

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGUÍSTICA

HULDA GOMIDES OLIVEIRA

**O PERCURSO DE CONSTITUIÇÃO DO ÍDOLO MIDIÁTICO:
DISCURSO E IMAGINÁRIO**

Goiânia
2012

HULDA GOMIDES OLIVEIRA

**O PERCURSO DE CONSTITUIÇÃO DO ÍDOLO MIDIÁTICO:
DISCURSO E IMAGINÁRIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Universidade Federal de Goiás, como requisito para obtenção do título de Mestre em Letras e Linguística.

Orientadora: Prof^a Dr^a Elza Kioko Nakayama Nenoki do Couto.

Goiânia
2012

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
GPT/BC/UFG/mr

O482p Oliveira, Hulda Gomides.
 O percurso de constituição do ídolo midiático [manuscrito]:
 discurso e imaginário / Hulda Gomides Oliveira. - 2012.
 109 f. : il.

 Orientadora: Prof^a. Dr^a. Elza Kioko Nakayama Nenoki do
 Couto.
 Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás,
 Faculdade de Letras, 2012.
 Bibliografia.
 Anexos.

 1. Análise do discurso. 2. Mídia. 3. Jackson, Michael. I.
 Título.

CDU:81'42:78

AGRADECIMENTOS

A Deus, razão da minha existência. Minha paz, minha inspiração, meu amor maior.

À professora Elza do Couto, orientadora em diversos sentidos, por me acolher como “filha intelectual”.

Aos professores Maria Zaira Turchi e Roberto Leiser Baronas, por terem aceitado, prontamente, o convite para participar desta banca de defesa.

Ao professor Marlon Salomon, pelas ricas sugestões na banca de qualificação.

Ao professor Alexandre Costa, pelas ideias e por todos os momentos de ajuda.

À minha família, porto seguro em todas as ocasiões.

À minha irmã Loide, pela ajuda direta e indireta, por me fazer crer em mim mesma, por sorrir comigo, por chorar comigo, enfim, por me amar.

Aos meus amigos e amigas, pela presença constante e por me fazerem entender que sem eles a vida não faria sentido.

Ao meu companheiro, sempre presente, Igor Vinícius, pelo apoio incondicional, leituras atentas, dicas certeiras e confiança plena.

Ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Letras da UFG, em nome das professoras Kátia Menezes e Goiandira Ortiz e dos funcionários Consuelo e Bruno, pela atenção e disposição em ajudar.

À Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), pela bolsa concedida.

A linguagem está nos postos de comando da imaginação.

Gaston Bachelard

O sucesso: entre os mortais, este é um deus, ou melhor, mais do que um deus.

Ésquilo

*O selvagem curva-se ante os ídolos de madeira e
pedra; o homem civilizado ante os de carne e osso.*

Bernard Shaw

Aos meus professores, desde o jardim da infância até
hoje, e a todos os que, por ventura, serão leitores.

RESUMO

OLIVEIRA, Hulda G. (Orientação: DO COUTO, Elza K. N. N.) **O percurso de constituição do ídolo midiático: discurso e imaginário.** Goiânia, 2012. Dissertação de Mestrado em Letras e Linguística. Faculdade de Letras. Universidade Federal de Goiás.

Esta dissertação se propôs a analisar e entender o percurso de formação dos ídolos da mídia, no sentido de apreender que elementos conferem significação à trajetória pública de figuras midiáticas. Dessa maneira, focamos nosso olhar em um ícone específico, que apresenta percurso peculiar de formação e reúne momentos temáticos de construção, estabilização, desconstrução e reconstrução: o cantor de pop Michael Jackson. Selecionamos um *corpus* constituído de informações e reportagens publicadas, entre 1964 e 2011, nos jornais *Los Angeles Times*, da cidade do cantor, e a Folha de S. Paulo, veículo de grande circulação nacional. Foram mobilizadas como base teórico-metodológica a Análise de Discurso francesa e a Antropologia do Imaginário durandiana. Tanto os Estudos do Discurso como os Estudos Antropológicos do Imaginário de Gilbert Durand possibilitaram a compreensão do objeto como fenômeno simbólico e político, intimamente relacionado com movimentos sociais da linguagem, resultante de articulações entre imagens, narrativas míticas e arquétipos que agregam, por fim, sentidos diversos à imagem do ídolo, enquanto sujeito discursivo.

Palavras-chave: Ídolo; Mídia, Discurso; Imaginário.

RÉSUMÉ

OLIVEIRA, Hulda G. (Orientação: DO COUTO, Elza K. N. N.) **Le tracé de la constitution des médias idole: discours et imaginaire.** Goiânia, 2012. Dissertação de Mestrado em Letras e Linguística. Faculdade de Letras. Universidade Federal de Goiás.

Cette thèse se tourne vers analyser et de comprendre la constitution des idoles des médias afin d'apprendre quels sont les éléments donnent un sens à la voie de la personnalités des médias publics. Ainsi, nous nous concentrons notre attention sur une icône particulière, qui présente cours de formation unique et apporte des moments de la construction, la stabilisation, de reconstruction et de déconstruction : le chanteur pop Michael Jackson. Nous avons sélectionné un corpus d'informations et de rapports publiés entre 1964 et 2011, le Los Angeles Times, la ville de le chanteur, et Folha de S. Paulo, véhicule pour national à grand tirage. Pour ce faire, sont mobiliséssur la base théorique et méthodologique de l'analyse du discours et d'anthropologie de l'imaginaire de Gilbert Durand. Tant l'étude du discours et l'imaginaire de Durand permettre de comprendre l'objet comme un phénomène symbolique et politique, étroitement liée aux mouvements sociaux de la langue, résultant de connexions entre des images, des archétypes et des récits muthiques qui ajoutent, enfin, des significations différentes à l'image de l'idole, comme sujet discursif.

Mots-clés : Idole ; Média ; Discours ; Imaginaire.

SUMÁRIO

RESUMO	7
RÉSUMÉ.....	8
INTRODUÇÃO.....	11
 CAPÍTULO I – DISCURSO, MÍDIA E ÍDOLO	17
1. 1 Linguagem e discurso: a exterioridade da língua como ponto de partida	17
1. 2 Acontecimento midiático, acontecimento discursivo e a noção de narrativa do acontecimento	19
1.3 Mídia e relações de poder	27
1.3.1 Saber, poder e discurso	28
1.3.2 Sobre a questão da subjetividade	32
1.3.3 O que pode ser dito: vontade de verdade como sistema de exclusão	34
1.3.4 Sentido, formação discursiva, enunciado e poder na mídia.....	36
1.4 O lugar do ídolo: uma questão discursiva	39
1. 4. 1 Relações entre o ídolo midiático e o sujeito discursivo	41
1.4.2 A flexibilidade do sentido e o percurso do ídolo	42
1.4.3 A mídia e a formação do ídolo	43
1.4.4 A imagem do ídolo midiático: enlace entre discurso e imaginário.....	45
 CAPÍTULO II – O IMAGINÁRIO NA FORMAÇÃO DO ÍDOLO	48
2.1 Antropologia do Imaginário: reverberações culturais.....	48
2.1.1 Os regimes do imaginário	50
2.1.2 Sobre a noção de mito	52
2.2 O imaginário da morte no Ocidente: um discurso de devoção	56
2.3 O herói e o ídolo: questões arquetípicas	58
2.4 A validade do simbólico no trabalho midiático	60
 CAPÍTULO III – ANÁLISE DOCUMENTAL: O ÍDOLO MICHAEL JACKSON.....	64
3.1 O trajeto do ídolo Michael Jackson	64
3.2 Reflexões e análise do <i>corpus</i>	72

3.2.1 Construção	72
3.2.2 Estabilização	73
3.2.3 Desconstrução	83
3.2.4 Reconstrução	87
CONCLUSÃO.....	96
REFERÊNCIAS	98
ANEXOS.....	101
Anexo A	102
Anexo B	102
Anexo C	103
Anexo D	104
Anexo E	104
Anexo F	105
Anexo G	105
Anexo H	106
Anexo I	106
Anexo J	107
Anexo K	107
Anexo L	108
Anexo M	108
Anexo N	109

INTRODUÇÃO

O objetivo desta dissertação é investigar como se dá o processo de constituição dos ídolos midiáticos. Ou seja, é perceber o que contribui para a formação de ídolos a que temos acesso na mídia e o que interfere na concepção da imagem pública deste ídolo, no sentido de adesão ou rejeição por parte dos sujeitos que participam, de alguma forma, do processo de interação entre ídolo e sociedade. Assim, o intuito é entender como se dá o percurso do ídolo, de modo a detectar os aspectos que movem sua trajetória nesse espaço comunicacional. Para tanto, tomamos como caso exemplar a carreira do cantor de pop Michael Jackson, visto que o ícone em foco apresenta, a nosso ver, um percurso peculiar que reúne momentos de construção, de estabilização, de desconstrução e de reconstrução da imagem do ídolo, o que agrega particularidade ao estudo. Ponderamos, de início, que o interesse de pesquisa se restringe à análise de aspectos da linguagem e não pretende avaliar as atitudes do cantor, mas, na verdade, as relações de sentido no que diz respeito a discurso e imaginário que possam oferecer significação ao trajeto público do ídolo.

Estabelecemos, portanto, como referencial teórico alguns conceitos e reflexões da Análise de Discurso, em sua tradição francesa, e da Antropologia do Imaginário de Gilbert Durand. Mas por que mobilizar os estudos de discurso e os estudos do imaginário? Em um primeiro momento, podemos dizer que foi o próprio fenômeno que nos indicou os fundamentos teóricos que nos ajudariam para sua melhor compreensão. Dessa forma, à medida que a questão dos ídolos midiáticos se constituía num objeto que lida eminentemente com o simbólico e com o político, percebemos que era fundamental à investigação a compreensão de questões que contemplassem aspectos da história, da memória e da cultura. Foram, portanto, as peculiaridades constitutivas do tema que nos conduziram aos estudos da linguagem que mais dialogassem com a exterioridade da língua.

