FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

JULIA BUENO DA SILVA CAROLINO

A CULTURA DE CELEBRIDADE E A CONTRIBUIÇÃO DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO E DECADÊNCIA DE UM MITO: O CASO MICHAEL JACKSON E O DOCUMENTÁRIO *LEAVING NEVERLAND*

VOLTA REDONDA
2019

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

A CULTURA DE CELEBRIDADE E A CONTRIBUIÇÃO DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO E DECADÊNCIA DE UM MITO: O CASO MICHAEL JACKSON E O DOCUMENTÁRIO LEAVING NEVERLAND

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo do UniFOA como requisito à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluna:
Julia Bueno da Silva Carolino

Orientador:
Prof. Mestre Afranio Teodoro Moutinho

VOLTA REDONDA
2019

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado A CULTURA DE CELEBRIDADE E A CONTRIBUIÇÃO DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO E DECADÊNCIA DE UM MITO: O CASO MICHAEL JACKSON E O DOCUMENTÁRIO *LEAVING NEVERLAND* elaborado por Julia Bueno da Silva Carolino apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 01 de novembro de 2019.

Banca Avaliadora:

Professor Orientador
Afrânio Teodoro Moutinho, Mestre – UniFOA

Professora Avaliadora
Aline Andrade Pereira, Doutora - UniFOA

Professora Avaliadora
Stella Arantes Aragão, Mestre - UniFOA

A meus pais, meus amigos e a todos que, de alguma forma, contribuíram para o fim desse ciclo universitário.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais pelo amor e apoio incondicional, meu cachorro Tully, e ao professor Afranio Moutinho pelo carinho e atenção.

RESUMO

Após a Revolução Industrial, o Ocidente passa a ter economia e estrutura social propícias ao culto às celebridades. Michael Jackson, uma dessas celebridades e extremamente reconhecido na indústria cultural mundial no século XX e no atual, foi um cantor americano foco de diversas reportagens em vida e póstumas, referentes ao seu trabalho e, principalmente, às suas acusações de abuso sexual de menores, que são o tema do documentário "*Leaving Neverland*", lançado em 2019. Tendo como base os grandes veículos de mídia *TMZ*, *The Sun* e *The Mirror*, este almeja fazer um estudo de caso sobre como as mídias criam e demonizam celebridades, através da análise dos discursos das notícias lançadas online por estes veículos, referentes ao lançamento do documentário, enquanto expõe o porquê de Michael ser uma celebridade tão singular, especialmente após a sua morte. Como objetivos secundários, pretende-se entender qual é o impacto do questionamento sociopolítico levantado pelo documentário na perspectiva do público, além de explicar como funciona o modelo de negócio dos jornais online. Pode-se concluir que independente da autorreflexão feita pelo público diante do julgamento mundial de uma celebridade, há sempre a geração de lucro em uma indústria que se alimenta através de anúncios, número de acessos e títulos chamativos, de forma cíclica. Este ciclo também é benéfico para o nome de Jackson, cuja relevância continua mesmo após 10 anos de sua morte, com o consumo continuado de sua música e produtos.

Palavras-chave: Michael Jackson, celebridades, mídia, tabloides, internet.

ABSTRACT

After the Industrial Revolution, the western world goes on to an economic and social structure that allows the existence of celebrity culture. Michael Jackson is one of those celebrities and is extremely recognized on the worldwide culture industry of the 20th century and the current one. He was a famous singer whose media coverage, both alive and posthumous, focused on his work and, mostly, the accusations of child abuse he faced over the years. This is the theme of the documentary "Leaving Neverland", released in 2019. Basing the research on media vehicles TMZ, The Sun and The Mirror, this work aims to do a study case through the study of the message built by these vehicles on their websites, regarding the release of the documentary, while exposing why Michael is such a unique celebrity, specially after his death. This work also aims to understand what the impact of the social and political reflection the audience may experience after watching the documentary, and also explaining how the business model of online news sites works. It can be concluded that the reflection provoked by the documentary also generates profit to the media, based on ads, audience and flashy titles, all connected in a cycle of self feeding. This cycle is also beneficial to Jackson, whose relevance continues 10 years after his death, with the purchasing and stream of both his music and products still going strong.

Keywords: Michael Jackson, celebrities, media, tabloids, internet.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 9
2 INDÚSTRIA CULTURAL 13
2.1 A notícia como produto 14
2.2 A Criação dos Mitos 16
2.3 A mídia e o show de celebridades 17
3 A INTERNET 19
3.1 *Google Ads* 20
4 MICHAEL JACKSON: UM FENÔMENO MIDIÁTICO 22
4.1 O início de carreira 22
4.2 Sucesso na adolescência e carreira solo 22
4.3 Thriller: A popularização dos videoclipes e o sucesso global 23
4.4 Os escândalos pessoais e o frenesi dos tabloides 24
4.5 Foco da mídia até depois da morte 25
5 ESTUDO DE CASO 26
5.1 *Leaving Neverland* 26
5.2 Os veículos de mídia 27
5.2.1 TMZ 27
5.2.2 *The Sun* 28
5.2.3 *The Mirror* 28
5.3 Análise temporal de postagens sobre a mesma abordagem 29
6 REFERÊNCIAS 46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1.....**29**
Quadro 2.....**30**
Quadro 3.....**31**
Quadro 4.....**32**
Quadro 5.....**33**
Quadro 6.....**35**
Quadro 7.....**36**

1 INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, com difusão dos meios midiáticos para a grande massa como o cinema e posteriormente a televisão, o *status* social de celebridade ganhou notoriedade. Desde os seus primórdios na América do Norte, cresceu em uma hierarquia global, entrelaçando-se em enormes esferas do mundo social. No final do século XX, membros do grupo de alto status passaram a esperar por deferência obsequiosa, tributo financeiro significativo e exíguo e reivindicar privilégios legais, como fizeram as elites aristocráticas e de castas nos séculos anteriores (KELLNER, 2003). Mas o novo sistema de status foi diferente. Nasceu do capitalismo e da mídia de massa, e sua dinâmica refletia as condições da era moderna.

Heróis e fama existem há milênios, mas a celebridade é um fenômeno recente. Ser celebridade é ser conhecido pelo bem conhecido (MORIN, 1989). No entanto, o termo celebridade adquiriu novo significado na era dos *mass media*[1]. Ao contrário dos grupos de status anteriores, as celebridades são criadas pelo capitalismo: envolvem a mercantilização da reputação e a construção de audiências.

Horkheimer e Adorno (2002) argumentaram, na década de 1940, que as celebridades são o produto de uma “indústria cultural” que mede suas estrelinhas intercambiáveis apenas por seus lucros de bilheteria, transformando todas as performances em propagandas. A celebridade é uma forma distinta de status, em parte porque combina com a vasta escala das organizações sociais modernas e com a mercantilização das comunicações de massa.

Como celebridades consolidadas, músicos se tornaram o espelho de gerações inteiras e movimentavam o imaginário de milhões de pessoas no que diz respeito a comportamento, cultura, relacionamentos, etc. Elvis Presley, *The Beatles*, entre outros, foram formando legiões de fãs ao redor do planeta e viviam em evidência na mídia a cada passo que davam em suas vidas pessoais e profissionais. Com

[1]*Mass media*: Termo em língua inglesa para definição de mídia de massa, que consiste em toda a cadeia de mídia acessível às pessoas. No século XX, era composta, principalmente, por rádio, TV, jornais e revistas.

Michael Jackson não foi diferente, a única diferença é que o estrelato e a notoriedade do astro começaram bem cedo, quando ele ainda era uma criança.

Com o processo de globalização no mundo, especialmente com o aumento ao acesso da internet e do acesso em tempo real a notícias, as celebridades se tornaram ainda maiores, por ter a área de abrangência de sua fama aumentada. Toda essa fama leva ao desejo do público por informação e as notícias começam, então, a serem monetizadas, ao passo que esse tipo de informação passa a ser lucrativo para os grupos de mídia. Tendo em vista esse fenômeno contemporâneo, o dado trabalho visa demonstrar, ao menos sucintamente, os desdobramentos de tal, bem como o uso recorrente do sensacionalismo jornalístico, seguindo o que diz a respeito do assunto Amaral (2005) e Traquina (2005); e o uso de informações digitais dos leitores/consumidores para o aumento de acessos nas notícias em *sites*.

Diante de um objeto rico para uma discussão sobre a temática da cobertura da vida pessoal e profissional de alguns atores sociais, o presente trabalho pretende analisar, através de narrativas jornalísticas recentes, como essa cobertura foi apresentada a respeito de Michael Jackson, desde o começo de sua carreira e ascensão até os momentos de escândalos que marcaram sua vida pessoal e fizeram com que a mídia fizesse uma cobertura assídua de envolvidos direto e indiretamente com os casos, colaborando para a decadência de sua imagem pública. Sendo assim, cabe aqui, perpassar uma análise acerca do documentário *Leaving Neverland*[2] e a repercussão vista a partir do discurso proferido pelas empresas midiáticas que o noticiaram antes, durante e após sua exibição.

As coberturas sobre celebridades podem influenciar o público sobre como este interpreta o artista perante tal situação. De acordo com Wolf (1994), a partir de como o conteúdo é gerado pela mídia, é possível perceber quais recursos são acionados por ela na construção da imagem do artista, e a noticiabilidade a partir dele. Mais especificamente, argumenta-se que, como Jackson é um ícone cultural e objeto de constante observação da mídia e do público, a atenção constante sobre ele induz o imaginário coletivo. Uma vez que o público específico não dispõe de uma fonte de

[2]Leaving Neverland: (trad. da L. Ing.: Deixando a Terra do Nunca) Nome que faz um jogo semântico com a palavra 'Leave' (deixar); [deixar para trás] e Neverland (Terra do Nunca); nome dado por Michael Jackson a seu rancho - em alusão ao mundo fabuloso do personagem Peter Pan, onde ninguém jamais envelhecia - local principal dos atos relatados no documentário do canal HBO.

informação mais confiável para buscar informações sobre o artista, acredita-se que a mídia detém o poder de transformá-lo em herói ou vilão em suas publicações.

Esse trabalho encontra sua relevância por trazer um objeto com comportamento excêntrico que teve um acompanhamento conturbado pela grande mídia. Ao discutir o caso de Michael Jackson, fica evidente como a cultura das celebridades e a influência que ela encoraja faz com que as pessoas se sintam confusas por meio do processo de identificação com a imagem construída que podem consumir. Sua publicidade foi alimentada ainda mais pelo seu estilo de vida controverso (TARABORELLI, 2009). Embora haja muito debate em torno do estilo de vida de Jackson que ocorreu muito antes de sua morte, ele se torna a principal fonte de sua publicidade depois da morte também.

A partir desse enfoque, a temática abordada aqui pretende verificar como, no caso do ator social Michael Jackson, toda a construção de sua fama foi feita, e a forma com que a mídia o tratou como assunto nos diferentes momentos de sua carreira, inclusive na sua morte e em momentos pós-morte, como o documentário *Leaving Neverland*, lançado em janeiro de 2019, principalmente na internet. Esse processo está aportado no que diz Motta (2005) através de uma análise pragmática que o autor faz acerca das narrativas jornalísticas.

A metodologia adotada na concepção desse trabalho se dá pelo método de pesquisa bibliográfica incrementada por estudo de caso em publicações midiáticas. Segundo Severino (2007), a pesquisa bibliográfica é feita por meio de registros disponíveis de pesquisas anteriores ou livros e artigos já trabalhados anteriormente por pesquisadores registrados. Esses documentos tornam-se fontes dos temas pesquisados.

Para Lakatos e Marconi (2001, p. 183), a pesquisa bibliográfica, “[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, materiais cartográficos, etc. [...] e sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto [...]”. Esse conceito é complementado por Andrade (2007), que disserta sobre a pesquisa bibliográfica:

> [...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo [...] não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras (ANDRADE, 2007, p. 185).

Ou seja, a pesquisa bibliográfica usa algo já conceituado antes, porém dá um novo enfoque. Sobre o estudo de caso, Ventura (2007) relata que diversos autores concordam quanto à sua definição como a análise intensa de um caso único, para adquirir conhecimento sobre o mesmo, organizando as informações para preservar o caráter único do objeto de estudo.

Segundo Yin (2014), o estudo de caso propõe a comparação de um objeto a outros semelhantes, nos quais as principais questões da pesquisa são "como?” ou "por quê?" e o objeto de estudo é um evento contemporâneo, logo o modo de pesquisa se encaixa nesse trabalho. O método se desenvolve aqui, por meio do estudo das narrativas midiáticas acerca do ator e fato social analisados, enquanto o “porquê”, relata a rentabilidade de tal narrativa acerca do mesmo ator observado. Complementa-se isso pela afirmação de Lakatos e Marconi (1992), que fala sobre os objetivos de uma pesquisa bibliográfica, assentindo que, por meio dos objetivos, indicam-se a pretensão com o desenvolvimento da pesquisa e quais os resultados que se buscam alcançar.

