de redes - neste caso, com aprofundamento dedicado às redes sociais da *internet*, categorizadas como redes distribuídas -, averiguando-se diversas intercorrências e fenômenos que influenciam no processo de construção de imagem acerca de um artista por um determinado sujeito.

Pode-se citar como conceitos-chave da pesquisa **hipertexto** e **efeito *swarming***. O primeiro, correspondente ao universo de significações formado por cada sujeito a partir de suas vivências, é causa direta das distorções de uma informação jornalística, por exemplo, assim que emitida por uma fonte: para toda informação, cada pessoa terá uma leitura subjetiva e absolutamente particular, posto a unicidade de seu conjunto de vivências, experiências e visões de mundo. De tal forma, a subjetividade sobrepõe-se aos fatos propriamente ditos no momento de consolidação da imagem de um artista no imaginário de um sujeito. O subcapítulo **5.2 FORA DA “BOLHA” VIRTUAL, QUEM É LUÍSA SONZA?** exemplifica a situação: cada entrevistado relaciona a artista Luísa Sonza a diferentes aspectos e assuntos, de acordo com o que julgam relevante em sua subjetividade.

O efeito *swarming*, por sua vez, ilustra a influência do ambiente contextual na emissão de opinião, e em sua própria formação/consolidação. A coleta de informações na rede social “X” demonstrou o fenômeno do “enxameamento” - tradução livre para *swarming* - à medida que o número de comentários negativos em publicações de Luísa Sonza na rede cresceram ao longo do período analisado. A observação leva à conclusão de que quanto mais uma corrente de pensamento é disseminada, maior será a probabilidade de mais pessoas aderirem à mesma - princípio básico do *swarming*, a viralização de ideias sob a formação de “enxames”.

O objetivo geral de analisar os reflexos dos fluxos e distorções da informação jornalística na imagem de artistas foi atingido majoritariamente ao longo do capítulo 5, a partir do embasamento construído nos capítulos anteriores. Pôde-se, em primeiro momento, traçar uma linha do tempo de acontecimentos polêmicos relacionados a Luísa Sonza, apurados e divulgados por meio do Jornalismo. Após, foram averiguados, em diferentes lócus, os reflexos desse cenário na imagem de Luísa

Sonza. Observou-se a tendência de desgaste imagético da artista no ambiente digital, sendo esse fortemente atrelado ao efeito *swarming*; a aplicação individualizada de formulários, por sua vez, evidenciou o impacto do hipertexto de cada sujeito - universo pessoal de vivências, experimentações e significações - na construção imagética. Na aplicação da pesquisa, cada entrevistado apresentou considerações diferentes sobre uma mesma cantora, distintas em suas peculiaridades. Isso indica que, no processo de construção imagética, a subjetividade atrelada ao universo hipertextual tem maior peso no resultado final - representação formada no imaginário de cada sujeito - do que o próprio objeto de formação de tal imagem e/ou os fatos a ele relacionados.

Os objetivos de discutir o conceito de jornalismo, fluxos e distorções da informação e caracterizar a construção da imagem de artistas foram atingidos nos capítulos 3 e 4, por meio de fundamentação bibliográfica e reflexões subsequentes. Foram abordados conceitos de autores como Marialva Barbosa, Felipe Pena, Pierre Lévy e Martine Joly, cruciais para o direcionamento das aproximações de campo da pesquisa. Além de aspectos teóricos e históricos do Jornalismo, temáticas como hipertexto, redes, opinião pública e imagem foram esmiuçadas neste recorte da pesquisa.

O objetivo de analisar reflexos da informação na imagem pessoal de artistas, comparando cobertura midiática e repercussão nas redes sociais de casos específicos foi atingido em aproximações multidisciplinares expostas no capítulo 5. Concluiu-se que a informação é, sim, um dos elementos que refletem no processo de construção imagética; há de se destacar, todavia, que trata-se de uma parte limitada de um mecanismo complexo, que envolve desde o universo hipertextual de cada sujeito até o ambiente no qual este está inserido.

Dois pontos de questionamento podem ser explorados e aprofundados em um próximo estudo: como seria o comportamento do entrevistado, com tendências a uma opinião negativa, em uma dinâmica de *swarming* virtual? Ou ainda, por outro lado, como seria o comportamento de um autor de ataques virtuais via redes sociais ao responder um questionário individual de opinião? Tais experimentações podem fornecer ainda mais pistas sobre os limites do hipertexto e do impacto do ambiente na construção imagética.

Este estudo demonstrou que, embora minha profissão escolhida não pertença à área do conhecimento em que estou prestes a concluir um curso superior, Jornalismo e música estão intimamente ligados. Toda a bagagem intelectual adquirida

durante a graduação me auxiliará de alguma forma no âmbito profissional. Voltando o olhar à pauta deste estudo, fica evidente a necessidade de uma comunicação assertiva junto ao nicho que se pretende atingir em uma carreira musical de sucesso. Esta pesquisa servirá também como retaguarda pessoal em momentos de dificuldade, de ataques e de críticas, ao trazer à luz o fato de que uma opinião sobre mim formada diz mais sobre o outro do que sobre mim de fato.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aparência. Oxford Languages. [s.l.: s.n.]. Acesso em: 22 mar. 2024

ARAÚJO, C. **O fenômeno da pós-verdade: Uma revisão de literatura sobre suas causas, características e consequências.** ALCEU, v. 20, n. 41, p. 35–48, 2 jun. 2020.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **O sujeito da escrita e a trama comunicacional.** Um estudo sobre os processos de escrita do jovem adulto como expressão da trama comunicacional e da subjetividade contemporânea. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2000.