Nesse contexto, a Análise de Discurso convoca à pesquisa as relações discursivas que formam a materialidade e a historicidade do objeto; e a Antropologia do Imaginário, por sua vez, conclama ao estudo o imaginário, as imagens, os arquétipos, os mitos e suas reverberações na cultura. Ao compreender, enfim, que discurso e imaginário inevitavelmente participam da organização das nossas noções simbólicas e

políticas, essa pesquisa objetiva entender melhor uma de tantas construções significativas que os seres humanos desenvolvem e criam: a noção de ídolo midiático.

Quanto à contribuição da Análise de Discurso (AD), é necessário esclarecer que quando falamos em uma tradição francesa nos referimos à ideia de que temos uma série de teóricos que desenvolveram na França estudos de discurso, o que não significa dizer que haja uma escola francesa homogênea, mas estudiosos do tema do discurso, que produziram abordagens teórico-metodológicas diversas. Nesse contexto, podemos citar o filósofo Michel Pêcheux, em 1969, momento em que se desenvolve o que podemos chamar de primeira fase de sua Análise de Discurso, visivelmente expressa em *Analyse Automatique du Discours*, preocupada prioritariamente com a questão do discurso político e as relações de ideologia, pautando-se nas ideias previstas na releitura de Marx por Althusser.

A constituição do pensamento pecheutiano foi sofrendo revisões que o levaram a ampliar algumas ideias, como a noção de *assujeitamento*, que começa a ser flexibilizada, dando início ao que foi denominado posteriormente de “segunda fase da AD” de Pêcheux. Já no final da década de 1970, as reflexões do pensador francês sofrem mudanças mais fortes – a noção de máquina discursiva¹, por exemplo, é definitivamente abandonada, dando início, enfim, à sua última fase, reconhecida como AD 3. A ideia de desenvolver um dispositivo informatizado de leitura de textos, contudo, é permanentemente posta em diálogo com o dispositivo teórico da AD durante as três fases.

O filósofo e historiador Michel Foucault também desenvolveu reflexões sobre a noção de discurso, além de um extenso trabalho tratando de temas estudados em diversas áreas das humanidades. Ainda na França, diversos pensadores mais contemporâneos deram continuidade ou estabeleceram rupturas com os estudos de discurso até então desenvolvidos, como Dominique Maingueneau, Patrick Charaudeau, Simone Bonnafous, Jacques Guilhaumou, entre outros.

Note-se que são caminhos teóricos diferentes, que constituem uma ampla área de Análises do Discurso, com semelhanças e diferenças, mas que, enfim, marcam posturas epistemológicas que correspondem a necessidades de reflexão diversas. A propósito, evidentemente, não só se tem estudiosos do discurso na França, há ainda uma rica

¹ Dispositivo tecnológico que resultaria numa análise automática do discurso, possibilitando chegar ao viés ideológico de um discurso político, por exemplo, por meio da seleção e destaque de sequências discursivas que formavam determinado *corpus*.

tradição anglófona que forma a Análise Crítica do Discurso, com os estudos de Norman Fairclough, por exemplo.

O que almejamos deixar claro é que diante dessa riqueza de pensamento a respeito do discurso, tomamos como referência para o desenvolvimento desta pesquisa conceitos que o próprio fenômeno estudado demandou para sua melhor compreensão. Desse modo, lançamos mão das diferentes reflexões advindas dessas Análises do Discurso de que falamos, ora nas palavras de Pêcheux, ora nas de Foucault, ora nas de Maingueneau, por exemplo, na medida em que forem válidas à interpretação. Acreditamos, com isso, justificar o uso tão diverso de pensamentos que se tomados sistematicamente como fundamentos teóricos poderiam, por vezes, se contraporem, mas que se marcadas as devidas aproximações e distanciamentos, e se indicado claramente em que momento as reflexões de cada um constituem-se úteis, as leituras heterodoxas acabam por cooperar para a precisão e justeza das análises desenvolvidas.

Quanto à Antropologia do Imaginário, a nossa referência central é o trabalho de Gilbert Durand. O antropólogo francês, nascido em 1921, ex-diretor do *Centre de Recherches sur l'Imaginaire* (por ele fundado em 1967), sempre trabalhou com a questão da imaginação, desenvolvendo ao longo de sua vida acadêmica extensa contribuição não só para reflexões quanto à imaginação, mas a respeito de imaginário, imagem, símbolo, mito etc. Nesse contexto, os trabalhos do filósofo Gaston Bachelard são de grande influência para a produção de Durand, na medida em que o filósofo desenvolveu uma densa fenomenologia da imaginação, estabelecendo conceitos embrionários e fundamentais para Durand, que se firmou em sistematizar e organizar as ideias bachelardianas. Vemos isso muito marcadamente nas *Estruturas Antropológicas do Imaginário*, obra fundamental para a compreensão da proposta de Durand para se pensar o imaginário tal como ele entende.

Tomamos, portanto, as contribuições da antropologia do imaginário durandiana como essenciais para o entendimento de como se dá a formação de ídolos, uma vez que podemos apontar a forte presença do imaginário na constituição do ídolo midiático. As definições a respeito do ídolo, em geral, são fruto de consensos sociais, que vêm da cultura, de heranças mitológicas e de um imaginário coletivo. Essas instâncias criam representações, estereótipos e paradigmas que, finalmente, influenciam e regulam a forma de organização da vida em sociedade. Discurso e imaginário se encontram exatamente nesse nível, no lugar da linguagem que congrega símbolos e sentidos que

estão além do explícito, além das marcas linguísticas, naquele lugar que dá sentido aos sujeitos e às suas produções culturais e políticas (na maneira como os sujeitos recortam o real a partir de determinada ideologia). Compreender como acontece esse processo de estabelecimento de padrões, e como discursivamente isso é possível; entender por que o que é dito pode ser dito naquele momento e daquela forma e não de outra, enfim, examinar essas relações de linguagem é o que buscamos com a presente dissertação.

O método adotado como instrumento de pesquisa é a análise documental. Além da especulação e reflexão temática, a análise de documentos é que vai nos indicar o rumo da investigação, no sentido de reforçar ou não as perguntas e hipóteses que norteiam o trabalho. O *corpus* é constituído por reportagens de cobertura da trajetória do cantor de pop Michael Jackson, do jornal Folha de S. Paulo, de 1970 aos anos 2000, além de informações biográficas disponíveis no jornal *Los Angeles Times*.

As matérias selecionadas para análise representam, de certa forma, as fases que compõem o trajeto do ídolo, agrupadas didaticamente da seguinte maneira: fase 1 (1964 a 1970) – nascimento do ídolo (a criança prodígio / The Jackson Five); fase 2 (1971 a 1985) – estabilização do ídolo (auge / carreira solo); fase 3 (1986 – 1993 / 1994 a 2009) – desconstrução do ídolo (morte moral / escândalos – extravagâncias, esquisitices, mudança de cor, cirurgias plásticas, processo de pedofilia e assédio, boatos de falência); fase 4 (2009 a 2011) – reconstrução-renascimento do ídolo (ressignificação das polêmicas – a morte física como evento motivador). Esclarecemos, ainda, que o jornal *Folha de S. Paulo* foi priorizado como fonte de dados por disponibilizar um serviço acessível de pesquisa de informações e reportagens, além do fato de ser um dos jornais diários de maior circulação no Brasil, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), em 2010.

As informações relativas à fase mais inicial da sua carreira, ainda na década de 1960, são retiradas da biografia de Michael Jackson, disponível no jornal *Los Angeles Times*, por ser um importante periódico da cidade onde viveu o cantor a maior parte de sua vida. São dados relevantes, considerados quase prioritariamente no que diz respeito à “fase 1”, que é o momento de construção da imagem do ídolo. O acesso ao jornal de Los Angeles também se justifica, pois a *Folha de S. Paulo*, por se tratar de um veículo brasileiro, só dispõe matérias a partir da década de 1970, afinal, refere-se ao período em que o cantor começa a assumir destaque internacional.

Assim, no *Capítulo I – Discurso, Mídia e Ídolo*, promovemos uma discussão a respeito dos conceitos trabalhados nas tendências francesas da Análise de Discurso, no intuito de perceber em que medida eles ajudam a pensar o assunto de pesquisa. Para isso, em um primeiro momento, centramos o trabalho na perspectiva de linguagem que considera aspectos exteriores ao sistema da língua como fundamentais à análise, definindo, assim, a importância do social para se compreender práticas e fenômenos discursivos. Tivemos, então, a necessidade de estabelecer e delimitar a noção de discurso que adotamos enquanto um dos conceitos básicos da investigação empreendida. Depois disso, trabalhamos as afinidades e divergências entre o acontecimento midiático e o acontecimento discursivo, além de trabalhar o conceito de narrativa do acontecimento, devido à centralidade dessas noções para a compreensão do objeto de pesquisa. No terceiro momento, estabelecemos a discussão entre mídia e relações de poder, no sentido de compreender o funcionamento midiático a partir da articulação entre discurso, poder e sujeito. No quarto tópico nos ocupamos de pensar o ídolo como lugar eminentemente discursivo, na medida em que obedece, ao mesmo tempo, a flexibilidade e estabilidade do sentido, relacionando esse lugar ao processo midiático. Por fim, desenvolvemos a concepção de imagem do ídolo na perspectiva do discurso e sua relação com a ideia de formação imaginária.