2 INDÚSTRIA CULTURAL

Sousa (2008) explica que o jornalismo, que é o registro de acontecimentos, sempre existiu de variadas formas por toda a Europa, porém somente a partir da Revolução Gloriosa de 1688 o Reino Unido começou a ter uma atmosfera acolhedora de liberdade de pensamento e expressão bem como de confronto político.

Ainda segundo Sousa (2008), a partir do século XVIII ocorreu a Revolução Industrial, pois, com o surgimento do movimento Iluminista, houve desenvolvimento acentuado e riqueza, devido a fatores como o aumento da produção e o colonialismo, que reforçaram também o comércio e consolidou estados europeus. Além disso, a dissociação progressiva dos Estados à Igreja leva a descobertas científicas, reformas religiosas e avanços científicos que aceleram o processo de urbanização, criação de novas invenções e o aumento significativo da alfabetização.

O autor também pontua que o consumo da cultura de forma massiva tem suas origens por volta de 1450, com a invenção da prensa móvel e a possibilidade de reproduzir e publicar jornais, panfletos e livros completos com mais rapidez, processo que antes era totalmente artesanal e, portanto, lento. Este é um dos acontecimentos que proporciona o início da massificação do consumo de arte, a cultura de massa e os meios de comunicação de massa, apesar de, inicialmente, ser restrito às parcelas mais abastadas da sociedade europeia, que tinham acesso à escolaridade e à possibilidade de comprar tais exemplares.

Segundo Coelho Netto (1993), este acontecimento marca o início do processo que leva à existência da Indústria Cultural, que é explicada por Adorno e Horkheimer (2002) como a regulação da cultura de massa, popular por grandes agências do capitalismo nos mesmos moldes industriais que ramos tradicionais da economia, como extração de petróleo, indústria química, siderúrgica etc. O autor explica que essa transformação leva tempo devido a dois fatores fundamentais: primeiramente foi preciso que houvesse a popularização dos meios de produção de arte para o grande público, ou seja, a alienação das técnicas artísticas para o consumo popular.

Esse processo começa a ocorrer com diversos tipos de produção de arte, como o teatro de revista, que é uma forma simplificada do teatro tradicional e os cartazes, que são uma forma da massificação da pintura, por exemplo. Em segundo lugar, indica que foi necessário um cenário econômico específico, baseado em uma cultura de consumo de bens em massa, para que houvesse público para consumir. Portanto, somente no século XIX o processo de surgimento da Indústria Cultural se inicia, juntamente com o fenômeno da industrialização.

Merton e Lazarsfeld (1948, apud Lima, 2000) afirmam que os meios de comunicação de massa consistem em veículos de propaganda com diversas funções de controle social a favor dos interesses de grupos poderosos, seja com o objetivo de obter lucro ou poder político. Entre as funções, há os efeitos sobre a cultura popular e a "vulgarização do gosto popular" (grifo de LIMA, 2000). Coelho (1993) simplifica esse entendimento explicando que a cultura massificada passa a ser vista não como instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa.

2.1 A notícia como produto

Gobb (2005) explica que, a partir do século XX, o deslocamento da população dos campos para as cidades cria um momento propício para o consumo de notícias. As mudanças sociais fazem com que a busca e interesse por novas informações não ficassem restritos aos acontecimentos do comércio e do governo. Essa busca define um padrão de valor-notícia, que significa a capacidade de entretenimento que a notícia pode levar até o leitor/consumidor, que já não busca mais apenas por informação.

> A capacidade de entretenimento constitui-se como um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir os requisitos necessários para ser construído enquanto narrativa jornalística. Valores-notícia são qualidades dos acontecimentos que produzem as condições de possibilidades para que sejam transformados e contidos em um produto informativo. Notícia, nesse sentido, é entendida como produto industrial resultante de um processo empresarial organizado que implica em uma perspectiva prática dos acontecimentos. (AGUIAR, 2008, p.14).

Com a demanda por uma nova alternativa, surgem os tabloides. Apesar de não serem muito diferentes dos jornais já existentes, seu objetivo era regionalizar o conteúdo apresentado e se diferenciava por não estampar as notícias do dia, como os outros jornais, e ia mais a fundo dentro de assuntos sensacionalistas, como o cotidiano das estrelas de Hollywood na década de 1920.

A partir da última década do século XX, o volume e a velocidade de circulação e *feedback* de informação aumentaram dramaticamente (AGUIAR, 2008). No entanto, escândalos de mídia de celebridades tornaram-se onipresentes, um fenômeno mundial, e como todo fenômeno dentro do capitalismo, esse também se fez extremamente rentável. Esse fenômeno abriu precedente para a expansão de um comportamento jornalístico chamado de Sensacionalismo.

2.1.1 O Sensacionalismo

Segundo Amaral (2005), o sensacionalismo, no âmbito jornalístico, pode ser entendido como o apelo ou elucidação excessiva, através de fatores narrativos, para o exagero no detalhamento de um objeto noticiado.

Isso se dá, em parte, pela necessidade constante do profissional jornalista adequar o que escreve à realidade editorial de onde escreve, tendo de ser objetivo acerca do que discorre sem deixar de ser informativo, numa análise generalizada. A própria noção da objetividade sugere que a produção textual dos profissionais desse campo é mais uma “construção da realidade” (TRAQUINA, 2005) do que o seu reflexo em si.

De acordo com Enne (2007), existem alguns artifícios utilizados na construção da notícia sensacionalista, dos quais, alguns, serão apresentados no decorrer do trabalho nos títulos atribuídos a algumas matérias que envolvem o documentário que aqui está em análise. Dentre os que os que a autora lista como características predominantes, pode-se relacionar como os mais recorrentes no caso estudado:

> A utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional: manchetes “garrafais”, muitas vezes seguidas por subtítulos jocosos ou impactantes; presença constante de ilustrações, [...] e na construção narrativa, a recorrência de uma estrutura simplificadora e maniqueísta; (ENNE, 2007, p.6).

Se a demanda noticiosa é revestida em receita, tem-se um processo comum da necessidade de se conseguir o aumento do consumo do que é noticiado. Logo, as chamadas extravagantes servem para chamar a atenção do público, uma espécie de recurso publicitário para o jornalismo.

2.2 A Criação dos Mitos

Uma das consequências importantes da comunicação de massa é o aumento do público de massa e de oportunidades para desenvolver relacionamentos com personagens míticos, aqueles que Marshall (1997, p.57) descreveu como pessoas que “expressam nossos mais profundos objetivos e valores”, dando credibilidade ao nosso cotidiano por meio do poder de imaginação. Esses personagens míticos eram tradicionalmente baseados em pessoas heroicas, mas hoje são derivados principalmente de celebridades. Campbell (1988, p. 15) fez uma importante distinção entre heróis e celebridades. O autor afirmou que os heróis agem para redimir a sociedade, enquanto as celebridades vivem apenas para si.

Em contraste com um herói, uma celebridade é alguém que é simplesmente notável por ser conhecido e pode ou não servir sacrificialmente aos outros. Boorstin (1961, p. 61) explicou as diferenças da seguinte forma: “O herói se distinguiu por sua conquista, a celebridade por sua imagem ou marca registrada. O herói criou a si mesmo; a celebridade é criada pela mídia. O herói era um homem grande, a celebridade um grande nome”. Simplificando, Boorstin (1961) diz que a celebridade é mais uma pessoa conhecida por ser muito conhecida.

> Novamente confundindo nossa capacidade com nossa necessidade, temos preenchido o mundo com fama artificial. (...) Tendo manufaturado nossas celebridades, tendo, quer queiramos ou não, feito deles nossa Ursa Menor - a estrela-guia de nosso interesse - nós estamos tentados a acreditar que eles não são sintéticos de maneira alguma, que eles são ainda, de alguma maneira, heróis divinos que agora abundam com uma maravilhosa prodigalidade moderna (BOORSTIN, 1961, p. 769).

Ou seja, a cultura de celebridades cria uma espécie de grupo mitológico. É como se esses indivíduos fossem entidades superiores, capazes de coisas além da natureza humana e passassem a ser onipotentes, conseguindo agir sobre tudo e todos à sua própria maneira e vontade. Morin (1997) usou de uma analogia ao

Monte Olimpo, morada dos deuses gregos, segundo a mitologia, para descrever as celebridades pós-modernas, as chamando de olimpianos.

No encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os olimpianos modernos. A pequena metáfora ilustra alguns conceitos sobre uma classe de pessoas especiais na cultura de massa: os olimpianos. A influência que os novos deuses midiáticos exercem é poderosa (NETO; PERSICHETTI, 2010).

2.3 A mídia e o show de celebridades

Houve um tempo em que a cobertura noticiosa das celebridades se limitou principalmente a tabloides, revistas distintas e seções especiais de jornais. Hoje, notícias de celebridades são um fenômeno endêmico; ela encontrou o seu lugar em todo o espectro de mídia, onde provou sua capacidade de atrair uma ampla gama de públicos e impulsionar o consumo (ROJEK, 2008).

Cobertura de celebridade tornou-se onipresente e difundida mesmo na medida em que constitui uma nova normalidade no mundo da mídia contemporânea. A crescente presença de notícias de celebridades tem sido frequentemente submetida a relatos críticos da mídia e das indústrias culturais.

> É importante notar que estrelas e celebridades não são apenas produtos e produtores de trabalho alienado; eles também personificam a ideologia do capitalismo. A celebridade como indivíduo público que participa abertamente como um bem comercializável serve como um poderoso tipo de legitimação do modelo político-econômico de troca e valor - a base do capitalismo - e estende esse modelo para incluir o indivíduo (ROJEK, 2008, p. 221).

De acordo com Kellner (2003), o status da celebridade depende da atenção do público, enquanto o do herói não é. Construir imagens de celebridades tornou-se uma grande indústria nos Estados Unidos, aumentando o número de repórteres de entretenimento, publicitários e consultores de imagem. Apesar das distinções entre heróis e celebridades, as pessoas desenvolvem laços psicológicos com os dois grupos e procuram imitar suas vidas. O posicionamento de celebridades como amorais tem implicações sociais negativas, porque o caráter moral é central para a identidade dos heróis tradicionais.

A consciência pública tende a perceber a cobertura das celebridades em termos de um prazer sujo de repórteres sensacionalistas que capitalizam em expor a vida privada dos famosos. É considerado por muitos como o ‘planeta negro’ do jornalismo contemporâneo. Como sintoma da tabloidização, ela é vista como contribuindo para emburrecer o conteúdo noticioso e a qualidade jornalística (KELLNER, 2008).

Por outro lado, as empresas jornalísticas ainda são empresas. Manter a qualidade de seu produto *versus* a rentabilidade nem sempre é fácil e, estando dentro de um sistema no qual elas têm de ser rentáveis para se manter em funcionamento, a qualidade pode ser perpassada pelo interesse monetário.

Devido à sua estreita relação com o consumo, o conteúdo de celebridades pode ser percebido como um veículo perfeito para a propagação de valores consumistas (DYER, 1979). A presença generalizada e crescente de notícias de celebridades pode, portanto, ser vista como um sinal de decadência e deterioração do jornalismo.

O público tende a pensar, no entanto, que desenhar uma relação antagônica entre notícias de celebridades e outros domínios do jornalismo inevitavelmente colocam os estudos de jornalismo para trás. Tal distinção não só se desconecta das realidades da produção e do consumo jornalístico; ela sofre de uma tendência a idealizações quando se trata da relevância social do jornalismo (KELLNER, 2003).

Essa relevância social diz respeito ao papel do jornalismo de difundir informações úteis ao público que o consome, não importa o cunho dessas informações.

3 A INTERNET

Limeira (2007) define a internet como uma rede mundial de computadores interligados, transmitindo informações. Dentre os meios de comunicação, é o primeiro que permite a interação entre pessoas e empresas com baixo custo e alta velocidade. Este meio surge no período da Guerra Fria entre os Estados Unidos e a URSS, com a necessidade de se melhorar a comunicação americana.

Segundo Silva (2010) a web 1.0 foi caracterizada pela presença de conteúdo criado apenas por especialistas. O usuário realizava ações simples como leitura de informações e contato através de redes de informações como *e-mails* e salas de *chat.* O usuário era passivo, não precisava ter conhecimentos técnicos, apenas escolher os recursos que suprissem suas necessidades. Segundo Primo e Smaniotto (2006), citados por Silva (2010), ocorre durante os primeiros 10 anos de internet como uma ferramenta pública, ou seja, de 1995 até meados de 2005.