BAPTISTA, M. L. C.; EME, J. B. Estratégias de “sobre-vivência” metodológica na viagem investigativa para a ciência no mundo novo. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, p. e023042–e023042, 7 jul. 2023.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa.** Rio de Janeiro (RJ): Mauad Editora Ltda, 2007.

BICUDO, L. **Efeito Halo: significado, exemplos e aplicações - G4 Educação.** Disponível em: <<https://g4educacao.com/portal/efeito-halo-significado-exemplos-e-aplicacoes>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

CANCELAMENTO. Oxford Languages. [s.l.: 2023.]. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=cancelamento&rlz=1C1GCEA_enBR917BR917&oq=cancelamento&aqs=chrome..69i57j69i59j0i27112j69i60i3.3649j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Acesso em: 13 jun. 2023.

CARVALHO, M. S. R. M. **A trajetória da Internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança.** Unpublished Estudos de Ciência e Tecnologia no Brasil, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

CHASIN, José. **Sobre o conceito de totalitarismo.** Verinotio – Revista on-line de Filosofia e Ciências Humanas, n. 15, p. 7–7, 2013.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** [s.l.] Rio de Janeiro: Contraponto, 1967.

FIGUEIREDO, R.; CERVellini, S. **Contribuições para o conceito de opinião pública.** Opinião Pública, Campinas, v. III, p. 171–185, 1995.

FRANCO, Augusto. **Escola de Redes: Novas visões sobre a sociedade, o desenvolvimento, a Internet, a política e o mundo glocalizado.** Curitiba: Saturnos, 2008.

GUATTARI, F. **Caosmose.** [s.l.] Editora 34, 1992.

GUIMARÃES, Thelma de C. **Comunicação e linguagem.** São Paulo (SP): Pearson, 2012.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. São Paulo (SP): Cultrix, 2010.

JOLY, M. **Introdução a análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 2008.

KNIGHT, P. T. **A Internet no Brasil**. [s.l.] Author House, 2014.

LEI Nº 12.852, DE 5 DE AGOSTO DE 2013. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm>. Acesso em 3 mai. 2024.

LÉVY, Pierre; IRINEU, Carlos. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio De Janeiro: Editora 34, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo (SP): Ed. 34, 2010.

LOPES DA COSTA, M. et al. **Meios de Comunicação e Sociedade: Considerações sobre o Paradigma Funcionalista-Pragmático**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-meios-de-comunicacao-e-sociedade.pdf>>. Acesso em 2 mai. 2024.

Luisa Sonza. Disponível em: <https://www.purebreak.com.br/famosos/luisa-gerloff-sonza_e550039>. Acesso em: 23 abr. 2024.

Luísa Sonza tem melhor estreia de álbum em menos de 24h e bate recorde de João. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/tudo-mais/the-town/noticia/luisa-sonza-tem-melhor-estrela-de-album-em-menos-de-24h-e-bate-recorde.ghtml>>. Acesso em: 23 abr. 2024.

MACIEL JR., A. **Sobre a diferença entre massa, povo, multidão e devir-minoritário**. Trivium: Estudos Interdisciplinares, v. 14, n. 1, 2022.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. São Paulo: Vozes, 2002.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. **The Agenda-Setting Function of Mass Media**. The Public Opinion Quarterly, v. 36, n. 2, p. 176–187, 1972.

MIGUEL, Luis Felipe. **Jornalismo, polarização política e a querela das fake news**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 16, n. 2, p. 46–58, 11 nov. 2019.

MORAES, R. **Universidade Federal do Rio de Janeiro cultura das celebridades**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1369/1/RMoraes.pdf>>. Acesso em: 15 maio. 2023.

MOREIRA, V. **O direito de resposta na comunicação social**. Coimbra: Coimbra Editora, 1994.

O que você precisa saber sobre redes | Módulo 24. Disponível em: <<https://redes.org.br/25mitos-01-modulo-24/>>. Acesso em: 19 jun. 2023.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo (SP): Contexto, 2007.

PIMENTEL, Márcia C. **A construção da celebridade midiática**. v. 3, n. 1, p. 193–203, 1 jan. 2005.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

Resiliência. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/resiliencia/>>. Acesso em: 3 mai. 2024.

SANTAELLA, Lúcia. **A Pós-Verdade é Verdadeira ou Falsa?** [s.l.] Editora estação das letras e cores, 2020.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SINDERSKI, Rafaela. **Mídia, Opinião Pública e os Grupos de Interesse**. Curitiba: Contentus, 2020.

Viés de confirmação. Disponível em: <<https://oxfordbrazilebm.com/index.php/vies-de-confirmacao/>>.