Já no *Capítulo II – O imaginário na formação do ídolo*, organizamos uma retomada dos caminhos teóricos da Antropologia do Imaginário, trabalhando conceitos como os de imaginação, regimes, mitos e arquétipos, a fim de perceber a relevância do imaginário na constituição do ídolo midiático, enquanto elemento da cultura. Na parte em que falamos de mito, tratamos de situá-lo dentro das abordagens oferecidas por diferentes mitólogos, nos firmando, afinal, sob o ponto de vista durandiano, em detrimento da perspectiva que entende o mito como imagem ilusória ou ideia sem correspondente na realidade. Discutimos também a questão da morte no Ocidente e sua relação com o imaginário, sublinhando como isso influencia a imagem do ídolo. Tratamos, ainda, das semelhanças e diferenças arquetípicas entre as noções de ídolo e herói, com o intuito de deixar claro como interpretamos a simbologia constitutiva do ídolo, por ser, afinal, nosso objeto de pesquisa. Por último, vimos em que medida o plano simbólico interfere no trabalho midiático.

No *Capítulo III – Análise documental: o ídolo Michael Jackson*, por sua vez, é o momento em que empreendemos a análise do *corpus*, com o objetivo de perceber os

detalhes da trajetória do ídolo exemplar deste trabalho, mostrando como os dispositivos teóricos escolhidos nos auxiliam na interpretação dos documentos e informações que tocam na carreira de Michael Jackson. Enfim, a proposta é cooperar com a compreensão do problema de pesquisa, completando o trajeto proposto para análise, qual seja: o nascimento, a estabilização, a desconstrução e o renascimento do ídolo midiático.

CAPÍTULO I – DISCURSO, MÍDIA E ÍDOLO

1. 1 Linguagem e discurso: a exterioridade da língua como ponto de partida

É necessário tratar, antes de tudo, de alguns conceitos e noções que fundamentam toda a orientação desta pesquisa. Um dos nossos pontos de partida é a compreensão de que, primeiro, o ser humano não existiria sem linguagem e que, segundo, havendo linguagem, não é possível concebê-la fora do social. Na esteira de Mikhail Bakhtin (1997), podemos dizer que é pela linguagem que nos subjetivamos e somos subjetivados, que nos tornamos, de fato, humanos; pela linguagem eu passo a conhecer o mundo, eu me constituo nele, eu me reconheço e reconheço os outros. Assim, não existe linguagem fora do social, bem como a língua, que é um fato eminentemente social, “ligada às condições da comunicação, que, por sua vez, estão sempre ligadas às estruturas sociais” (VOLOCHÍNOV; BAKHTIN, 1997, p. 14). Alguns elementos organizam, então, essa vida em sociedade; relações são desencadeadas na tentativa de se estabelecer parâmetros que digam, por exemplo, o que pode e o que não pode ser feito, o que é bom, o que é ruim, o que é aceito e o que não é; enfim, os homens, pela linguagem, vão definindo normas, nomes, atividades, papéis, funções etc.; a coletividade, portanto, organiza diferentes culturas, que variam de acordo com a diversidade histórica e geográfica, mas tudo isso inevitavelmente envolve linguagem.

Em termos bakhtinianos, a linguagem, portanto, será sempre interacional e dialógica, na medida em que convoca enunciação, língua, discurso, fala, imagens, símbolos, signos, na “comunicação verbal concreta” (BAKHTIN, 1997), na relação entre sujeitos situados sócio-historicamente, e, nesse contexto, somente o “Adão mítico” poderia escapar a essa “mútua orientação dialógica” (BAKHTIN, 2002). Podemos dizer então que, assim como para o teórico russo, a linguagem nunca pode ser entendida como expressão de um pensamento individual, totalmente inaugurador e sem contato com o social.

Essas reflexões indicam, portanto, a centralidade da noção de *discurso* no funcionamento da linguagem humana, pois é exatamente e somente nesse movimento do social que nascem os discursos. Assim, é preciso convocar o que não aparece explicitamente na língua, pois a discursividade lida com *efeitos de sentido* que escapam

à limitação da gramática ou ao dicionário da língua. Desse modo, se alguém quiser entender fenômenos que se dão no social, não basta buscar definições apenas no nível interno ao sistema da língua, é preciso extrapolar o linguístico, perceber o que interfere na formação de subjetividades, o que o faz dizer quem é quem e o que é o quê na sociedade; o que é social ou histórico, ainda, o que constitui a memória e o arcabouço cultural de um povo.

O nosso olhar de pesquisa volta-se, portanto, a essa exterioridade, à língua acontecendo, em uso, aos sujeitos falando, se comunicando, na interação linguageira do cotidiano. Esse é o nível do discurso e é nele que podemos entender *como* as pessoas dizem e *porque* dizem, ao passo que o nível linguístico indica *o que* as pessoas dizem e como esse *quê* se estrutura fonética, fonológica, morfológica e sintaticamente. O nível discursivo é, por sua vez, essencial para entendermos como a linguagem se organiza social, histórica e culturalmente.

Nas palavras de Orlandi (2007), há muitas maneiras de se estudar a linguagem, na medida em que há muitas maneiras de se significar, e umas dessas formas é a Análise de Discurso. É esse tipo de estudo que propomos: a análise da palavra em movimento, da prática de linguagem. “Na análise de discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história [...] concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social” (ORLANDI, 2007, p. 15).

Ao observar os seres humanos e suas maneiras de significar chegamos a regularidades produzidas pela exterioridade da língua que, devido a condições de produção diversas, advindas de heterogêneas relações históricas, ideológicas e culturais, acabam por constituir formações de campos do discurso. Tais campos congregam práticas de sujeitos que vão se organizando socialmente, se agregando às diversas filiações possíveis no social.

Esse ritmo discursivo ajuda a mostrar, portanto, a importância da exterioridade na presente análise, sendo, então, essencial trabalhar o que entendemos afinal por *discurso*. Para Foucault, *grosso modo*, o discurso é visto como resultante da união de regras anônimas e históricas que condicionam o exercício da função enunciativa (2008a, p. 136), ou melhor: “conjunto de enunciados que provém de um mesmo sistema de formação” (2008a, p. 141), “constituído por um número limitado de enunciados para os quais se pode definir um conjunto de condições de existência” (2008a, p. 153).

Por sua vez, segundo Pêcheux, conforme traz Orlandi (2005), em resumo, o discurso é entendido como “efeito de sentidos entre locutores”, como lugar particular em que a relação entre língua e ideologia ocorre, necessariamente ligado a condições de produção e irrupção; um objeto sócio-histórico em que o linguístico está pressuposto. Se a linguagem é sistema capaz de ambiguidade, a discursividade é a inserção dos efeitos materiais da língua na história. De acordo com Pêcheux (2009), o discurso, pelas formações discursivas, será sempre condicionante do sujeito, ou seja, os indivíduos são sempre interpelados por essas formações: “a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se realiza pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina” (2009, p. 198).

Já para Maingueneau o discurso é visto como “uma dispersão de textos, cujo modo de inscrição histórica permite definir como um espaço de regularidades enunciativas” (2008b, p. 15). Ele pondera:

O discurso não é nem um sistema de ‘ideias’, nem uma totalidade estratificada que poderíamos decompor mecanicamente, nem uma dispersão de ruínas passível de levantamentos topográficos, mas *um sistema de regras que define a especificidade da enunciação* (2008b, p. 19, grifo nosso).

Refletindo, então, com esses pensadores podemos propor que ao falar em discurso conclamamos a ideia da língua acontecendo, promovendo regularidades na dispersão dos enunciados que circulam socialmente. Discurso é, então, um ser (estrutura) e um vir a ser (acontecimento); é um processo de atualização da linguagem, que conjuga determinadas práticas e enunciados, participantes de uma memória, de uma história e de uma cultura comum, estabelecendo, enfim, certos sentidos e não outros.

1. 2 Acontecimento midiático, acontecimento discursivo e a noção de narrativa do acontecimento

Como a noção de acontecimento nos ajuda a pensar as relações entre mídia e discurso? Para entender isso, recorreremos às reflexões sobre *acontecimento* formuladas por pensadores como Michel Foucault, Michel Pêcheux e Jacques Guilhaumou, por exemplo, além de dialogar com as concepções teóricas do jornalismo e da comunicação, observando como se dá o funcionamento do processo jornalístico, ou seja, das fases que o fato percorre até constituir-se como midiático. Estabelecemos, portanto, uma linha

metodológica de analogia entre o acontecimento como entendido em Análise de Discurso e o acontecimento trabalhado na perspectiva do jornalismo, com o objetivo de compreender no que esses conceitos se diferem e se assemelham e como pode ajudar a entender o outro, visto que cremos na importância e atualidade desta noção – a de acontecimento – para os estudos de discurso. A ideia é, enfim, tanto tornar claros aspectos conceituais que tocam na questão do acontecimento, como desenvolver uma revisão teórico-metodológica da AD nesse contexto, já que esta disciplina traz, desde o berço, um (re)pensar epistemológico que é, aliás, constituinte de sua própria formação.

Ressaltamos que é muito importante sublinhar as diferenças e semelhanças entre os tipos de acontecimento, visto que trabalhamos com um fenômeno midiático, mas que é também discursivo, e, assim, temos que entender bem o lugar de cada um desses conceitos.

Conforme traz Castro (2009), em Foucault temos quatro acepções para o termo acontecimento: acontecimento arqueológico – visto como novidade ou ruptura histórica, aquilo que acontece a todo momento; acontecimento discursivo – relacionado às regularidades advindas das práticas históricas, aquilo que se mantém; acontecimento como relações de força – aquilo que forma a atualidade, sempre por meio de relações (algo sempre acontece em detrimento de outros acontecimento que deixaram de ser); e o acontecimento como método de trabalho histórico – o trabalho de acontecimentalização, fruto do olhar retrospectivo da História, que analisa e caracteriza o que é acontecimento. Nesse trabalho, porém, privilegiamos a noção do acontecimento discursivo, que pensa nas práticas e regularidades e vai interferir nas noções sociais que circulam, como a de ídolo, por exemplo. A quarta acepção também é interessante se pensarmos o trabalho jornalístico/midiático, que funciona analogamente como historiador do presente, uma vez que seleciona e registra o que acontece.