Já a web 2.0 foi caracterizada pelas colaborações. O usuário também pode enviar textos e outras mídias, além de contribuir com discussões iniciadas por outros. O usuário tem sua participação como produtor e consumidor de conteúdo ainda mais evidenciado. O foco não é a técnica como a web 1.0, mas sim nas pessoas e nos serviços que elas usam (SILVA, 2010).

Surgem então, após a inserção da web 2.0 em escala global, diversas ferramentas para comunicação direta entre usuários e exposição de conteúdo feito pelos próprios, como os blogs, que provocam reflexão pessoal e social sobre diversos temas (SANTAMARIA, 2005, apud SILVA, 2010). Assim como programas para compartilhamento de fotos, hábitos, mensagens e também as *wikis*, enciclopédias online feitas com contribuições de diversos autores (SILVA, 2010). Apesar da grande quantidade de informações, fica a cargo do usuário a interpretação, sendo que a internet apenas a apresenta (LÓSCIO, 2007 apud SILVA, 2010).

Um fenômeno que pode ser observado é a existência de conteúdo que “viraliza” e se espalha, isto é, se torna algo comum em pouco tempo. Isso ocorre devido à identificação pessoal e influência do meio em que as pessoas estão inseridas. A probabilidade de aceitação do que está na internet é relacionado à

aderência dos amigos com aquele conteúdo, especialmente nas redes sociais (SANTANA, 2013).

A web 3.0 também é chamada de Web Semântica, devido ao uso de nova linguagem que incorpora informações sobre o significado de algo. Logo, as informações têm relação uma com a outra. Os computadores entendem as informações ao invés de só disponibilizá-las ao usuário, de forma que bases de dados são interligadas para que o computador interprete e dê uma melhor experiência para o usuário (SILVA, 2010).

É exatamente através dessa experiência que funciona o Google AdsSense[3], uma ferramenta digital que possibilita às empresas entenderem qual produto e quando oferecer a seus usuários. Com as empresas de mídia, não é diferente. De acordo com o perfil do usuário percebido pelo algoritmo, lhe são oferecidos produtos, que, no caso aqui avaliado, são as notícias, de acordo com os assuntos e personalidades dos quais ele tenha demonstrado interesse em suas atividades pela internet.

3.1 *Google Ads*

A partir da existência da web 3.0, as empresas de tecnologia passam a coletar informações dos usuários para que a experiência de uso seja cada vez mais personalizada. Isto é possível através dos *cookies*, que são arquivos gerados pelo comportamento dos usuários dentro de *sites* (SCHMIDT; ROSENBERG, 2014).

Dentre as ferramentas que fazem parte deste processo, há o *Google Ads*. É relevante citar que esta ferramenta é parte fundamental de como os *sites* conseguem lucrar, já que a empresa à qual pertence, a gigante de pesquisas *Google*, detinha mais de 92% de todas as pesquisas online, no período entre os meses de julho de 2018 a 2019 (STATCOUNTER, 2019).

[3]https://ads.google.com › intl › pt-BR_br

Segundo o *site* oficial do próprio *Google* (2019), o *Google Ads* consiste em uma plataforma de anúncios pela internet, onde os anunciantes pagam para apresentar propagandas, ofertas, produtos, conteúdos em vídeos e outras formas de comunicação, dentro de uma rede de anúncios ligada a diversos *sites.* Ao interligar os hábitos de consumo, pesquisa e interesses do usuário com esses anúncios e *sites* ligados ao tema do anúncio, o Google consegue criar um sistema de pagamento por cliques que beneficia também as páginas anunciantes.

Segundo artigo do especialista em consumo digital John Rampton para a Revista Forbes (2014), o local de onde vem o acesso, o perfil de consumo daquele usuário e o tema sendo tratado na página influenciam na forma como o pagamento é feito, podendo variar entre US$ 0,06 por clique em *sites* direcionados a artes e entretenimento ou até mesmo US$ 1,80 por clique para serviços financeiros. Portanto é a partir deste sistema que os *sites* conseguem criar espaços publicitários e lucrar a partir de acessos e cliques relacionados ao seu conteúdo.

4 MICHAEL JACKSON: UM FENÔMENO MIDIÁTICO

4.1 O início de carreira

Nascido em 29 de agosto de 1958 em Indiana, Estados Unidos, Michael Joseph foi o sexto de nove filhos do casal Joe e Katherine Jackson. Atento às mudanças de liberdade civil no país e a conquista crescente de espaço pelos negros na rádio, Joe incentivou os filhos a montarem um grupo musical e se lançarem nas rádios locais, depois de se frustrar com uma tentativa em sua própria carreira musical.

> Impressionado com a musicalidade de Tito, bem como as de Jermanie e Jackie, e com o apoio de Katherine; o sonho pessoal de Joe foi substituído por um desafio familiar. Na época, Joe não precisava ir longe para conseguir uma inspiração criativa para um grupo familiar de R&B. (GEORGE, et. al. 2011, p.21).

Depois de formado o grupo composto pelos irmãos, algumas reconfigurações entre eles foram feitas, e o pequeno Michael entrou enquanto a banda ainda se chamava “The Jackson Brothers”. Logo depois, em sua configuração final, já conhecida pelo público local, e em pouco tempo pelo nacional, o grupo se consolidou sobre o nome “The Jackson 5”.

Com o crescimento da popularidade dos irmãos, as aparições na Tv e as reproduções nos rádios passaram a ser constantes. O pequeno Michael, como era chamado pela imprensa e pelo grande público, já impressionava pela sua extensão vocal e pela profundidade de suas interpretações carregadas de sentimento, admiráveis pela pouca idade do cantor. (VIEIRA, 2011).

4.2 Sucesso na adolescência e carreira solo

Com o sucesso na mídia americana o enaltecimento que os veículos e críticos davam ao caçula do grupo, o colocando como o verdadeiro destaque entre os irmãos, a carreira solo veio logo na adolescência, durante a década de 1970. Ser só um Jackson se mostrava menor que o sucesso do rapaz. O nome Michael, nesse tempo, já demonstrava mais força que os outros quatro nomes juntos.

Já adolescente em carreira solo a mídia acompanhava o amadurecimento profissional do cantor que agora se transformava em símbolo sexual e ídolo de histéricas adolescentes. (VIEIRA, 2011). Alguns *singles*[4] lançados e pronto: o nome Michael Jackson já tocava nas rádios de todo o território americano.

A consolidação dos Estados Unidos como a maior potência global e difusor de valores culturais influenciou em todo esse processo, por conta do que foi chamado Imperialismo Norte-Americano, que, segundo Boron (2006), consiste na nomenclatura embrionária de globalização, porém constando que no caso do Imperialismo norte-americano, este difundia de forma agressiva mercadologicamente e socialmente sua cultura de modo geral.

Conforme a carreira do astro se desenvolvia, o planeta começava a entrar num forte processo de globalização decorrente da forma em que as novas gerações seguiam aquilo que imperava na cultura americana ainda mais de perto e, com o advento dos videoclipes, os artistas musicais se tornavam as maiores estrelas a serem observadas.

4.3 Thriller: A popularização dos videoclipes e o sucesso global

Em 1983, Michael lança seu álbum mais adulto desde então. As canções com letras que deixavam de se referir a amores adolescentes como as dos trabalhos anteriores e a exploração do seu lado símbolo sexual são o carro-chefe de Thriller. Em alta no canal americano recém-lançado MTV, especializado em música, os videoclipes eram o maior sucesso de audiência pelo público jovem americano da época (GOODWIN, 1992). Então, o videoclipe da música que dava nome ao álbum de Michael Jackson é lançado e a MTV se torna ainda mais popular.

> É como se Michael Jackson tivesse sido o criador do canal MTV. Os números de expectadores depois de Thriller subiram tanto, que o número anterior é como se fosse inexistente. O impacto que o videoclipe teve e tem para cultura pop mundial é para consagrar a música como o maior

[4]Single: termo em inglês que, na indústria fonográfica, significa a música de trabalho. Uma única música vendida isoladamente para divulgar o artista em rádios e plataformas de áudio. Ao longo do tempo, os singles foram comercializados em formatos de fita cassete, cds, downloads na internet e, nos dias atuais, também por aplicativos de música em âmbito digital.

> lançamento musical de todos os tempos, sem exagero. (GOODWIN, 1992, p.29).

A fama cresceu com Thriller no mundo todo. A globalização fez com que os videoclipes se tornassem populares em todo o planeta e é claro que esse em específico logo se tornou assunto da mídia. Na revista Veja de janeiro de 1983, o crítico de música e colunista da revista, Okky de Souza, classificou o artista em sua coluna de música como “Fora do Padrão” e critica positivamente as soluções originais que tornaram o disco Thriller um sucesso. O cantor é tratado como inovador da música negra americana (VIEIRA, 2011).

Conhecido internacionalmente, a vida adulta do cantor passa então a ser foco de milhões de pessoas. As pessoas já não queriam mais ser expectadoras do que ele iria lançar musicalmente. Elas queriam saber o que ele vestia, comia, fazia, com quem, onde e porquê. A sociedade do espetáculo já não podia se ocupar apenas de suas músicas e videoclipes: o mito a nível global começava a se estabilizar.

A cada lançamento de álbum e videoclipe, o cantor se tornava mais reconhecido e mais seguido por uma legião de fãs. Garoto propaganda das maiores marcas do mercado mundial, a voz, a dança, o cabelo, o corpo, as roupas e as maneiras de Michael se faziam presentes entre os temas veiculados em matérias para suprir o desejo insaciável do público de informações sobre ele.

4.4 Os escândalos pessoais e o frenesi dos tabloides

Consolidado no status de uma celebridade planetária, as vidas pessoal e profissional de Michael Jackson pareciam ser de duas pessoas diferentes. No âmbito profissional, quebrou todos os recordes possíveis de vendas e popularidade e se tornou um dos homens mais ricos do mundo, segundo a revista Forbes (2019) e o Guiness World Record Books, o livro dos recordes (2019). No lado pessoal, apesar de uma personalidade reclusa, polêmicas, controvérsias e especulações surgem o tempo todo.

> A mídia sempre acompanhou Michael Jackson. Os recursos tecnológicos e as excentricidades de seus shows e videoclipes não foram os únicos

> espetáculos da trajetória do rei do pop. Sua vida, assim como sua morte, foi um espetáculo de grande proporção (OLIVEIRA POZOBON, 2009, p. 230).

Michael esteve nos holofotes por diferentes razões durante sua vida: a fama de criança prodígio, depois adolescente promissor, jovem talentoso, artista que arrastava multidões; até que vieram os casos de acusação de abusos sexuais contra menores, na década de 1990.

> Nos anos 90 também surgiram as denúncias de pedofilia, quando Jordan Chandler, de 13 anos, o acusou de abuso sexual. Em meio ao escândalo, Jackson casou com Lisa Marie Presley (para se divorciar dois anos depois) e depois com Deborah Rowe (com quem teve dois filhos) (FRANÇA, 2010).

Tanto os escândalos de teor sexual quanto os rumores por trás dos casamentos foram munições suficientes para o cantor estar em evidência na mídia toda semana. A importância de Jackson para o mundo da música é indiscutível, mas é seu comportamento excêntrico que recebeu mais atenção na mídia. A personalidade pública complicada de Michael Jackson, na vida e na morte, previsivelmente influenciou a maneira pela qual ele foi representado visualmente. Um músico cujo sucesso explodiu durante a geração MTV, a fama de Jackson é baseada tanto em sua música quanto em sua imagem (TARABORRELLI, 2009).

4.5 Foco da mídia até depois da morte

Possuidor de uma carreira extremamente midiatizada, a morte do Rei do Pop não poderia receber menos atenção. Assim como sua vida, foi espetacularizada e se fez centro das atenções, como já se era esperado.

> A indústria do entretenimento se voltou para a cobertura de um evento sem precedentes: o último show de Michael Jackson. O espetáculo teve de tudo: artistas famosos, forte apelo dramático e venda das licenças de transmissão. Um entretenimento para ser vendido, consumido e comentado. O fim do limite entre o show e a tragédia. (OLIVEIRA POZOBON, 2009, p. 230).

Tendo uma carreira frequentemente envolvida em rumores e muita especulação, a morte de Michael também foi rodeada de incertezas e dúvidas que a mídia alimentava para o imaginário do público. França (2010, p. 2) ilustra bem isso,

quando afirma que “envolto em dívidas, ele ensaiava para a série de concertos “*This is it*”, que teria início em 13 de julho de 2009, quando teve uma parada cardíaca e morreu em circunstâncias ainda não esclarecidas”.