No artigo *O acontecimento discursivo e a construção da identidade na História* (NAVARRO, 2004) podemos perceber a importância do acontecimento discursivo enquanto conceito basilar da Análise de Discurso como disciplina. Ficam claras as ideias de Foucault tanto a respeito do tema quanto da postura diante da noção de História ao desconstruir o conceito tradicional que se tinha – cuja proposta era “reconstituir o ‘rosto’ de um determinado período” –, apresentando-nos uma história nova que problematiza o espírito de causalidades de outrora, inaugurando, enfim, uma genealogia baseada na *descontinuidade*.

Essa nova concepção, que prima por uma história pautada em múltiplas causalidades imbricadas, firma-se como um conceito operatório muito frutífero aos estudos de discurso, pois traz uma outra maneira de enxergar o acontecimento, já não mais como regular ou regulado, subjugado a uma vontade soberana ou da ideologia dominante, mas, antes, nos faz ver o acontecimento como *discursivo*, capaz de fazer a história oscilar, sempre novo, atravessado por deslocamentos, por sentidos flexíveis e mutáveis, fruto de práticas sociais e discursivas de homens anônimos que fazem a história.

Nesse sentido, é possível dizer que a “noção de discurso como acontecimento discursivo deve ser compreendida no horizonte dessa história descontínua e serialista e tendo em vista o descentramento do homem” (NAVARRO, p. 108). Pensando dessa forma, o discurso passa a ser entendido como prática discursiva e se torna conceito central da proposta arqueológica de investigação, localizado, então, precisamente entre a estrutura e o acontecimento, por abarcar tanto as regras da língua como aquilo que é efetivamente dito, sendo-nos possível, assim, questionar as condições que possibilitam o aparecimento de determinado enunciado e não de outro em seu lugar.

O enunciado, por sua vez, dentro da nova lógica instaurada por Foucault, passa a ser considerado dentro de sua raridade e singularidade, “sem autor único que o identifique, livre de todo o contexto que ajudaria a situá-lo num conjunto” (BLANCHOT apud NAVARRO, p. 110) e que “mesmo sendo único como acontecimento, o enunciado está aberto a toda sorte de repetição, transformação ou reativação” (2004, p. 112). Dessa maneira, o sujeito do acontecimento discursivo já não é mais o mesmo; não está na origem dos discursos, nem se manifesta como unidade na cadeia discursiva, pelo contrário, é o discurso que determina esse sujeito, o que ele deve falar e suas modalidades enunciativas, e o sujeito então passa a ser “funcionário” do discurso. Note-se que sempre que falamos de acontecimento lembramos que ele só irá se constituir com o aparecimento de um enunciado (verbal e/ou não-verbal). É o que Ducrot quer mostrar ao pensar a relação discurso–enunciação, na medida em que “é dada existência a alguma coisa que não existia antes de falar e que não existirá mais depois” daquele evento enunciativo (DUCROT apud POSSENTI, 2009, p. 119), por isso, como pensou Benveniste, a enunciação é um evento irrepetível, já o acontecimento lida com a novidade, pois pode fomentar sentido novo a cada vez que emerge.

Possenti (2009), também pensando com Foucault, trata dessa questão buscando relações nas quais o acontecimento está envolvido, e não sua origem. Assim, para ele, mais importante historicamente que narrar a passagem da monarquia à república, por exemplo, é estabelecer relações de uma época, percebendo diversos acontecimentos que vão finalmente culminar na mudança do regime político de uma nação. Essas relações que o acontecimento convoca vão indicar a sua dimensão, sendo assim possível “tratar de acontecimentos de diversas ordens e não apenas os acontecimentos fundamentais” (BARONAS, 2009, p. 42).

Baronas (2009) trabalha a noção de acontecimento ao mostrar as diferenças entre as propostas de Foucault e Pêcheux. Segundo este autor, a ideia de *acontecimento discursivo fundamental*, que é trabalhada na perspectiva pecheutiana, privilegia acontecimentos de longas durações e que se colocam numa determinada série, como “a publicação de uma obra, um manifesto, um editorial, um programa de governo, uma proposta de pacto, eleições presidenciais, ocupações de prédios públicos por movimentos sociais” (2009, p. 42). A ideia foucaultiana, por sua vez, consideraria acontecimentos de diferentes tipos, podendo “dar conta de objetos ‘menos nobres’ e de temporalidades curtas” (2009, p. 46). Por isso, “um pequeno acontecimento pode fazer a história oscilar” (NAVARRO, 2004, p. 102), pois ele é da ordem do incidente.

Unindo, então, as perspectivas do jornalismo e do discurso, um acontecimento será discursivo quando assumir o nível das regularidades, fomentar discursos, agendar debates, pautar assuntos tanto entre os meios, de uma mídia a outra, quanto entre a comunidade, nas rodas de conversa por exemplo. Seguindo esse raciocínio, não podemos igualar o acontecimento jornalístico ao acontecimento discursivo; ontologicamente eles ocupam instâncias específicas e distintas.

O acontecimento jornalístico não é *essencialmente* discursivo, mas será sempre *potencialmente* discursivo, aliás, trata-se de uma situação comum com os acontecimentos em geral. Acompanhemos o processo de constituição da informação jornalística: o fato se dá na esfera social, quando o olhar jornalístico o capta ele será transformado em notícia, ou seja, será submetido aos critérios de noticiabilidade (atualidade, interesse público etc.) e, finalmente, será informado. Às vezes o caminho para por aí e, então, teremos uma notícia simplesmente. Quando essa notícia carece de mais dados e é aprofundada, começa a nascer, então, a reportagem. Somente, portanto, quando aquela notícia ou aquela reportagem forem retomadas por motivos de

repercussão ou polêmica é que o acontecimento sairá do nível jornalístico e se transformará em discursivo. Evidentemente, a proposta de divisão dos acontecimentos em tipos, com níveis de discursividade diferentes, não pretende ser categórica, uma vez que estamos falando da língua acontecendo por meio de um processo complexo de organização das coisas que se dão no mundo, assim, trata-se apenas de uma forma pedagógica de expor essas noções, a fim de entendê-las melhor no contexto de pesquisa.

O que queremos mostrar é que esse processo de discursivização se dá em diversos momentos da trajetória do ídolo, até mesmo por sua alta exposição, pois novidades são noticiadas constantemente; a diferença é quando essas novidades passam a ser alvo de retomadas, comentários e debates. É o que acontece, por exemplo, com o passo Moonwalk de M.J.: o movimento de deslizar os pés vem do estilo de dança conhecido como *street dance*, mas ao ser atualizado por Michael Jackson assume novas dimensões, em novas condições de produção, passando a ser reconhecido como “marca” do cantor, conforme mostra uma das matérias analisadas no *corpus*: “passo da lua é sensação da década”. A discursividade do acontecimento, nesse sentido, reside no deslocamento e na atualização do gesto, que convocam memória e história, desvinculando-se da ideia de criação ou originalidade, como explica Foucault (2009), uma série de condições histórico-sociais vai possibilitar a aparição do acontecimento discursivo e não um “jogo de causas e efeitos de unidade”. (2009, p. 56).

Assim como na lógica do discurso nem todo acontecimento é desde sua origem um acontecimento discursivo, também na lógica jornalística nem todo fato se transformará em notícias ou reportagens, com grande alcance e repercussão, pois pode simplesmente não ser noticiado. Por outro lado, todo acontecimento *pode vir a ser* um acontecimento discursivo, assim como toda notícia ou reportagem *podem se transformar* em discursivos. O que vai determinar isso é o próprio acontecimento, é o próprio fato. Conforme Benveniste, o acontecimento é discursivo na medida em que cria um acontecimento (GUILHAUMOU; MALDIDIER, p. 69), que repercute, que se destaca, que é retomado, enfim, que extrapola seu campo discursivo de origem e assume significações diversas. Dito de outra forma (POSSENTI, 2009, p. 125):

O acontecimento fundamental poderia deixar de ser aquele de que todos se dão conta de que é um acontecimento [...]. Para a AD, pelo menos em suas práticas mais comuns de análise, um acontecimento seria considerado como tal na medida em que ensejasse sua retomada ou sua repetição.

Um exemplo pode tornar o raciocínio mais claro: a frase “relaxa e goza” circula no nosso léxico não se sabe precisar há quanto tempo, foi criada em algum lugar e por alguém. Quando, porém, ela é retomada pela senadora Marta Suplicy (PT-SP), em entrevista nacional, assume proporções enormes. Vira notícia, transforma-se em enunciado recorrente em diferentes assuntos, extrapola o contexto “original” da enunciação, torna-se uma *fórmula*, passa a ser material de ironia, não pertence a quem enunciou pela primeira vez, mas vai para a “boca do povo”; é interdiscursivo e flutua facilmente de uma instância a outra, pela heterogeneidade de gêneros que lhe é constitutiva (charges, músicas, editoriais etc.). Cada vez que é retomado, manifesta contexto singular e novo, não sendo necessário rememorar o acontecimento que lhe deu origem, passa a ser “a própria origem do sentido” (GUILHAUMOU, 2009, p. 130).

Observemos que o “relaxa e goza” não se enquadraria, por exemplo, aos moldes de um legítimo acontecimento histórico (aquele que entra na escrita da História geral) e nem do acontecimento jornalístico, de início, mas ao ser enunciado em condições de produção específicas passa a ser discursivo. Maingueneau (2008a) estuda o que chama de *destacabilidade* e nos ajuda a entender essas *fórmulas* oriundas dos acontecimentos discursivos. “Podemos partir de uma constatação banal: na sociedade, circula um grande número de enunciados que podemos designar pelo termo vago de *fórmulas*, ou seja, enunciados curtos, cujos significante e significado são considerados no interior de uma organização pregnante (pela prosódia, rimas internas, metáforas, antíteses...)” (2006, p. 72). Apesar de o exemplo ser de um enunciado-fórmula, o acontecimento discursivo nem sempre se trata de uma fórmula verbal (ex.: “Yes, we can” / “sim, nós podemos”, “nunca antes na história desse País”), pode ser não-verbal – um gesto (ex.: o símbolo “V” do movimento “paz e amor”), uma dança (o “passo *Moonwalk* de Michael Jackson”, como vimos) – ou até uma situação (ex.: quando a presidente Dilma deixa de fazer o sinal da cruz numa cerimônia religiosa ou quando M. J. coloca o filho na janela).