Considerado a pessoa mais famosa do mundo[5] e portador do maior *fandom*[6] que já existiu, é evidente que sua fama não se limitou à vida. Mesmo depois de morto, muitas das questões levantadas pelo público ainda estavam sem respostas, o que fazia com que os meios midiáticos continuassem a repercutir sua história. Um bom exemplo disso é a rede social Twitter. Camargo (2010) pontua que o Twitter também sentiu o peso da morte do cantor. O sistema teve dificuldades em ficar no ar devido à avalanche de acessos e visitas, tendo registrado nos primeiros minutos após a confirmação da morte cerca de 100 mil posts por hora.

A sua relevância para o mercado musical também não foi diminuída após sua morte. Segundo levantamentos feitos pela revista Forbes, da data de sua morte até 2019 Michael já tinha gerado mais de 2 bilhões de dólares, valor bem semelhante ao valor que ele tinha angariado em vida durante uma carreira bem-sucedida (FORBES, 2019).

[5]Michael Jackson é eleito a pessoa mais famosa e com o maior número de fãs tido por um artista: Jackson é o artista com maior número de fãs espalhados pelo mundo. Desde de 2009, estima-se que 4,8 bilhões da população mundial sejam fã do astro. Pesquisa feita pela CNN, BBC e Harvard University. Disponível em guinnessworldrecords.com. Acessado em 08 de Agosto de 2019.

[6]*Fandom* é um termo em inglês surgido da mistura de duas palavras: *fan* (fã) e *kingdom* (reino). É utilizado para designar as comunidades de fãs de um determinado produto cultural, geralmente aportadas na internet. Representa mais do que um simples grupo de amigos reunidos para conversar sobre um gosto em comum; é um verdadeiro domínio de amplitude global, ativo, envolvido, consumidor e produtor de conteúdo.

5 ESTUDO DE CASO

Esse trabalho tem como norte principal identificar como a mídia cria mitos sociais por meio de celebridades, e todas as nuances entre a criação, o enaltecimento e a decadência dessas pessoas que, por meio da fama, veem o jogo midiático por trás do interesse financeiro se movimentar de acordo com aquilo que se mostra mais rentável a partir do interesse do público geral.

Para efeitos dessa pesquisa, foi feito um recorte de tempo, que prioriza desde as primeiras postagens sobre o documentário *Leaving Neverland* do canal HBO, o qual foi apresentado no Festival de Cinema de Sundance em 25 de janeiro de 2019. O recorte feito aqui se baseia no que foi postado sobre o documentário desde o dia de sua exibição no festival, até uma semana após sua exibição nas tvs americana e britânica, dia 14 de março de 2019; por 3 dos maiores *sites* de notícias do mundo: o americano "*TMZ*", e os britânicos "*The Mirror*" e "*The Sun*".

O intuito deste recorte é analisar a maneira e a frequência com que a mídia veiculou as notícias de um ator social dessa magnitude nos tabloides, 10 anos após sua morte. Vale ressaltar que a finalidade aqui não é a veracidade ou a falta dela naquilo que foi dito no documentário, mas sim, como os veículos de notícias analisados trataram do assunto em si e tudo que o circundava, e a repercussão disso. Para tal, a análise primária do caso seguirá os critérios de noticiabilidade jornalística, sobretudo no webjornalismo, uma vez que esta se faz sobre domínios digitais.

5.1 *Leaving Neverland*

O documentário dirigido e produzido pelo cineasta britânico Dan Reed tem como objetivo mostrar a trajetória das relações de Michael Jackson com dois homens que alegam terem sido violados sexualmente pelo cantor, quando ainda eram crianças. Rapold (2019), detalha a obra da seguinte maneira:

> O metódico documentário de Dan Reed [...] relata como Wade Robson e James Safechuck entraram no mundo de Michael Jackson e nunca mais foram os mesmos. Agora, com seus 30 anos, os dois descrevem os anos de abusos sofridos na infância durante relacionamentos com a estrela,

> escondidos a plenos olhos. [...] O documentário conta com entrevistas concisas das mães dos rapazes e de parentes próximos, reconhecendo (ou não) suas responsabilidades e fotos aéreas do rancho Neverland. Robson, um coreógrafo de música pop que trabalhou com Britney Spears e NSYNC nos anos 90, e o abismalmente triste e decepcionado Safechuck (que foi modelo e ator, quando criança) emergem como horríveis vítimas da cultura moderna de aniquilação causada pela obsessão com celebridades. Para isso também, é o assunto tratado por Reed aqui, culminando num final em que, nos créditos, fotos de lembranças de MJ são queimadas. (RAPOLD, 2019, p.1).

Mostrado sob seus relatos pessoais acrescidos de materiais como fotos, vídeos e áudios, o produto cria uma linha temporal que traça desde o primeiro momento onde os personagens conheceram Michael Jackson, até sua morte em junho de 2009.

5.2 Os veículos de mídia

Desde que o documentário foi exibido no Festival de Cinema de Sundance, os canais de notícias começaram a repercutir. Foi noticiado, além do impacto causado nos expectadores da exibição, as consequências dela. A reação de familiares, outras celebridades e fãs foi um dos tópicos mais levantados.

5.2.1 TMZ

TMZ é um *site* fundado e sediado nos Estados Unidos, lançado em 8 de novembro de 2005, especializado em notícias de celebridades, também chamado de tabloide.

De acordo com o *site* SimilarWeb, especializado em analisar o engajamento e o alcance das páginas na internet, o *TMZ* recebeu mais de 54,25 milhões de acessos de janeiro a julho de 2019. Ainda segundo o *site* de análise, a média de leitura de matérias é de 2,21 por leitor, o que evidencia que, geralmente, uma notícia chama atenção para outra, e a seleção de notícias correlacionadas ao fim de cada matéria apresentada influencia o leitor a continuar dentro do domínio digital da página em que está lendo, gerando mais publicidade e renda à empresa jornalística.

Ainda segundo o SimilarWeb, em julho de 2019, o *site* do *TMZ* (tmz.com), era o 33º site mais acessado do mundo na categoria Artes e Entretenimento; e o 1.401° entre todos os *sites* disponíveis na internet global (SIMILARWEB, 2019).

O *site* americano, dentro do período analisado, realizou 27 postagens online diretamente relacionadas ao documentário *Leaving Neverland* e seus desdobramentos.

5.2.2 *The Sun*

Lançado como a versão tabloide do jornal britânico *Daily Herald*, o *The Sun* é um dos maiores jornais especializados em notícias sobre celebridades do mundo, inclusive hoje em dia, no âmbito digital.

Segundo as análises do SimilarWeb (2019), o *The Sun*(thesun.co.uk) era o 479º *site* mais acessado do planeta em julho de 2019, e o 79° mais acessado na categoria Notícias e Mídia, perpassando 140,3 milhões de acessos entre os meses de janeiro a julho do mesmo ano.

Entre os dias 25 de janeiro de 2019 e 14 de março de 2019, foram feitas 211 postagens pelo The Sun, relacionadas ao documentário *Leaving Neverland* e à recepção de celebridades e familiares de Jackson acerca dele.

5.2.3 *The Mirror*

Inaugurado em 1903 na Inglaterra, o jornal *The Mirror* se consolidou como um dos maiores veiculadores de notícias na Europa no século XX. Pertencente ao conglomerado de mídia *Reach PLC*, que segundo a própria companhia, é o maior jornal, revista e editor digital da Grã-Bretanha, e possui um portfólio impresso e on-line que atinge 38,6 milhões de pessoas todos os meses, presente também na Escócia e País de Gales, com mais de 150 títulos de jornais e mais de 80 *sites*. (THE MIRROR, 2019). Se dividindo em subgrupos de jornais para áreas específicas do jornalismo, como o *Daily Mirror* nas publicações diárias e o *Sun Mirror* para os periódicos especiais de domingo, a empresa está presente há mais de um século no cotidiano noticiário da população britânica.

De acordo com o SimilarWeb, o *site* do jornal *The Mirror* (themirror.co.uk) recebeu, entre janeiro e julho desse ano, 100,21 milhões de acessos, o que o consolidou como o 123° maior *site* do mundo na categoria Notícias e Mídia e o 758° mais acessado na categoria geral de *sites* existentes na internet a nível global. (SIMILARWEB, 2019).

Dentro do período em análise aqui, o site britânico publicou 134 posts relacionados ao documentário do canal HBO sobre Michael Jackson, desde o anúncio de sua estreia em Sundance até as repercussões na mídia local após a exibição na TV.

5.3 Análise temporal de postagens sobre a mesma abordagem

O intuito desse ponto é expor as formas como os *sites* observados postaram matérias sobre alguns assuntos em comum, no mesmo dia, relacionados à veiculação do documentário e sua repercussão.

No Quadro 1, é feita a exposição de como os meios analisados nesse trabalho publicaram as notícias sobre a exibição do documentário no Festival de Cinema de Sundance:

Quadro 1: O lançamento do documentário *Leaving Neverland*

Comparação das notícias dadas pelos sites sobre a primeira exibição do documentário *Leaving Neverland*			
DATA	**TMZ**	**THE SUN**	**THE MIRROR**
25/01/2019	"Acusadores chegam para a exibição de *Leaving Neverland* e são ovacionados". [7]	"O documentário '*Leaving Neverland*' sobre Michael Jackson vai despertar o medo dos policiais do RIOTS, à medida que os superfãs se chocam com acusadores de pedofilia na exibição".[8]	O site não publicou, na data determinada, nenhuma matéria sobre o assunto recortado.

Fontes: TMZ (2019); THE MIRROR (2019); THE SUN (2019). Elaborado pela autora.

[7] ACCUSERS ARRIVE FOR SCREENING... Get Standing Ovation (tmz.com, 2019)
[8] 'Leaving Neverland' documentary about Michael Jackson will spark RIOTS cops fear as superfans clash with pedophile accusers at screening (thesun.co.uk, 2019)

Passado o primeiro contato com o público geral, agora, já repercutia entre os que eram próximos ao cantor. Como mostra o Quadro 2, no dia 28 de janeiro de 2019, o foco da mídia estava na reação dos familiares do cantor à exibição do documentário.

Quadro 2: Familiares de Michael Jackson repercutem junto com o documentário

Notícias sobre as reações de familiares do cantor			
DATA	**TMZ**	**THE SUN**	**THE MIRROR**
28/01/2019	"Família de Michael: *Leaving Neverland* é uma linchação pública. MJ foi inocentado no tribunal". [9]	"Família de Michael Jackson gasta milhões para desacreditar acusador de abusos sexuais, para proteger um império musical multi-bilionário".[10]	"Família de Paris Jackson entra em ação enquanto ela 'entra na reabilitação por causa de documentário'".[11]

Fontes: TMZ (2019); THE MIRROR (2019); THE SUN (2019). Elaborado pela autora.

Nos dias 03 e 04 de março de 2019, o documentário foi exibido ao grande público na TV norte-americana, pelo canal HBO. A obra foi adaptada e dividida em duas partes; e a imprensa se dividiu, nos dias 04 e 05 de março na repercussão sobre os fãs e aqueles que defendiam o cantor; e aos comentários de passagens mais emblemáticas mostradas durante a exibição televisiva.

[9] JACKSON FAMILY: 'LEAVING NEVERLAND' IS A PUBLIC LYNCHING... MJ Was Found 'Innocent' In Court!!!(tmz.com, 2019).
[10] .Michael Jackson's family 'to spend millions rubbishing Surviving Neverland sex abuse claims to protect multi-billion music empire' (thesun.co.uk, 2019).
[11] Paris Jackson family leap into action as she 'checks into rehab over documentary' (mirror.uk.co, 2019).

Quadro 3: *Leaving Neverland* na TV americana depois do 1° dia

O primerio dia de exibição na TV americana			
DATA	**TMZ**	**THE SUN**	**THE MIRROR**
04/03/2019	“Sobrinho de Michael Jackson detona seu acusador Wade Robson: ‘Sua história continua mudando’”. [12]	“#MJINOCENTE: Documentário *Leaving Neverland* causa fúria nos fãs da estrela que afirmam que acusadores sexuais estão "mentindo por entre os dentes”.[13]	“Michael Jackson: 'casamento infantil' doentio e presentes que ele deu como recompensa por estupro. James Safechuck afirma que se casou com Michael Jackson em uma cerimônia em seu quarto quando tinha apenas 10 anos de idade em um novo documentário explosivo, *Leaving Neverland*”.[14]

Fontes: TMZ (2019); THE MIRROR (2019); THE SUN (2019). Elaborado pela autora.