Jacques Guilhaumou, em *Linguística e História*, no capítulo 3, por sua vez, define a novidade inauguradora do acontecimento discursivo: “O acontecimento não é mais redutível à situação nem ao contexto (2009, p. 126, grifo do autor), ou ainda, “o acontecimento discursivo não depende de um encadeamento causal a uma ocorrência que o precederia (2009, p. 126-127), assim, “um trajeto temático adquire alcance global, define sua significação no momento em que emerge uma expressão (ou várias)

suscetível(is) de resumir a inteligibilidade do processo descrito, e da qual pouco nos importa conhecer o grau de originalidade lexical (2009, p. 127-128)” e, finalmente, quanto a essa originalidade lexical do enunciado, “a sua regularidade é um recurso inédito, uma riqueza incomparável que exprime as regras de funcionamento do trajeto temático no qual se atualiza” (2009, p. 128).

Não estamos querendo dizer que o acontecimento só será discursivo se mediado, apenas defendemos a íntima relação entre mídia e discurso nesse processo de discursivização do acontecimento, pois as mídias funcionam muito bem como instrumento de comunicação em massa. Principalmente no contexto contemporâneo de proliferação das novas tecnologias, momento em que a internet assume lugar especial, sendo espaço propício, inclusive, de migração dos outros meios até então vistos como tradicionais, como os jornais impressos, radiofônicos ou televisionados. O meio virtual é híbrido, na medida em que pode reunir todos esses e ainda ser usado não só por empresas ou profissionais da comunicação, mas por qualquer pessoa, seja nas redes sociais, nos blogs, nos sites ou nos twitters etc.

Em resumo, considerando as diferentes perspectivas teóricas apresentadas, é possível entender que o acontecimento visto como discursivo forma um ponto de encontro entre uma atualidade e uma memória; são ditos, reditos, comentados, revistos e, assim, acabam por revirar as redes de filiação da memória, constituídas por arquivos orais e escritos, que participam dos processos de significação dados socialmente. É nesse sentido que devemos entender o fenômeno de estudo, pois os ídolos midiáticos formam, ao mesmo tempo, acontecimentos midiáticos, em certo nível, visto que se dão por meio da mídia, e acontecimentos discursivos, em outro nível, já que envolvem atualidade, quando são novidades, e memória quando são estabilidades (se repetem).

A complexidade do objeto de pesquisa, por ser um fenômeno dado socialmente, que envolve mídia, discurso e imaginário, nos leva, então, à noção de narrativa do acontecimento. Quando falamos em narrativa do acontecimento pensamos da perspectiva que congrega sobremaneira língua e história, conforme entende Guilhaumou (2009). Trata-se de pensar o acontecimento narrado, com vistas à produção de um relato coletivo, no sentido de tornar a história verdadeira para além do tempo empiricamente definido.

Dessa maneira, há uma sensível diferença entre enunciado e fato enunciado, pois de certa forma é preciso que o fato saia do nível de isolamento e atinja a narração para

que se torne um acontecimento discursivo. Isso se dá por meio do testemunho e da lembrança que oferecem sentido às coisas e as tornam memoráveis. Enfim, a narrativa do acontecimento envolve actantes e expectadores, pois é por meio dessa relação que o fato deixa o anonimato e assume a instância do acontecimento.

O tom da narrativa pode ser responsável, por exemplo, pela heroização de personalidades, conforme mostra Guilhaumou com a análise da Morte de Marat, vista por ele como exemplar de uma narração biográfica heroizada, chegando à conclusão de que a identidade é considerada inclusive após a morte física – “o *quem* renasce sem cessar, mesmo após a morte, porque seu retorno é irreversível” (2009, p. 139).

Sendo assim, aqui levamos suas reflexões em consideração para pensar o ídolo midiático, pois é exatamente por esse viés que enxergamos o percurso do ídolo, como uma série de narrativas que dizem respeito a um “actante principal”, isto é, um personagem central que age e provoca mudanças em uma narrativa.

Ora, há diversos elementos que interferem na representação da imagem do ídolo, dando sentido à sua trajetória e é isso que queremos perceber posteriormente na observação do *corpus*. Segundo Guilhaumou (2009, p. 139):

A narrativa é concebida como uma sucessão de micro-acontecimentos que se desenrolam ao longo do eixo temporal. A narrativa do acontecimento dispõe então de uma unidade temática em torno da sucessão de elementos de conteúdo e de unidade de ação em torno de um actante principal.

Desse modo, organizamos a análise como sucessão de acontecimentos narrados que constituem o percurso do ídolo Michael Jackson, sem nenhuma intenção de julgar o que de fato aconteceu, antes, a ideia é pensar em momentos significativos de formação simbólica da sua imagem.

Da seguinte forma, conforme veremos no capítulo 3: narrativa do acontecimento 1 (1964 a 1970) – nascimento do ídolo (The Jackson Five) / criança prodígio; narrativa do acontecimento 2 (1971 a 1985) – estabilização do ídolo / carreira solo; narrativa do acontecimento 3 (1986 – 1993 / 1994 a 2009) – desconstrução do ídolo / morte moral (escândalos – extravagâncias, esquisitices, mudança de cor, cirurgias plásticas, processo de pedofilia e assédio, boatos de falência); narrativa do acontecimento 4 (2009 a 2011) – reconstrução do ídolo / renascimento (ressignificação das polêmicas – a morte física como evento motivador).

1.3 Mídia e relações de poder

Tendo em vista a noção de acontecimento anteriormente trabalhada, iremos refletir agora sobre como os acontecimentos e suas narrativas participam do funcionamento da mídia. Partindo das reflexões de Foucault a respeito da relação entre discurso e poder, por exemplo, em *A Ordem do Discurso* (2009) ou em *Arqueologia do Saber* (2008a), podemos considerar a validade de seu pensamento para nos ajudar a compreender o funcionamento midiático. Assim, nesse momento o que pretendemos é pensar a mídia como partícipe de um jogo discursivo no qual a ordem extrapola o linguístico (outrora relegado) e, mais que isso, reclama o não discursivo para que possa ser compreendida. Entendemos que em diferentes momentos, nas relações humanas, parece que se instalam diferentes possibilidades do que deve aparecer e do que deve ser dito, ou seja, que se instalam práticas discursivas, não necessariamente tangíveis no sistema da língua, que regulam mudanças nos regimes de discursividade de uma época e, a partir disso, tornam possíveis e aceitos alguns enunciados e outros não.

A proposta é entender de que forma a mídia pode funcionar como dispositivo de poder, de controle de condutas e da memória, ao participar de uma rede que organiza saberes e poderes e, enfim, constitui subjetividades, formas de nos produzirmos. Os meios de comunicação de massa talvez formem a esfera que lida mais diretamente com esses regimes de visibilidade e dizibilidade, na medida em que fazem circular saberes-verdades, que atuam na sociedade como mais um dos dispositivos enredados em um jogo de poder. Portanto, pensando com Foucault, não há uma fonte única de poder que tudo controla; o poder não é mais visto como localizável², como numa relação ideologicamente determinada por uma classe que domina e outra que é dominada, e nem o Estado, e apenas ele, é percebido como aparelho de exploração de uma classe alienada; o poder é antes lugar de luta, de disputa e, assim, está disperso em toda a estrutura social.

Tendo isso em vista, pensamos nas instituições em geral que, como a família, o sistema jurídico, a escola, a igreja, e também a mídia (por meio de propagandas, programas jornalísticos e publicidades), formam uma rede microfísica de poderes que nos impele a tomar decisões e, enfim, nos constituirmos enquanto sujeitos no mundo.

² Conferir: SILVA, 2004, p. 172.

Dessa forma, o que estamos sustentando, afinal, é que a mídia faz parte de um ciclo de micro-poderes, é proliferadora de enunciados reitores, constituintes de práticas e que inscrevem posições-sujeito em um jogo enunciativo. Conforme sugere Foucault (2009):

Suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.

1.3.1 Saber, poder e discurso

Por ter desenvolvido um longo trabalho a respeito de questões que envolvem saber, poder e discurso, Foucault nos auxilia a entender o que possibilitou o surgimento de certos enunciados e não outros na construção dos saberes de uma época. Por isso, para o desenvolvimento deste tópico recorreremos prioritariamente às suas ideias, pela propriedade e atualidade.

Metodologicamente podemos citar duas³ fases dos estudos de Foucault: a fase arqueológica e a genealógica. Em sua fase arqueológica ele vai se preocupar mais em entender “como o *saber* foi se constituindo e as condições de possibilidade de seu aparecimento” (SILVA, 2004, p. 161). A ideia é mesmo desenvolver uma arqueologia que contemple a história do saber na sociedade moderna. Desta investigação é que o pensador começa a relacionar o saber e as *práticas discursivas*, por compreender que aquele fomenta maneiras de pensar e de dizer, circunscrevendo e regularizando, enfim, os enunciados possíveis de serem ditos.

Mas, então, o que seria responsável por uma regularidade que reuniria os enunciados em meio a suas dispersões? É a partir deste mote que Foucault volta-se para a análise do discurso não no jogo de relações de continuidade, origem ou totalização, mas naquilo que o caracteriza como prática, ficando claro com isso a sua compreensão de discurso como constituído por uma sequência de signos que se encontra no nível do enunciado e não por um conjunto de performances verbais, ou ainda, o discurso como “prática que determina a historicidade dos enunciados” (SILVA, 2004, p. 162).