O Quadro 3 mostra a repercussão depois do primeiro dia de exibição, enquanto o Quadro 4 mostra as notícias publicadas dia 05 de março, após a exibição integral do documentário, que foram bem mais numerosas e diversificadas.

[12] MICHAEL JACKSON'S NEPHEW SLAMS MJ ACCUSER WADE ROBSON ...His Story Keeps Changing (tmz.com, 2019).
[13] #MJINNOCENT Michael Jackson Leaving Neverland doc sparks fury from star’s fans who claims sex accusers are ‘lying through their teeth’ (thesun.co.uk, 2019).
[14] Michael Jackson's sick 'child wedding' and 'gifts he lavished as rewards for rape' James Safechuck claims he married Michael Jackson in a ceremony in his bedroom when he was just 10 years old in explosive new documentary Leaving Neverland (mirror.co.uk, 2019).

Quadro 4: *Leaving Neverland* na TV americana depois do 2° dia

A exibição completa na TV americana			
DATA	**TMZ**	**THE SUN**	**THE MIRROR**
05/03/2019	"Fat Joe e Steve Wonder não estão prontos para cancelar o legado de Michael Jackson...não ainda". [15] _____ "Michael Jackson: Policiais de Los Angeles estão em alerta sobre vandalismos na Calçada da Fama depois de *Leaving Neverland*".[16] _____ "D.L. Hughley: Se você der licença a Michael Jackson, é porque você está cego por seu talento".[17]	"TÁTICA VIL: Michael Jackson forçou crianças a encarar Peter Pan enquanto os molestavam por trás, afirma acusador Wade Robson".[18] _____ "MENTIROSO: Michael Jackson 'treinou' James Safechuck e 'forçou-o a mentir para proteger a superestrela' durante investigação sobre abuso sexual".[19] _____ "UMA FITA PERDIDA: Piers Morgan teme que Michael Jackson seja um 'abusador em série' depois de recordar a entrevista de 1999 com a estrela do Good Morning Britain".[20]	"Filha de Michael Jackson, Paris, teme que sua carreira seja afetada após Leaving Neverland".[21] _____ "Em prantos, Michael Jackson disse a Piers Morgan que ele preferia cortar os próprios pulsos antes de machucar uma criança".[22] _____ "Peter Andre defende Michael Jackson em meio a acusações de abuso sexual: 'Não proíba sua música'".[23]

Fontes: TMZ (2019); THE MIRROR (2019); THE SUN (2019). Elaborado pela autora.

Nos dias 06 e 07 de março de 2019 foi a vez de o Reino Unido assistir ao documentário pela televisão. Assim como nos Estados Unidos, o documentário foi

[15] FAT JOE, STEVIE WONDER NOT READY TO CANCEL MJ'S LEGACY ... Not Yet (tmz.com, 2019).
[16] MICHAEL JACKSON WALK OF FAME STAR VANDALS BEWARE ...Cops On Alert After 'Leaving Neverland'(tmz.com, 2019).
[17] D.L. HUGHLEYIF: YOU GIVE MICHAEL JACKSON A PASS ...You're Blinded By His Talent (tmz.com, 2019).
[18] VILE TACTIC: Michael Jackson forced kids to stare at Peter Pan figure while molesting them from behind, claims sex accuser Wade Robson (thesun.co.uk, 2019).
[19] LIAR LIAR Michael Jackson 'trained' James Safechuck and 'forced him to lie to protect superstar' during sex abuse probe (thesun.co.uk, 2019).
[20] A LOST TAPE Piers Morgan fears Michael Jackson was a 'serial abuser' after recalling 1999 interview with star on Good Morning Britain (thesun.co.uk, 2019).
[21] Michael Jackson's daughter Paris 'fears Leaving Neverland will damage her career' (mirror.co.uk, 2019).
[22] Tearful Michael Jackson told Piers Morgan he'd 'slit wrists before harming kids' (mirror.co.uk, 2019).
[23] Peter Andre defends Michael Jackson amid sex abuse allegations: 'Don't ban his music' (mirror.co.uk, 2019).

adaptado e dividido para exibição em duas partes, em dois dias seguidos. A repercussão da mídia britânica no dia seguinte foi ainda maior do que nos dias subsequentes à exibição em solo americano.

No Quadro 5 está a síntese do que foi dito a respeito do documentário um dia após sua exibição, e no quadro 6 está exposto o trabalho da mídia repercutindo o assunto e seu principal ator social envolvido, uma semana depois da mostra televisiva:

Quadro 5: A exibição de *Leaving Neverland* na TV britânica

Um dia após a exibição completa de Leaving Neverland na TV britânica			
DATA	**TMZ**	**THE SUN**	**THE MIRROR**
	"OS SIMPSONS: Michael Jackson mudo... Clássico episódio rasgado". [24]	"DOIDO COMO JACKSON: Assistiu Leaving Neverland e ainda acredita que Michael Jackson não era pedófilo? Então você é um teórico da conspiração como Peter Andre".[25] _____ "NÃO DEVIA ESTAR COMEÇANDO ALGO: Os álbuns de Michael Jackson sobem nas paradas após as proibições de rádios em razão do documentário Leaving Neverland em todo o mundo".[26] _____ "PARIS, VOCÊ ESTÁ BEM? A filha de Michael Jackson, Paris, cobre o rosto e se recusa a responder perguntas sobre as alegações chocantes do documentário Leaving Neverland. ".[27] _____ "CASA DOS HORRORES: Como Michael Jackson manipulou o rancho de Neverland como seu esconderijo, com 'salas de abuso' e rede de sinos e alarmes para avisá-lo se as pessoas estavam chegando".[28] _____ "JACKSON CORTADO: Os criadores dos Simpsons revelam que o episódio de Michael Jackson nunca será mostrado novamente depois de evidências monstruosas de Leaving Neverland".[29]	"O episódio de Os Simpsons de Michael Jackson é cortado após o explosivo documentário Leaving Neverland".[30] _____ "Dois pais de 'vítimas de abuso' de Michael Jackson se mataram por tormento".[31] _____ "Peter Andre queria trocar de lugar com o vencedor do concurso de Michael Jackson, Wade Robson".[32] _____ "Música de Michael Jackson está subindo nas paradas após explosivo filme Leaving Neverland".[33]

Fontes: TMZ (2019); THE MIRROR (2019); THE SUN (2019). Elaborado pela autora.

[24] 'THE SIMPSONS' MUTE MICHAEL JACKSON ...Classic Episode Pulled (tmz.com, 2019).
[25] WACKO LIKE JACKO Watched Leaving Neverland and still believe Michael Jackson wasn't a pedophile? Then you're a conspiracy theorist like Peter Andre (thesun.co.uk, 2019).
[26] SHOULDN'T BE STARTING SOMETHING Michael Jackson albums soar up the charts in wake of Leaving Neverland documentary and radio bans around the world (thesun.co.uk, 2019).
[27] .PARIS, ARE YOU OKAY? Michael Jackson's daughter Paris covers her face and refuses to answer questions about Leaving Neverland documentary's shocking allegations (thesun.co.uk, 2019).
[28] .HOUSE OF HORRORS: How Michael Jackson rigged Neverland ranch as his pedo lair with 'abuse rooms' and network of bells and alarms to warn him if people were coming (thesun.co.uk, 2019).
[29] JACKO AXED: The Simpsons creators reveal Michael Jackson episode will never be shown again after 'monstrous' Leaving Neverland evidence (thesun.co.uk, 2019).
[30] Michael Jackson's The Simpsons episode PULLED after explosive Leaving Neverland doc (mirror.co.uk, 2019).
[31] Two fathers of Michael Jackson 'abuse victims' killed themselves over torment (mirror.co.uk, 2019).
[32] Peter Andre wanted to 'swap places' with Michael Jackson contest winner Wade Robson (mirror.co.uk, 2019).
[33] Michael Jackson music is climbing charts after explosive Leaving Neverland film (mirror.co.uk, 2019).

Nota-se que, no Reino Unido, os sites usaram a exibição televisiva como propulsora para tratar de diversos assuntos relacionados a Michael. O quadro abaixo mostra a continuação dessa midiatização após a exibição da segunda parte:

Quadro 6: Repercussão na mídia britânica uma semana depois da exibição na TV

Uma semana após a exibição completa de Leaving Neverland na TV britânica			
DATA	**TMZ**	**THE SUN**	**THE MIRROR**
14/03/2019	_____[34]	"EXTRAVASOU GERAL: Paris Jackson tem uma grande discussão com namorado, bêbada há dois dias, após acusos de pedofilia de Michael Jackson".[35] _____ "BOMBA SEXUAL: Debbie Rowe admitiu em uma entrevista após a morte de Jackson que nunca fez sexo com ele e se sentiu como um 'cavalo de corrida sendo inseminado'"[36] _____ "LADRÃO DE BERÇO: Michael Jackson 'pegou' a recém-nascida Paris com placenta ainda presa a Debbie Rowe no hospital e a levou de volta ao rancho Neverland".[37] _____ "MAU CASAMENTO: Dentro do casamento bizarro de Michael Jackson com a enfermeira Debbie Rowe, que incluía um padrinho de oito anos e filhos dados como "presentes" para a estrela".[38] _____ "ELE NUNCA A AMOU: Michael Jackson só se casou com Lisa Marie Presley para se apossar da coleção de músicas de Elvis, afirma a ex-empregada doméstica do cantor."[39]	"Michael Jackson 'se masturbou em um telefonema decadente com um garoto de 13 anos'".[40] _____ "O produtor dos Simpsons teme que Michael Jackson tenha usado seu episódio para influenciar garotos".[41]

[34] Denota que não houve publicações no dia acerca do assunto tratado.
[35] LASHING OUT Paris Jackson has a 'huge public argument' with boyfriend on boozy 'two day bender' after Michael Jackson pedo claims (thesun.co.uk, 2019).
[36] SEX BOMBSHELL Debbie Rowe admitted in an interview after Jacko's death that she never had sex with him and felt like a 'racehorse being inseminated' (thesun.co.uk, 2019).
[37] CRADLE SNATCHER Michael Jackson 'snatched' newborn Paris with placenta still attached from Debbie Rowe in hospital and whisked her back to Neverland Ranch (thesun.co.uk, 2019).
[38] BAD MARRIAGE Inside Michael Jackson's bizarre wedding to nurse Debbie Rowe that included an eight-year-old best man and kids given as 'gifts' to star (thesun.co.uk, 2019).
[39] 'HE NEVER LOVED HER' Michael Jackson only married Lisa Marie Presley to get hold of Elvis' music collection, singer's former maid claims (thesun.co.uk, 2019).
[40] .Michael Jackson 'masturbated in seedy phone call with a 13-yearold boy' (mirror.co.uk, 2019).
[41] The Simpsons producer fears Michael Jackson 'used his episode to groom boys' (mirror.co.uk, 2019).

Dando sequência ao assunto, o documentário em si já não precisava mais ser o assunto principal dos tabloides, mas sim, o astro americano. O quadro 7 mostra que algumas das notícias divulgadas tinham como plano de fundo o ressurgimento do nome do cantor, mas nem sempre dizia respeito a ele:

Quadro7: O nome de Michael como chamada para acessos

Notícias com o nome de Michael não-relacionadas diretamente ao documentário			
DATA	**TMZ**	**THE SUN**	**THE MIRROR**
A data de cada publicação está explicitada junto ao título da matéria.	**07/03/2019:** "Michael Jackson agradeceu segurança por ser "um pai"...carta a leilão".[42]	**07/03/2019:** "Paris Jackson filma a si mesma fumando um cachimbo um dia depois de acusar o documentário *Leaving Neverland* de espalhar 'mentiras' sobre seu pai Michael".[43] _____ **09/03/2019:** "ELE É UM PRÍNCIPE: Onde está Prince Jackson agora, o que o filho de Michael Jackson faz e o que ele disse sobre o documentário do Channel 4, *Leaving Neverland*? "[44]	**09/02/2019:** "La Toya e Michael Jackson são a mesma pessoa? Teoria da conspiração sugere segredo obscuro dos irmãos"[45] _____ **09/03/2019**: "Paris Jackson filma-se fumando cachimbo depois de defender o "bom coração" do pai Michael".[46]

Fontes: TMZ (2019); THE MIRROR (2019); THE SUN (2019). Elaborado pela autora.