Foucault dialoga com o ponto de vista da Nova História, que é uma concepção baseada numa história pautada em múltiplas causalidades imbricadas em oposição à

³ Pode-se dizer que Foucault tem ainda uma terceira fase, a da “estética de si”, que é quando ele se volta a pensar as questões morais, da constituição do sujeito de si, uma espécie de “genealogia da ética” (DREYFUS; RABINOW, 1995, p. 253).

“história continuísta”⁴, e que, por isso, firma-se como um conceito operatório muito frutífero aos estudos de discurso, ao trazer uma outra maneira de enxergar o acontecimento, já não mais como regular ou regulado, subjugado a uma vontade soberana ou da ideologia dominante. Não obstante, o acontecimento passa a ser visto como *discursivo*, conforme discutimos no tópico anterior, capaz de fazer a história oscilar, sempre novo, atravessado por deslocamentos, por sentidos flexíveis e mutáveis, fruto, portanto, de práticas sociais e discursivas de homens anônimos que escrevem a história a partir de poderes que estão em todo lugar, disseminados no interior das instituições em geral.

Podemos propor resumidamente, apenas para facilitar o entendimento, que há uma rede discursiva que se desenrola mais ou menos da seguinte maneira: *enunciados* formam *discursos*, que pertencem a uma determinada *formação discursiva*, que irrompem como *acontecimentos discursivos*, que correspondem a *condições de produção* específicas, que partem de uma *memória* e de uma *história*, para constituir os *sujeitos* e suas *práticas discursivas*, que são, desde o início, perpassados por *relações de poder*, que fomentam *efeitos de sentido*, estabelecendo, enfim, *saberes/verdades* de uma época. Seguindo esse raciocínio, firmado na ótica de um mundo de dispersões, o que fica mais evidente é que são, portanto, as relações de poder que irão determinar afinal os enunciados como verdadeiros ou falsos, isto é, como válidos e funcionais ao seu tempo.

É possível perceber esse trajeto a partir da figura do ídolo midiático. Enunciados específicos a respeito do ídolo M.J., em sua fase de estabilização, por exemplo, vão seguir relativa regularidade, formando determinados discursos e se congregando em torno de formações discursivas, da seguinte maneira: “Michael Jackson: o ídolo dos anos 80”, “[...] ele é, sem dúvida alguma, o rei da música popular contemporânea”, “Michael Jackson: a explosão do ano” etc. Nesse ambiente de exaltação, conforme indica a materialidade da língua, acontecimentos discursivos vão se constituir, seguindo o compasso das condições de produção, que nesse caso põem em circulação, junto à memória e à história, a “consagração do ídolo”. A posição-sujeito de ídolo se instaura por uma série de práticas discursivas, resultantes dos efeitos de sentido possíveis naquele momento, que estabelecem, afinal, esse lugar discursivo: o ídolo midiático.

⁴ Cf. POSSENTI, S. Teoria do Discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, F; BENTES, A. (Org.) *Introdução à Linguística: fundamentos epistemológicos*. 2. ed. São Paulo: Cortez. 2004, pp. 353-389.

Não se trata, entretanto, de uma chancela estática e imutável, pelo contrário, relações sociais de poder incidem forças diversas sobre esse lugar, provocando “sistematicidades descontínuas”, mudanças de sentido, que vão rearranjar a série discursiva, sendo possível, dessa maneira, alterações no percurso do ídolo, que se firma ora como imagem positiva, ora como negativa, ora como indefinida, ora uma mistura de tudo isso e, assim, segue-se por tempo indeterminado, no ritmo do discurso, da “palavra em movimento”, na dispersão das regularidades.

Ao verificar uma “economia das relações de poder” (1995, p. 233), Foucault passa a investir, então, no tema do poder e, assim, constitui-se a sua fase genealógica. Nesse momento há uma ênfase sobre as práticas de poder e a construção da subjetividade. Não que se deixe de refletir acerca do saber, mas como explica o pensador: “o poder político não está ausente do saber, mas é tramado por ele” (FOUCAULT, 2002, p. 51). O que aprendemos com ele é que existem *técnicas de sujeição* utilizadas pelas sociedades modernas, tipos de relações de poder que constituem os sujeitos, ou seja, formam verdades/saberes sobre o sujeito. É importante entender que Foucault escolhe o *como* para ser seu método de pesquisa, pois ele pretende entender exatamente “‘*como*’ não no sentido de ‘como se manifesta’, mas ‘como se exerce’” o poder (1995, p. 240). Conforme vemos:

Abordar o tema do poder através da análise do “como” é, então, operar diversos deslocamentos críticos com relação à suposição de um “poder” fundamental. É tomar por objeto as *relações de poder* e não um poder; *relações de poder* que são distintas das capacidades objetivas assim como das relações de comunicação; relações de poder, enfim, que podemos perceber na diversidade de seu encadeamento com estas capacidades e estas relações. (1995, p. 242, grifo do autor).

Dessa empreitada podemos elencar alguns *tipos de poder* que ele diagnostica e dos quais ele discorre em diferentes momentos, como: o poder soberano, o poder do Estado, o poder pastoral, o poder disciplinar e o biopoder. Falaremos, contudo, destes dois últimos, por julgarmos que se ligam mais às relações de poder a que a mídia pertence no jogo dos sistemas de comunicação e por ser importante delimitar suas especificidades, visto que podem ser confundidos na medida em que ambos atuam numa sociedade de controle. Segundo Foucault:

O jogo das comunicações e as relações de poder estão ajustados uns aos outros, segundo fórmulas refletidas, constituem aquilo que podemos chamar, alargando um pouco o sentido da palavra, de ‘disciplinas’. (...) E aquilo que

se deve compreender por disciplinarização das sociedades, a partir do século XVIII na Europa, não é, sem dúvida, que os indivíduos que dela fazem parte se tornem cada vez mais obedientes, mas que se tentou um ajuste cada vez mais controlado – cada vez mais racional e econômico – entre as redes produtivas, as redes de comunicação e o jogo das relações de poder. (1995, p. 242).

Em poucas palavras, quando Foucault fala de *poder disciplinar* podemos pensar em como a disciplina constitui o *indivíduo*. Notemos que as disciplinas veiculam o discurso da norma, da regra⁵, e, por isso, irão finalmente interferir na formação do indivíduo. Alguns dispositivos disciplinares vão formar uma sociedade controlada, da seguinte maneira: a medicina traz o discurso de uma série de cuidados com o corpo; as formas jurídicas trazem o discurso do vigiar e punir, tendo, por exemplo, as prisões como excelentes dispositivos disciplinares de manutenção da ordem; a escola traz o discurso da disciplina quanto ao modo de falar e se portar, dentre diversos outros exemplos.

Quanto ao biopoder, o que Foucault vai sugerir é que em algum momento, no limiar da modernidade, surge uma “racionalidade estatal que pretende não mais controlar os corpos, mas a vida, a espécie” (SILVA, p. 174). A preocupação não é, necessariamente, em manter o controle do indivíduo, mas sim em manter a ordem e a produtividade da *população*, sob o ponto de vista do econômico, e, por isso, “é o lugar onde a disciplina alcança seu ápice como dispositivo” (SILVA, p.174). Em outras palavras, a vida biológica define-se como estratégia de poder (com alusão a estatísticas referentes à natalidade, saúde pública, habitação etc.). O biopoder seria, então, “o conjunto dos mecanismos pelos quais aquilo que, na espécie humana, constitui suas características biológicas fundamentais vai poder entrar numa política, numa estratégia política, numa estratégia geral de poder” (FOUCAULT, 2008b, p. 03).

Essas peculiaridades do poder que Foucault irá detectar e estudar, formam, porém, campos específicos de estudo e envolvem diferentes linhas de pesquisa, nas áreas de Filosofia, Sociologia e História, por exemplo. Levando em conta a grandeza do tema do poder, é preciso definir o que nos interessa mais aqui, principalmente devido à possibilidade temática que podemos abranger. Ora, o que propomos é pensar a articulação entre as relações de poder e as instâncias do discurso. Ao refletir sobre a *ordem do discurso*, fica claro que não há uma relação transparente e neutra entre as palavras e as coisas, ou seja, os discursos vão constituindo saberes por meio de um

⁵ Conferir: Microfísica do poder (1979); Vigiar e Punir (1987).

processo não aleatório ou apenas pelas regras do sistema da língua, antes, os fatores que constituem o não linguístico são preponderantes na definição das *verdades* componentes do repertório do saber das sociedades.

Desse modo, para se entender as complexas afinidades entre poder e discurso, não podemos encarar o sujeito da prática discursiva como aquele que se expressa livre e criativamente, de acordo com seus desejos e vontades, porque é competente enquanto sujeito falante para construir as frases gramaticais que desejar; quando pensamos em discurso necessariamente teremos “regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço” (FOUCAULT, 2008a, p.133), práticas discursivas e não-discursivas, que definem as condições de exercício da função enunciativa.

Assim, quando dizemos que Foucault se volta a pensar o poder, é válido ressaltar que ele mesmo já indica na aula de 11 de janeiro de 1978, no *Collège de France*, que ao desenvolver uma análise dos mecanismos de poder não pretende fazer “de forma alguma uma teoria geral do que é o poder (...) trata-se simplesmente de saber por onde isso [os mecanismos de poder] passa, como se passa, entre quem e quem, entre que ponto e que ponto, segundo quais procedimentos e com quais efeitos” (FOUCAULT, 2008b, p. 03).

É interessante ponderar ainda que o pensamento de Foucault é um tanto complexo, já que muito da sua bibliografia vem da reunião de cursos ou aulas ministradas e postumamente compiladas, e o que propomos aqui foi apenas um resumo didático de algumas das suas ideias, apesar de considerar o risco de parecer generalizante e talvez apressado, o intuito, de fato, é resgatar reflexões do autor, no sentido de nos ajudar a pensar a mídia como dispositivo de poder na constituição de subjetividades. Nos encontramos, pois, de certa forma, respaldados a prosseguir, na medida em que ele mesmo sugere a fertilidade do tema do poder para pensarmos questões que envolvam a sociedade em geral. Nas palavras dele: “a análise dessas relações de poder pode, é claro, se abrir para, ou encetar algo como a análise global de uma sociedade” (2008b, p. 05).