Como visto em algumas das matérias veiculadas no período delimitado como o mais assíduo na cobertura ao documentário *Leaving Neverland*, empresas, emissoras de rádios e TV, famosos e fãs, reagiram de maneiras diferentes a tudo que foi mostrado. Isso ocorre porque, segundo Pena (2002), a cobertura de

[42] MICHAEL JACKSON THANKED BODYGUARD FOR 'BEING A FATHER'... Letter Up For Auction (tmz.com, 2019).
[43] UP IN SMOKE Paris Jackson films herself smoking from a bong a day after accusing Leaving Neverland documentary of spreading 'lies' about her dad Michael (thesun.co.uk, 2019).
[44] HE'S A PRINCE Where is Prince Jackson now, what does Michael Jackson's son do and what's he said about Channel 4 documentary Leaving Neverland?(thesun.co.uk, 2019).
[45] Paris Jackson films herself smoking bong after defending dad Michael's 'good heart' (mirror.co.uk, 2019).
[46] Are La Toya and Michael Jackson the SAME PERSON? Conspiracy theory suggests dark sibling secret (mirror.co.uk, 2019).

celebridade traz uma ampla gama de questões social e politicamente relevantes em consciência pública.

5.4 Análise geral das postagens

Amaral (2005) reitera que os textos, principalmente os jornalísticos, têm poder suficiente para conduzir o leitor a formar opiniões e gerar perspectivas tanto positivas quanto negativas sobre o ator ou tópico social ao qual eles se referem, ainda que seja uma celebridade extremamente aclamada; um mito.

Barthes (1978) descreve o mito como o significado associado de um texto que parece natural; no entanto, ele também explica que o mito é altamente complexo e pode desafiar todos os aspectos da verdade e da naturalidade. Ao examinar a reação do público à morte de uma figura célebre e a influência correspondente que seu *fã-clube* tem sobre a formação do sujeito daquele indivíduo, é fundamental olhar além dos significados dados de um texto e buscar mensagens embutidas.

Pode-se associar à visão de Barthes (1978) ao alvoroço causado pela volta de Michael Jackson aos holofotes midiáticos, dez anos após sua morte, com a continuação de um assunto que já fora de extremo interesse por parte de quem o acompanhava, há mais de vinte anos. O autor sugere que textos culturais são formas de linguagem em que o mito é o principal modo de comunicação. Isso se evidenciou pelo número de postagens que os sites fizeram com narrativas envolvidas ou não com o documentário em si, mas sempre relacionada são nome de Michael, percebendo que os fãs ainda procuram forma de estarem conectados com ídolo, tendo notícias e revelações de sua vida pessoal.

5.4.1 Critérios de noticiabilidade baseados em Jackson e o documentário

Segundo afirma Hohlfeldt (2001), a noticiabilidade é um conjunto de regras que justifica os procedimentos operacionais e editoriais dos órgãos de comunicação em sua transformação dos acontecimentos em narrativas jornalísticas. Ou seja, é ela que reúne o conjunto de qualidades dos acontecimentos que permitem uma

construção narrativa informativa e jornalística e que os recomendam enquanto informação real, de acordo com a sua necessidade de veiculação ou apelo público.

Para a veiculação de notícias, se faz necessário, geralmente, perceber a relevância daquilo que é publicado e a quem se deseja que tal publicação chegue. No caso dos tabloides no domínio digital, a informação é mostrada preferencialmente àqueles usuários os quais demonstrem maior interesse na área do assunto tratado, seguindo seus rastros de navegação, como já supracitado ao se falar do uso de dados pelo *Google AdsSense*.

Para Wolf (1994), de um modo geral, a noticiabilidade focaliza os aspectos ligados ao evento enquanto um objeto da investigação jornalística; os procedimentos de reconhecimento e seleção destes eventos como noticiáveis; e os modos de padronização dos relatos na forma de tipologias de notícias. Todos esses trabalhos fornecem, de uma certa forma, meios de tipificação da notícia. Ainda de acordo com o autor:

> Os critérios de noticiabilidade estabelecem uma rotina produtiva que equivale a uma escala de tratamento do real. Nesse sentido, a cristalização de algumas expectativas estabelece a base da produção jornalística. É nessa linha que os valores-notícia surgem, para responder sobre quais são os fatos realmente importantes a ponto de serem transformados em notícia (WOLF, 1994, p.38).

Portanto, à luz do que elucida o autor, fica evidenciado que há uma forte demanda que ocasiona a noticiabilidade, ou seja, a oportunidade de se noticiar fatos, entrevistas, citações e tudo mais que for possível a partir das histórias que circundam Michael, tanto antes quanto depois de *Leaving Neverland.*

> Outro recurso importante é a ancoragem. Trata-se de atar o discurso a pessoas, espaços e datas que o receptor reconhece como “reais” ou “existentes”, pelo procedimento semântico de concretizar cada vez mais os atores, os espaços e o tempo do discurso, preenchendo-os com traços sensoriais que os “iconizam”, os fazem “cópias da realidade”. Por meio desse recurso, o discurso não apresenta apenas uma narrativa, mas apresenta ao leitor elementos essenciais para situar o lugar onde se desenvolve a narrativa, a temporalidade e marcações que asseveram a existência dos partícipes. O discurso tem uma procedência comprovada e esses elementos passam a compor o cenário do discurso (ECO, 1994 apud DALMONTE, 2007, p. 8).

Seguindo o conceito de ancoragem dado por Eco (1994 apud DALMONTE, 2007) tal recurso se faz preponderante para a noticiabilidade dos assuntos

correlacionados ao *Leaving Neverland.* Os sites analisados fazem matérias sobre diversos momentos temporais diferentes, sempre deixando claro a que tempo remete e sua relação com o documentário. As reportagens do The Sun, mostradas no Quadro 6, por exemplo, dizem respeito a várias ocasiões antigas que ressurgiram no interesse público após a exibição da obra.

Percebe-se, ainda, que em algumas das matérias publicadas os sites usaram o nome de Michael Jackson como palavra-chave para inúmeras postagens que nem sempre estavam diretamente relacionadas ao documentário exibido. Corrobora esta afirmação, Taraborelli (2009), quando afirma que é por conta da publicidade e controvérsia em torno de seu talento e estilo de vida que Jackson se tornou uma figura pública mundialmente reconhecida, tanto antes como depois de sua morte. Mesmo que Jackson tenha morrido de parada cardíaca como resultado de uma overdose acidental de medicamentos prescritos, ele ainda permanece muito vivo na mídia (TARABORELLI, 2009).

As postagens focadas em sua filha Paris, por exemplo, são apenas ecos das postagens anteriores, utilizando-se da publicidade que o assunto dava aos *sites*, para aproveitar que o nome de Jackson esteve sempre em alta e atraía o público leitor, como mostrou o Quadro 7.

5.4.2 Análise das narrativas apresentadas pelos sites

A narrativa usada em um texto é essencial para a participação de quem o lê, bem como para as interpretações possíveis a partir dele, pois, de acordo com Motta (2005, p. 2): “a narrativa traduz o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (o conhecimento sobre a natureza física, as relações humanas, as identidades, as crenças, valores e mitos, etc.) em relatos”.

Sendo assim, esse ponto objetiva analisar quais as narrativas foram feitas durante os dias delimitados na divulgação dos assuntos correlacionados ao documentário, bem como a progressão delas em cada respectivo *site* visto.

Após a primeira noite de exibição, é visto que os sites *TMZ* e *The Sun* direcionaram o enfoque noticiário para a repercussão do exibido, tanto de fãs quanto

de familiares. Já o *The Mirror*, preferiu lançar mão de um dos relatos apresentados na obra documentária; e todos se atêm aos fatos ligados à chegada dos acusadores na première do filme ou descrição fiel de trecho documental apresentado, como mostrado no Quadro 1. Percebe-se, ainda, que o foco das notícias não foi a qualidade da obra ou a veracidade do que foi mostrado, mas sim a reação do público no local com a presença dos acusadores de Michael, personagens principais do documentário.

Entretanto, é nítida a mudança no tratamento do assunto e na referência a Michael entre um dia e outro. Ao fim da exibição total do documentário, o *The Sun* já passa a tratá-lo como criminoso comprovado, usando chamadas sensacionalistas e de cunho especulativo, enquanto o *TMZ* e o *The Mirror*, majoritariamente, se ativeram às reações de celebridades dizendo sobre como o público devia se portar acerca de Michael após a exibição.

Sobre o discurso jornalístico, quanto a sua organização para que se promova um efeito de real, é importante notar os vários estratagemas, para que ele não apenas represente o real, mas esteja ancorado de fato no real. Como exemplo, o recurso das aspas, com citação direta, que confere ao texto o sentido de discurso direto.

Se a referida fonte disse exatamente aquilo, naquela ordem e naquele contexto, já não interessa, “nada mais importa, pois a ilusão de realidade foi conseguida” (BARROS, 1990, p.59-60). Isso se faz perceptível nas postagens que focam nas reações dos fãs famosos de Michael Jackson e alguns de seus familiares. Para enfatizar o que eles dizem e deixar a manchete atraente, vê-se marcas de oralidade como as aspas e paráfrases de seus depoimentos; e para criar efeito de realidade sobre o que é dito, o site transcreve as falas daqueles que acusam Michael o culpabilizando, já deixando claro nas manchetes, que o que é dito é irrefutável e se tem a certeza da veracidade do que é dito.

Após o assunto ter se tornado recorrente na internet e o filme já estar disponível para visualização geral, viu-se, então, todo um aparato sensacionalista em relação ao assunto: letras garrafais nos títulos das matérias, depoimentos antigos de pessoas que conviveram com o cantor voltando a ser notícia, publicações

sobre a sua família, sua fortuna e os desdobramentos destes com as repercussões da obra.

Essa exploração dos diferentes tempos dos acontecimentos é explicada por Motta (2005, p.2) que afirma que “Ao estabelecer sequências de continuidade (ou descontinuidade), as narrativas integram ações no passado, presente e futuro, dotando-as de sequenciação. O relato temporal perspectiva os estados e as ações em momentos históricos (mudanças evolutivas). ”

A forma como se constrói o texto também é fundamental, especialmente no webjornalismo, para a atenção dos leitores, pois, segundo Motta (2005), os discursos narrativos midiáticos se constroem através de estratégias comunicativas (atitudes organizadoras do discurso) e recorrem à operações e opções (modos) linguísticos e extralinguísticos para realizar certas intenções e objetivos. Vê-se que esses recursos são utilizados nas manchetes, principalmente, do The Sun, nas matérias apontadas nos Quadros 5, 6 e 7, onde o jornal usa releituras de letras do cantor e expressões que remetiam a ele para formar os títulos das publicações, tornando-as, assim, mais atrativas para quem acompanhou sua carreira.

Em suma, infere-se que, com o passar dos dias após o surgimento de L*eaving Neverland,* os meios midiáticos analisados exploraram cada vez mais tudo que dizia respeito a Michael Jackson, tendo uma evolução narrativa que seguia um padrão do interesse do público que clicava nas matérias, como visto anteriormente na análise individual de cada site e seus respectivos acessos durante o período analisado. Essa evolução narrativa, independente de qual seja a direção, é comum no jornalismo, pois, através dela, denota-se um interesse de quem a publica, como Motta (2005) nos diz em:

> A partir desse entendimento nos damos conta de que as narrativas midiáticas não são apenas representações da realidade, mas uma forma de organizar nossas ações em função de estratégias culturais em contexto. As narrativas e narrações são dispositivos discursivos que utilizamos socialmente de acordo com nossas pretensões. Narrativas e narrações são forma de exercício de poder e de hegemonia nos distintos lugares e situações de comunicação. (MOTTA, 2005, p. 4).

Sendo assim, pode-se compreender que as narrativas midiáticas se tratam além de estratégias para propagar conteúdo, pois também são aparelhos de manutenção do discurso de massa que sugestiona a mercantilização da

representação da realidade. Com isso, pode-se levantar a discussão diante da construção do que se é moral ou imoral na vivência do objeto.

5.5 O debate moral sobre MJ ressurge

Depois de sua morte, as polêmicas do cantor voltaram à tona e um debate moral acerca de toda sua trajetória como homem e artista ressurgiu. Este tipo de notícia faz com que a sociedade, principalmente aqueles que se identificam com uma celebridade, faça um levantamento moral e reflita até onde essa celebridade é humana, mitológica ou heroica. A principal pretensão neste ponto é a de demonstrar como ocorreu, especialmente no espaço da internet, os debates acerca de valores morais que envolvem o cantor e sua carreira, após as repercussões do documentário. Entretanto, vale ressaltar que não se pretende fazer um juízo de valor sobre moralidade tanto do ator social, quanto dos criadores da obra, tampouco do público que concorda ou discorda do que foi mostrado ou noticiado.

Como visto nas matérias publicadas pelos sites acima, ao mesmo tempo que algumas rádios estavam deixando de reproduzir músicas de Michael Jackson, suas reproduções em aplicativos de músicas cresciam e se fortificavam, mostrando que grande parte do público ainda se mostrava favorável ao artista.

Embora as celebridades se tornem modelos para as pessoas seguirem, sua relação com a realidade e a moralidade é ambígua (BOORSTIN, 1961, p. 58). Essa ambiguidade moral cria o que Santaella (2002) chamou de *imagens sem fundos*, deixando o público projetar na celebridade uma realidade interpessoal e um código moral, que eles então seguem emulando. Quando as celebridades violam as normas morais, o público é levado a um dilema psicológico no qual é natural rejeitar ou diminuir a noção de que uma falha moral ocorreu.

Dentre aqueles que acreditam na inocência do cantor e os que acreditam na veracidade dos relatos de seus acusadores, as mídias sociais viraram palanque de debates morais, com cada lado demonstrando seu ponto de vista, através de hashtags[47]com os dizeres *#MuteMichaelJackson* (silencie Michael Jackson), pedindo

[47]Hashtag: Hashtag é um composto de palavras-chave, ou de uma única palavra, que é precedido pelo símbolo cerquilha (#). Tags significam etiquetas e referem-se a palavras relevantes, que associadas ao símbolo # se tornam hashtags que são amplamente utilizadas nas redes sociais. Esse

para as pessoas não consumirem mais os produtos do cantor; e *#MJFam* (Família Michael Jackson), que era defendida e replicada pelos fãs que defendiam o ídolo, pedindo para que as pessoas ignorassem o documentário e desacreditassem os relatos contidos nele.

Sobre essa dualidade moral em volta da defesa ou censura a um artista dessa magnitude pública, Klosterman (2019), enfatiza:

> A possibilidade de separar o trabalho de um artista da vida do artista não é uma questão prática no momento. Estamos em um ponto (temporariamente ou perpetuamente) em que as pessoas não querem se envolver com esse debate. O conflito ainda existe e o quebra-cabeça filosófico não mudou, mas a discussão pública está praticamente terminada. O que é especificamente complicado sobre o cenário de Michael Jackson é a magnitude de sua pegada. Mesmo que todos os serviços de streaming em todo o mundo removessem suas músicas e a Apple Music encerrasse seu catálogo, ainda existem pelo menos 60 milhões de cópias físicas do Thriller espalhadas pelo mundo. Ele é muito grande para cancelar. (KLOSTERMAN, 2019, p.2).

Ao se tratar de um produto da indústria cultural, é possível analisar um ponto importante do impacto causado no público geral de Michael após o que foi mostrado na obra audiovisual pelo faturamento dos produtos do cantor, especialmente a música. A revista Forbes fez uma matéria em 7 de março de 2019, período em que o documentário já havia sido exibido nas tvs americana e britânica, tratando do assunto. Segundo a Revista, “não houve sinais fortes de declínio ou salto significantes nas vendas físicas, apenas um aumento perceptível nas execuções do artista nas plataformas diversas” (FORBES, 2019).

Para se avaliar o porquê do consumo dos produtos de Michael não ter sofrido alterações impactantes, é necessário que se envolva questões de análises mercadológicas e publicitárias e até de ordem psicológicas, que explicariam a posição dos fãs mediante as acusações do cantor que ressurgiram após a exibição de *Leaving Neverland*, o que não é o foco no dado trabalho. Atemo-nos, portanto, à demonstração de dados que corroboram os fatos que relacionam a obra a coberturas midiáticas e seus desdobramentos.

---

tipo de marcação, utilizada nas redes sociais e em outros meios, serve para associar uma informação a um tópico ou discussão. (Definição dada pelo site canaltech.com.br). Disponível em: https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-hashtag/. Acessado em 12 de setembro de 2019.

6 CONCLUSÃO

Corroborando tudo que aqui foi mostrado, algumas personalidades, dentro das configurações modernas de mídia e cultura de massa, se imortalizam no imaginário do público, comprovando serem celebridades de grande importância para o interesse desse público.

Michael Jackson merece o *status* de mito porque, assim como as divindades mitológicas, ele perpassa, ainda nos dias atuais, expectativas do impacto que consegue ter sobre as vidas 'comuns'. Falecido há 10 anos, no dia 25 de junho de 2009, nem mesmo as mudanças no comportamento humano frente às redes sociais e o consumo de notícias fizeram com que a fama do astro desaparecesse ou se tornasse obsoleta.

O documentário '*Leaving Neverland'* prova, pelo furor causado em sua estreia e reprodução, e pelo comportamento da mídia especializada na observação de celebridades, que Michael Jackson se mostra atual, relevante e ainda gera receita para este setor que tanto lucrou com sua controversa carreira. A imortalidade do ator social se faz exatamente nesse sentido: Michael ainda é foco principal de debates sociais, morais, étnicos e filosóficos; e divide a opinião de um público que ainda se vê apegado à necessidade de notícias e novos fatos sobre ele.

Como mostrado, a mídia que sempre acompanhou Michael e o levou ao status de celebridade internacional, também colaborou para sua decadência midiática na cobertura, muita das vezes sensacionalista, acerca de seus escândalos pessoais. Os sites analisados nesse trabalho, por exemplo, inúmeras vezes noticiaram os casos de abuso sexual e pedofilia do cantor como fatos comprovados, mesmo que na justiça americana nunca tenha havido nenhuma condenação.

Ou seja, o discurso dos veículos mudou com o passar do tempo, tratando Michael de ícone, depois de acusado e agora, dez anos depois de sua morte, como culpado convicto, tendo em vista que o apelo para a efusão narrativa atrai mais acessos às matérias postadas.

Além disso, após ter sido feita a análise dos veículos de mídia específicos proposta aqui, pôde-se perceber que o nome do cantor continua servindo como

atrativo para um noticiário que não apenas o explora como foco da atenção, mas tudo aquilo que está relacionado a ele: amigos, familiares, funcionários, colegas de profissão e até mesmo celebridades que não conviveram ou sequer conheceram o artista, mas tem algo a dizer sobre ele.

Analisando a recepção do público à obra em si, vemos que, ainda que possam ter havido ações contrárias ao legado de Michael, grande parte daqueles que o acompanhavam e o apoiavam, continuam o idolatrando e sendo consumidores de sua música, mesmo num mercado musical cada vez mais competitivo e acessível a todos os públicos.

Em suma, infere-se, a partir de tudo que foi exposto e observado nesse trabalho que, independentemente de como o público veio a se posicionar depois do lançamento de *Leaving Neverland,* uma constatação é irrefutável: Michael Jackson é uma celebridade que ainda se faz intrinsicamente poderosa e consumível dentro da indústria cultural em que vivemos. Seu nome carrega uma potencialidade de interesse público que obriga a mídia a mantê-lo sempre em pauta e, aparentemente, o mundo ainda não está – ou não quer estar – preparado para deixa-lo ir. *Leaving Neverland* é uma realidade, mas o "*Leaving Michael Jackson*" ainda se mostra longe de acontecer.

7 REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. **Indústria cultural e sociedade**. 2ª. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AGUIAR, Leonel Azevedo de. **Entretenimento**: valor-notícia fundamental. *In: Estudos em jornalismo e mídia*, v. 5, n. 1, p. 13-23, 2008. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/10674. Acessado em 29 jul. 2019.

AMARAL, Márcia Franz. **Sensacionalismo, um conceito errante**. *In: Intexto,* n. 13, p. 103-116, 2005.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Paixões e apaixonados: exame semiótico de alguns percursos**. *Cruzeiro semiótico*, n. 11-2, p. 60-73, 1990.

BARTHES, Rolland. **Mitologias.**1ª edição.Rio de Janeiro: DIFEL, 1978.

BOORSTIN, Daniel Joseph.**The Image**: **A guide to pseudo-events in America**.1ª edição.New York: Atheneum, 1961.

BORÓN, Atílio. A questão do imperialismo. **A teoria marxista hoje: problemas e perspectivas. Buenos Aires: CLACSO**, p. 459-483, 2006.

COELHO, Tadeu. **O que é indústria cultural.**2ª edição revisada. Brasília: Editora Brasiliense, 1993.

COELHO NETTO, José Teixeira. **O que é indústria cultural**. 13 ed. São Paulo, Editora Brasiliense: 1989. 109 p.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. Companhia das letras, 1994.

ENNE, Ana Lucia. **O sensacionalismo como processo cultural**. *Revista ECO-Pós*, v. 10, n. 2, 2007.

FORBES. **Michael Jackson Networth**: beforeandnow.Disponível em: https://www.forbes.com/sites/mjnetworthbeforeandnow/article/#78613503829002193. Acessado em 14 set. 2019.

FORBES. **What 'Leaving Neverland' Means For Michael Jackson's Business Empire** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.forbes.com/sites/zackomalleygreenburg/2019/03/07/what-leaving-neverl-means-for-michael-jacksons-business-empire/#7c9552daff2c. Acessado em 14 set. 2019.

FRANÇA, Renné Oliveira. **Who'sbad: as representações de Michael Jackson na revista Veja.** *In: E-Compós*.V.3, p. 121-129, 2010.

GEORGE, Nelson; JACKSON, Michael; MARTINS, Alexandre. **Thriller-a vida e a música de Michael Jackson**.1ª.Edição. Rio de Janeiro: JorgeZahar, 2011.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the distraction factory: Music television and popular culture**. *Monography Essay.* Published by University of Minnesota Press, 1992.Disponívelem: https://muse.jhu.edu/book/32. Acessado em 08 maio. 2019.

GOOGLE. **Aprenda como anunciar no Google Ads para alcançar suas metas.** Disponível em: https://ads.google.com/home/how-it-works/. Acessado em 02 de agosto de 2019.

GOBB, M. C. **Anagramas Rumbos y Sentidos de laComunicación** - Universidad de Medellín. Medellín, Colombia, v. 3, n. 6, jan./jun. 2005, p. 113-126. Disponível em: http://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/download/21968. Acessado em 17 ago. 2019.

HOHLFELDT, Antônio. **Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação**. 2ª edição. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. 1ª edição. São Paulo: Cultrix, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A.. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LAZARSFELD, Paul F.; MERTON, Robert K. **Mass communication, popular taste and organized social action**. *In: Media studies,*v. 23; p. 18-30, 1948. Disponível em: http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/13.pdf. Acessado em 03 jul. 2019.

LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. **CONSUMO: uma perspectiva antropológica**. 1. Ed. Petrópolis: Vozes, 2010. 62 p.

LIMEIRA. Tania Maria Vidigal. **E-MARKETING: o marketing na internet com casos**
brasileiros. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007, 352 p.

MORIN, Edgar. Os olimpianos. **Cultura de Massas no Século XX**, v. 2, 1ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1977.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. 2ª edição. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.* Intercom, 2005. p. 05-09.

NETO, Levy Henrique Bittencourt; PERSICHETTI, Simonetta. **Olimpianos pós-modernos: um rápido olhar sobre as fotografias de celebridades**. *In: Discursos Fotográficos*, v. 6, n. 8, p. 101-118, 2010. Disponível em:

http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/56558/086. Acessado em 05 ago. 2019.

OLIVEIRA POZOBON, Rejane de. **A morte como espetáculo**: Michael Jackson agendado e formatado segundo as regras do discurso midiático. *In: Revista de Estudos da Comunicação,* v. 10, n. 23, 2009. Disponível em: https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/223556012. Acessado em: 20 jul. 2019.

RAMPTON, John. **How much is that click Worth**. Revista Forbes, edição online. Disponível em: https://www.forbes.com/sites/johnrampton/2014/08/05/how-much-is-that-click-worth. Acessado em 01 ago. 2019.

RAPOLD, Nicolas. **Film Comment: Leaving Neverland**. New York: Vol. 55, Ed. 2, Março/Abril, 2019. Disponível em: https://search.proquest.com/openview/f830c6be87. Acessado em 02 set. 2019.

Revista Veja. **Acervo Digital**. http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx. Edição 792 (09/11/1983). Acessado em 01 ago. 2019.

ROJEK, C. **Celebridade**. 1ª. Edição. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. *Revista Famecos*, v. 10, n. 22, p. 23-32, 2002.

SCHMIDT, Eric; ROSENBERG, Jonathan. **Como o Google funciona**. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **METODOLOGIA DO TRABALHO CIENTÍFICO**. 23. Ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Siony da. **REFLEXÕES SOBRE WEB 1.0, WEB 2.0 E WEB SEMÂNTICA**.*In: Sinergia,* v. 11, n. 2 – p. 113-136, jul.dez., 2010. Disponível em:

http://www2.ifsp.edu.br/edu/prp/sinergia/complemento/sinergia_2010_n2/pdf_s/artigos_sinergia_2010_n2.htm. Acessado em 01 ago. 2019.