1.3.2 Sobre a questão da subjetividade

Discorreremos, agora, um pouco mais sobre a noção de subjetividade. As ideias de Foucault a respeito do tema são aqui consideradas na medida em que percebemos

que quase todo o seu trabalho envolve, direta ou indiretamente, essa questão: como os seres humanos vão se tornando sujeitos no mundo e desenvolvendo, enfim, uma subjetividade em relação a si próprios e em relação ao Outro (pela sujeição, por exemplo). Em certo momento o próprio Foucault reconhece que o que ele pretendia era, na verdade, “criar uma história dos diferentes modos pelos quais, em nossa cultura, um ser humano torna-se sujeito” (1995, p. 231). Ele mesmo afirma isso num artigo publicado em um livro de Dreyfus e Rabinow (1995, p. 231), vale citar:

Eu gostaria de dizer, antes de mais nada, qual foi o objetivo do meu trabalho nos últimos vinte anos. Não foi analisar o fenômeno do poder nem elaborar os fundamentos de tal análise. (...) Meu trabalho lidou com três modos de objetivação que transformam os seres humanos em sujeitos.

Os modos de objetivação de que Foucault falava são, principalmente, quanto à objetivação do sujeito do discurso e a objetivação do sujeito a partir das chamadas “práticas divisoras”, nas quais os sujeitos são definidos e divididos nas sociedades como, por exemplo, “loucos ou sadios”, como “criminosos ou bons meninos”. O que ele entende, afinal, é que na medida em que o sujeito é colocado em relações de produção e significação, ele é, ao mesmo tempo, inserido em complexas relações de poder. Partindo desse entendimento ele acaba por estudar a questão do poder e suas articulações com o saber (*régime du savoir*) e com o discurso, percebendo, enfim, como elas podem constituir subjetividades. Foucault faz essa relação textualmente:

Esta forma de poder aplica-se à vida cotidiana imediata que categoriza o indivíduo, marca-o com sua própria individualidade, impõe-lhe uma lei de verdade que devemos reconhecer e que os outros têm que reconhecer nele. É uma forma de poder que faz dos indivíduos sujeitos. Há dois significados para a palavra ‘sujeito’: sujeito a alguém pelo controle e dependência, e preso à sua própria identidade por uma consciência ou autoconhecimento. Ambos sugerem uma forma de poder que subjuga e torna sujeito a (1995, p. 235).

Dessa maneira, o sujeito de que estamos tratando já não é mais o mesmo; não está na origem dos discursos, nem se manifesta como unidade na cadeia discursiva, pelo contrário, é o discurso, tramado pelas relações de poder, que determina esse sujeito, o que ele deve falar e suas modalidades enunciativas.

Partindo das reflexões que Foucault traz sobre sujeição, subjetivação, enfim, sobre o sujeito, como sendo sempre constituído por relações de poderes, é que vamos pensar a mídia. Ou seja, a mídia entendida como dispositivo de poder vai implicar técnicas de subjetivação, vai constituir subjetividades, na medida em que vai circular

saberes e interditar outros e, finalmente, vai construir verdades sobre o sujeito. Essa discussão fica melhor explicada, contudo, com as reflexões desenvolvidas no tópico a seguir.

1.3.3 O que pode ser dito: vontade de verdade como sistema de exclusão

Em *A Ordem do Discurso* (2009) Foucault elege três grandes sistemas de exclusão⁶ que atingem o discurso: a palavra proibida, a segregação da loucura e a vontade de verdade; porém, é do terceiro que ele mais discorre. Aqui também nos apropriamos da noção de *vontade de verdade* para sustentar a hipótese da mídia como dispositivo de poder.

Entendemos que a *vontade de verdade* pode se relacionar com o trabalho midiático na medida em que este tem como estratégia de validação dos seus enunciados a busca pelo discurso verdadeiro, ou seja, é o discurso verdadeiro que vai normalmente legitimar o que se diz. Seja na publicidade e propaganda, seja no trabalho jornalístico, quando se vê o uso de estatísticas, evidências, procedimentos de verificação e o apelo às chamadas “falas de autoridade” (baseados em entrevistas com especialistas ou “autoridades” em determinado assunto).

É possível notar isso em diversos momentos nas reportagens que cobrem a trajetória de Michael Jackson. As afirmações do jornal vêm, normalmente, seguidas de evidências que corroborem o que se diz. Como podemos ver no trecho:

Há uma nova onda a agitar os luminosos mares da música pop internacional: a *MichaelJacksonmania*. **Os milhões de fãs em todo o mundo atestam e os números comprovam.** Além de vender 20 milhões de cópias de seu LP *Thriller* (12 só nos EUA), e 14 milhões de compactos extraídos deste álbum, Michael abocanhou troféus em 12 das 14 categorias de premiação da edição especial da revista *Billboard*, 1984 *Tallent Almanac*, feito inédito na América (grifo nosso).

Outro trecho é exemplar ao mostrar o apelo a uma fala de autoridade, além de aproximar a figura de M.J. a outras celebridades. A impressão que fica é que essa aproximação quer reforçar o “sucesso” atribuído ao cantor.

⁶ Mais a frente Foucault explica que até então teria falado dos sistemas de exclusão que se exercem de certo modo do exterior. Depois ele ainda fala, então, dos procedimentos internos de exclusão, “que funcionam, sobretudo, a título de princípios de classificação, de ordenação, de distribuição”, que são: o comentário, o princípio do autor e as disciplinas.

Quincy Jones costuma dizer que Michael é uma verdadeira máquina: ‘Tem a sabedoria de uma pessoa de 60 anos e o entusiasmo de uma criança. Está aí o seu equilíbrio’. **É amigo íntimo de pessoas como Jane Fonda, Liza Minelli, Katherine Hepburn.**

Ora, essa *vontade de verdade* de que Foucault fala tem muito a ver com uma *vontade de saber* que aparece, segundo ele, por volta dos séculos XVI e XVII, na Inglaterra principalmente, pois o saber passa a se firmar como verdade somente se for revestido de um nível técnico que garanta que ele possa ser mensurável, classificável, verificável e útil⁷. Em outras palavras, a *vontade de verdade* tem a ver com o “modo como o saber é aplicado em uma sociedade, como é valorizado, distribuído, repartido e de certo modo atribuído” (2009, p. 17). Foucault ainda explica melhor o que se deu com a noção de verdade.

A verdade mais elevada já não residia no que ele *era*, ou no que ele *fazia*, mas residia no que ele *dizia*: chegou um dia em que a verdade se deslocou do ato ritualizado, eficaz e justo, de enunciação, para o próprio enunciado: para seu sentido, sua forma, seu objeto, sua relação e sua referência. (2009, p. 13, grifo do autor).

Segundo esse raciocínio, podemos pensar então que a mídia, que trabalha exatamente com enunciados, com sentidos, com materialidades – lida com aquilo que pode e deve entrar na ordem do (re)dizível e do (re)visível enquanto possibilidades de debate no espaço público –, vai se valer de saberes/verdades determinados, vai veiculá-los, transmiti-los (vai também interditar e excluir outros) e, nesse sentido, vai acabar por constituir verdades sobre os sujeitos e, enfim, vai cooperar na formação de subjetividades.

Foucault mostra que sistemas de exclusão apóiam-se sobre um suporte institucional. “[E]ssa vontade de verdade assim apoiada sobre um suporte e uma distribuição institucional tende a exercer sobre os outros discursos – estou sempre falando de nossa sociedade – uma espécie de pressão e como que um poder de coerção”. (2009, p. 18). Ao falar disso ele se lembra de como a literatura ocidental, as práticas econômicas e o sistema penal tiveram sempre de buscar apoio e justificações no discurso verdadeiro, mas nos apropriamos aqui de sua análise para dizer como a mídia também necessita desse discurso para validar o seu.

⁷ Conferir: FOUCAULT, 1996, pp. 14-20.

Vemos em tudo isso que Foucault endossava a ideia de que, por trás de todo saber, de todo conhecimento, o que está em jogo é a luta pelo poder. Há, de fato, uma *vontade de verdade* que dita a natureza científica dos discursos e, assim, alguns saberes tornam-se válidos, criam certas verdades e proíbem outras. E nesse sentido podemos falar que procedimentos de controle e delimitação do discurso formam uma *sociedade do controle*, na medida em que “não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa” (FOUCAULT, 2009, p. 9).

1.3.4 Sentido, formação discursiva, enunciado e poder na mídia

Gregolin (2007) nos fala de trajetos sociais de sentido e podemos dizer que a mídia lida justamente com *sentidos* que circulam na sociedade. A autora fala também de uma “sociedade do espetáculo da mídia” e aponta para algumas regularidades e instabilidades, ou seja, sistematicidades e dispersões dos sentidos.

Em seu texto *Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentido: mídia e produção de identidades* (2007), Gregolin nos ajuda bastante a pensar teoricamente o que estamos querendo dizer. Ela fala da “noção-conceito de formação discursiva” (doravante FD), de como essa noção sofreu mudanças epistemológicas ao longo da constituição da Análise de Discurso e do quanto ainda deve ser entendida como uma das suas categorizações fundamentais, a partir do momento em que é vista numa relação heterogênea com os interdiscursos, com a História e com a memória discursiva.

O ponto de vista da heterogeneidade garante, ao mesmo tempo, a compreensão das FDs como sistemáticas e instáveis, na medida em que os sentidos não são unívocos e imutáveis e, por isso, se alteram. A FD, portanto, vai determinar aquilo que pode e deve ser dito, pois está ligada a um universo de representações e crenças, correspondente a uma memória, a uma História, que são sempre atravessados por uma rede de poderes. Como define Michel Foucault (1986): “A definição de uma formação discursiva como [...] um sistema de dispersão convida a colocar a contradição entre a unidade e a diversidade, entre a coerência e a heterogeneidade no interior das formações discursivas”.