SIMILARWEB. **TMZ – análise de engajamento e acessos**. Disponível em https://www.similarweb.com/pt/website/tmz.com. Acessado em 01 ago. 2019.

SIMILARWEB. **MIRROR UK – análise de engajamento e acessos**. Disponível emhttps://www.similarweb.com/pt/website/mirror.co.uk#overview. Acessado em 01 ago. 2019.

SIMILARWEB. **THE SUN – análise de engajamento e acessos**. Disponível emhttps://www.similarweb.com/pt/website/thesun.co.uk. Acessado em10 ago. 2019.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente***in* Jornalismo: história, teoria e metodologia. Perspectivas luso brasileiras. Porto, Portugal: Edições Univ. Fernando Pessoa, 2008. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf. Acessado em 01 ago. 2019.

STATCOUNTER. **Search Engine Market Share Worldwide**. Disponível em: https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share. Acessado em 01 ago. 2019.

TARABORRELLI, J. Randy. **Michael Jackson: a magia e a loucura.**1ª edição. São Paulo:Globo, 2009.

THE MIRROR. **Paris Jackson family leap into action as she 'checks into rehab over documentary'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/paris-jackson-rehab-documentary-crowdfunding-13918444. Acessado em 02 ago. 2019.

THE MIRROR. **Michael Jackson's sick 'child wedding' and 'gifts he lavished as rewards for rape' James Safechuck claims he married Michael Jackson in a ceremony in his bedroom when he was just 10 years old in explosive new documentary Leaving Neverland** (Tradução da autora). Disponível em:

https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/michael-jackson-sick-child-wedding-14084003. Acessado em 02 ago. 2019.

THE MIRROR. **Michael Jackson's daughter Paris 'fears Leaving Neverland will damage her career'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/michael-jacksons-daughter-paris-fears-14088137. Acessado em 02ago.2019.

THE MIRROR. **Tearful Michael Jackson toldPiers Morgan he'd 'slitwristsbeforeharmingkids'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/tv/tv-news/tearful-michael-jackson-told-piers-14088233. Acessado em 02ago. 2019.

THE MIRROR. **Peter Andredefends Michael Jackson amid sex abuse allegations: 'Don'tbanhismusic'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/peter-andre-defends-michael-jackson-14089059. Acessado em 02ago.2019.

THE MIRROR. **Michael Jackson's The Simpsons episode PULLED after explosive Leaving Neverland doc** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/tv/tv-news/michael-jacksons-simpsons-episode-pulled-14104683. Acessado em 02ago. 2019.

THE MIRROR. **Two fathers of Michael Jackson 'abuse victims' killed themselves over torment** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/two-fathers-michael-jackson-abuse-14104297. Acessado em 02 ago. 2019.

THE MIRROR. **Peter Andrewantedto 'swap places' with Michael Jackson contestwinnerWade Robson** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/peter-andre-wanted-swap-places-14107992. Acessado em 02 ago. 2019.

THE MIRROR. **Michael Jackson music is climbing charts after explosive Leaving Neverland film** (Tradução da autora). Disponívelem: mirror.co.uk/3am/celebrity-news/michael-jackson-music-climbing-charts-14106086. Acessado em 02 ago.2019.

THE MIRROR. **Michael Jackson 'masturbated in seedy phone call with a 13-year-old boy'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/michael-jackson-masturbated-seedy-phone-14134142. Acessado em 02 ago. 2019.

THE MIRROR. **The Simpsons producer fears Michael Jackson 'used his episode to groom boys'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/simpsons-showrunner-fears-michael-jackson-14132889. Acessado em 02 ago. 2019.

THE MIRROR: **Paris Jackson films herself smoking bong after defending dad Michael's 'good heart'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/paris-jackson-films-herself-smoking-14. Acessado em 02ago.2019.

THE MIRROR. **Are La Toya and Michael Jackson the SAME PERSON? Conspiracy theory suggests dark sibling secret** (Tradução da autora). Disponível em:https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/la-toya-michael-jackson-same-1396599. Acessado em 02ago.2019.

THE MIRROR. **Our Business.**Disponívelem: https://www.mirror.co.uk/about-us/. Acessado em 12 ago. 2019.

THE SUN. **‘Leaving Neverland’ documentary about Michael Jackson will spark RIOTS cops fear as superfans clash with paedophile accusers at screening.** (Traduções da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8279/michael-jackson-leaving-neverland-documentary-riots-sundance-film-festival/. Acessado em 30 de julho de 2019.

THE SUN. **Michael Jackson's family 'to spend millions rubbishing Surviving Neverland sex abuse claims to protect multi-billion music empire'** (Tradução da autora). Disponível em:https://www.thesun.co.uk/news/8279730/michael-jacksonfamily. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN**. #MJINNOCENT Michael Jackson Leaving Neverland doc sparks fury from star's fans who claims sex accusers are 'lying through their teeth'** (Tradução da autora). Disponívelem: www.thesun.co.uk/mjinnocentmichael jacksonleavingneverlanddocsparksuryfromstar'sfanswhoclaimsexaccusersarelying throughtheirteeth'. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **VILE TACTIC: Michael Jackson forced kids to stare at Peter Pan figure while molesting them from behind, claims sex accuser Wade Robson** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8567348/michael-jackson-peter-pan-mannequin-molesting-wade-robson-sex-accuser/. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **LIAR LIAR Michael Jackson 'trained' James Safechuck and 'forced him to lie to protect superstar' during sex abuse probe** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8570361/michael-jackson-james-safechuck-trained-protect-superstar-sex-abuse-probe/. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN**. A LOST TAPE Piers Morgan fears Michael Jackson was a 'serial abuser' after recalling 1999 interview with star on Good Morning Britain** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/8562868/piers-morgan-michael-jackson-interview-gmb/. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **WACKO LIKE JACKO Watched Leaving Neverland and still believe Michael Jackson wasn't a paedophile? Thenyou're a conspiracytheoristlike Peter Andre** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/8590458/leaving-neverland-michael-jackson-innocent-peter-andre-conspiracy/. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **SHOULDN'T BE STARTING SOMETHING Michael Jackson albums soar up the charts in wake of Leaving Neverland documentary and radio bans around the world** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8593396/michael-jackson-albums-soar-charts-leaving-neverland/. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **PARIS, ARE YOU OKAY? Michael Jackson's daughter Paris covers her face and refuses to answer questions about Leaving Neverland documentary's shocking allegations** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/8594333/michael-jackson-paris-leaving-neverland-documentary/. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **HOUSE OF HORRORS: How Michael Jackson rigged Neverland ranch as his paedo lair with 'abuse rooms' and network of bells and alarms to warn him if people were coming** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8590560/michael-jackson-neverland-ranch-rig-paedo-abuse-rooms/.Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **JACKO AXED: The Simpsons creators reveal Michael Jackson episode will never be shown again after 'monstrous' Leaving Neverland evidence**(Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8589561/simpsons-creators-michael-jackson-episode-leaving-neverland-evidence/. Acessado em 30jul. 2019.

THE SUN. **LASHING OUT Paris Jackson has a 'huge public argument' with boyfriend on boozy 'two day bender' after Michael Jackson paedo claims** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/8634601/paris-jackson-argument-boyfriend-leaving-neverland/. Acessado em 30 jul. 2019.

THE SUN. **SEX BOMBSHELL Debbie Rowe admitted in an interview after Jacko's death that she never had sex with him and felt like a 'racehorse being inseminated'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8638219/debbie-rowe-admitted-in-an-interview-after-

jackos-death-that-she-never-had-sex-with-him-and-felt-like-a-racehorse-being-inseminated/. Acessado em 30 jul. 2019.

THE SUN. **CRADLE SNATCHER Michael Jackson 'snatched' newborn Paris with placenta still attached from Debbie Rowe in hospital and whisked her back to Neverland Ranch** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8639545/michael-jackson-daughter-paris-snatched-debbie-rowe-neverland/.Acessado em 30 jul. 2019.

THE SUN. **BAD MARRIAGE Inside Michael Jackson's bizarre wedding to nurse Debbie Rowe that included an eight-year-old best man and kids given as 'gifts' to star** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8630177/michael-jackson-bizarre-wedding-nurse-debbie-rowe/. Acessadoem 30 jul. 2019.

THE SUN. '**HE NEVER LOVED HER' Michael Jackson only married Lisa Marie Presley to get hold of Elvis' music collection, singer's former maid claims** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.thesun.co.uk/news/8625385/michael-jackson-lisa-marie-marriage-elvis-presley-music/. Acessado em 30 jul. 2019.

THE SUN. **UP IN SMOKE Paris Jackson films herself smoking from a bong a day after accusing Leaving Neverland documentary of spreading 'lies' about her dad Michael**(Tradução da autora). Disponível em:https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/8599703/paris-jackson-smoking-bong-leaving-neverland-lies-dad-michael/.Acessado em 30 jul. 2019.

THE SUN. **HE'S A PRINCE Where is Prince Jackson now, what does Michael Jackson's son do and what's he said about Channel 4 documentary Leaving Neverland?** (Tradução da autora). Disponível em:https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/8572756/prince-jackson-michael-jackson-son-leaving-neverland/. Acessado em 30 jul. 2019.

TMZ. **ACCUSERS ARRIVE FOR SCREENING... Get Standing Ovation.**(Traduções da autora). Disponível em: https://www.tmz.com/2019/01/25/wade-robson-james-safechuck-leaving-neverland-premiere-sundance-michael-jackson/. Acessado em 26 jul. 2019.

TMZ. **JACKSON FAMILY: ‘LEAVING NEVERLAND' IS A PUBLIC LYNCHING... MJ Was Found 'Innocent' In Court!!!**(Tradução da autora). Disponívelem: https://www.tmz.com/2019/01/28/michael-jackson-family-leaving-neverland-lynching-media/.Acessado em 26 jul. 2019.

TMZ. **MICHAEL JACKSON'S NEPHEW SLAMS MJ ACCUSER WADE ROBSON ...His Story Keeps Changing** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.tmz.com/2019/03/04/michael-jackson-nephew-taj-slams-accuser-wade-robson-leaving-neverland/. Acessado em 26 jul. 2019.

TMZ. **FAT JOE, STEVIE WONDER NOT READY TO CANCEL MJ'S LEGACY ... NotYet**(Tradução da autora). Disponível em: https://www.tmz.com/2019/03/05/fat-joe-stevie-wonder-michael-jackson-documentary-mute-love-conflicted/. Acessado em 26 jul. 2019.

TMZ. **MICHAEL JACKSON WALK OF FAME STAR VANDALS BEWARE ...Cops On Alert After 'Leaving Neverland'** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.tmz.com/2019/03/05/michael-jackson-hollywood-walk-of-fame-star-leaving-neverland/. Acessado em 26 jul. 2019.

TMZ. **D.L. HUGHLEYIF YOU GIVE MICHAEL JACKSON A PASS ...You're Blinded By His Talent** (Tradução da autora). Disponível em: https://www.tmz.com/2019/03/05/d-l-hughley-michael-jackson-documentary-society-problem-pass-talent/. Acessado em 26 jul. 2019.

TMZ.**'THE SIMPSONS' MUTE MICHAEL JACKSON ...Classic EpisodePulled** (Tradução da autora).Disponível em: https://www.tmz.com/2019/03/08/the-simpsons-pull-michael-jackson-episide-voice-leaving-neverland/. Acessado em 26 jul. 2019.

TMZ. **MICHAEL JACKSONTHANKED BODYGUARD FOR 'BEING A FATHER'... LetterUp For Auction**(Tradução da autora).Disponível em:https://www.tmz.com/2019/03/07/michael-jackson-letter-security-guard-father-auctio. Acessado em 26 jul. 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, Florianópolis: Insular, 2005, v.1.

VENTURA, Madga Maria. **O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa**. Rev. SOCERJ, v. 20, n. 5, 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/18473787/O_estudo_de_caso_como_modalidade_de_pesquisa. Acessado em 11ago. 2019.

VIEIRA. Michele Cruz. **A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE UM ÍDOLO ATRAVÉS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**: O MITO MICHAEL JACKSON. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Gama Filho. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em http://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/18101. Acessado em 10 jul. 2019.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 3. ed. Lisboa: Presença, 1994.

YIN, Robert K. **ESTUDO DE CASO**: Planejamento e Métodos. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=EtOyBQAAQBAJ. Acessado em 29 jun. 2019.