Dessa maneira, trazendo à nossa análise, os conteúdos trabalhados na mídia são parte das FDs, compreendidas como fronteiras que se deslocam, impulsionadas por um jogo de história e memória e, dessa maneira, o sujeito discursivo, fruto do trabalho midiático, pode ser visto de tal e tal modo, dependendo de uma memória e de interdiscursos que, perpassados por uma rede de poderes, antecedem e interferem no processo de sua formação, assumindo, enfim, diferentes trajetos de sentidos. Conforme vemos:

São procedimentos discursivos que trabalham a memória e fazem esses enunciados interagirem-se a redes de outras formulações e constituírem outros trajetos de sentidos. (...) Cruzam-se, aí, o novo e o velho, mostrando que os sentidos estão sempre à deriva, no entanto, podem ser compreendidos porque atualizam (isto é, estabilizam/desestabilizam) a memória discursiva (GREGOLIN, 2007, p. 163-164).

Resumindo, as FDs estabelecem limites e regras ao sujeito do discurso, que vai estar sempre inscrito em determinada formação, relação que se constitui como resultado de articulações entre poder e discurso. Assim, será possível a esse sujeito atrelar-se a enunciados válidos àquela FD e, finalmente, ele será objetivado e constituído, assumindo posições-sujeito específicas e variadas. A ideia de formação discursiva, nesse contexto, é mais uma condição de possibilidade dos discursos que um conceito palpável, e se apresenta aqui por nos ajudar a entender as imposições do discurso às subjetividades.

Levando em consideração o que dissemos, podemos propor que o ídolo é também uma posição-sujeito, construída no e pelo discurso, visto que se espera determinadas formas de agir daquele sujeito-ídolo que ocupa tal posição. Talvez por isso a carreira de uma celebridade seja tão marcada por polêmicas, pois devido à tamanha exposição midiática, as suas ações e comportamentos são quase sempre julgados, questionados, e depois aceitos ou não. Isso fica bem evidente na trajetória de Michael Jackson, seja na mudança de cor ou na forma como se relacionava com os filhos, com o pai, com os amigos (ex.: a polêmica intimidade com o ator Macaulay Culkin) etc. De qualquer forma, mesmo não se tratando de uma figura pública, uma pessoa “anônima” não pode também se comportar da maneira que preferir, em qualquer lugar; não pode se alimentar nem se vestir de qualquer forma, porque aparece a ele o tempo todo padrões de beleza, investidos por vezes de um discurso médico de saúde, entre outros diversos tipos de padrões e sugestões de comportamento.

Em todos esses casos pode-se dizer que o “indivíduo” tem sim a liberdade de decidir fazer o que achar melhor para si. Mas, na verdade, não é tudo tão fortuito assim, pois há um processo que o forma o tempo todo, indicando formas de agir e de pensar, e é nesse sentido que sugerimos que se dá a constituição dos sujeitos. A mídia participa desse processo de subjetivação, na medida em que lida com “práticas discursivas que constituem verdadeiros dispositivos identitários e produzem subjetividades como singularidades históricas a partir do *agenciamento* de trajetos e redes de memória” (GREGOLIN, 2007, p. 161, grifo nosso).

As teorias da comunicação vão denominar esse agenciamento temático de *agenda setting*, visto que prevê o agendamento de temas e debates que vão passar pela sociedade e entre os *media*. Assim, vemos que a mídia lida com o acontecimento (como dissemos antes no tópico 1.2), não só trata de frases e falas, antes, trabalha enunciados atrelados a uma materialidade histórica, que podem desencadear trajetos de sentido, fomentar discursos, comentários, fórmulas etc. Silva (2004), em um texto em que trata das articulações entre poder e discurso para Foucault, nos traz o pensamento de Mayra Gomes, no seu livro *Poder no jornalismo*, da seguinte maneira: “[e]nquanto mostram as mídias disciplinam pela maneira de mostrar, enquanto mostra ela controla pelo próprio mostrar (...) é em relação a controle que se diz que se não passou pelas mídias não existem” (GOMES apud SILVA, p. 178).

Gomes chama atenção a uma *educação da visão* a que somos sujeitos. “Trazer à visibilidade é, simplesmente, mostrar o mundo do ponto de vista em que deve ser visto e esse ponto, por si mesmo, já é disciplinar: a educação da visão pela determinação do visível” (GOMES apud SILVA, p. 177). Ou como nos indica Foucault, “é sempre na manutenção da cesura que a escuta se exerce” (2009, p. 13).

Diante de todo o exposto, podemos dizer que, de fato, faz sentido pensar as relações entre mídia e poder. Foucault mesmo vai falar das relações de comunicação e os efeitos de poder:

É necessário distinguir também as relações de poder das relações de comunicação que transmitem uma informação através de uma língua, de um sistema de signos ou de qualquer outro meio simbólico. Sem dúvida, comunicar é sempre uma certa forma de agir sobre o outro ou os outros. Porém a produção e a circulação de elementos significantes podem perfeitamente ter por objetivo ou por consequências efeitos de poder, que não são simplesmente um aspecto destas. Passando ou não por sistemas de comunicação as relações de poder têm suas especificidades (1995, p. 240).

Dessa maneira, podemos dizer que a mídia, ou as relações de comunicação, lidam com poder e acabam por constituir subjetividades, pois segundo a perspectiva foucaultiana, enquanto o sujeito é colocado em relações de produção e significação, ele é também inserido em relações de poder, como já dissemos. Os discursos em geral, contudo, acontecem sempre no interior de outros discursos, com os quais estabelece correlações e deslocamentos, num sistema disperso de enunciados.

O discurso midiático, enfim, deve ser sempre pensado em relação com outros discursos que circulam na sociedade, que ativam redes de memórias diversas, produzindo sentidos também diversos. Se pensarmos em um primado do interdiscurso (MAINGUENEAU, 2008b), nem o sentido, nem o sujeito, nem o enunciado podem ser entendidos como axiomáticos, unívocos ou imutáveis, pois se constituem pelo jogo entre discurso e poder e, assim, as subjetividades se definem em papéis-simulacros, passíveis de se transformarem a qualquer momento, dependendo, enfim, da materialidade, história e memória que as relações de poder irão permitir que se desenvolvam.

Vale dizer que o material selecionado para análise no presente estudo mostra exatamente essa instabilidade sistemática que regula os discursos. O percurso do ídolo é marcado por alterações da imagem do cantor que vão formar quatro momentos mais significativos dessa trajetória: a construção, a estabilização, a desconstrução e o renascimento. Não obstante, é necessário ressaltar que são *períodos de predominância de enunciados*, que tendem preferencialmente para cada um desses temas propostos, assim, a divisão em fases definidas faz parte da didática da metodologia de pesquisa adotada, mas, de qualquer forma, o que queremos dizer é que o material indica, no geral, essa possibilidade de mudança de sentido que instaura e constitui as relações de discurso.

1.4 O lugar do ídolo: uma questão discursiva

Diante do pano de fundo teórico que acabamos de trazer, nota-se, portanto, que os conceitos trabalhados nos estudos de discurso são muito importantes para se estabelecer relações com o fenômeno estudado. O que estamos chamando de “lugar do ídolo” só pode ser compreendido se antes entendermos que os nossos processos de significação, ou a forma como organizamos nossa maneira de ver o mundo, é sempre

atravessada, ou melhor, constituída, pelo discursivo; por relações de linguagem, que tocam na língua, mas que se constituem na esteira da “viragem linguística” que se desenrola com mais vigor na década de 1970, conforme explica Guilhaumou (2009), onde o discurso passa a ser objeto da História.

Os lugares sociais são, dessa forma, eminentemente discursivos. Pensemos, sobretudo, na noção de *ídolo midiático*. Trata-se de uma noção compartilhada, no sentido de não pertencer à história de um indivíduo, mas de ser uma posição de sujeito que pode ser ocupada por qualquer um, desde que corresponda às peculiaridades que formam esse espaço. Nessa mesma lógica, podemos entender as diversas posições de subjetividade possíveis, como, por exemplo, o lugar do professor, do presidente da república, do empresário, da mulher, do homem, etc.; são papéis definidos sócio-historicamente. Isso não significa dizer que são lugares completamente fixos, e nem por outro lado totalmente flexíveis, mas são relativamente estáveis, na medida em que acompanham um dinâmico jogo de memória e História. Conforme explica Orlandi, “o sujeito é um lugar de significação historicamente constituído, ou seja, uma posição (...) uma posição-sujeito é um lugar social representado no discurso” (1998, p. 75).

A trajetória do ídolo midiático, por tudo isso, parece se firmar como um lugar ritualizado com práticas constitutivas específicas, com “propriedades singulares” (FOUCAULT, 1971). O ritual “define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso” (1971, p. 39). A transformação, portanto, das práticas de um ritual está sempre latente, pois o que as regem são a ordem do discurso, como indica o pensamento foucaultiano, sempre históricas e determinadas no tempo e no espaço.

Uma prática constitutiva dessa posição discursiva é o que vamos chamar de “nominalização”, sem a pretensão de propor uma discussão conceitual, mas apenas para nos referir à prática comum de dar nomes que identifiquem e personalizem a imagem do ídolo, no sentido de distingui-lo, de torná-lo único entre os outros. Esse movimento é característico da formação de vários ídolos midiáticos, que passam por algumas fases de consagração e constituição de sua imagem; são passos que agregam peculiaridade à figura, uma espécie de processo de midiatização. Seguindo esse raciocínio, enquanto no anonimato se tem o *indivíduo*, na fama já é necessário o nascimento de um *ícone*, que começa a assumir propriedades relativamente comuns àquele determinado lugar. Esses adjetivos nominais de distinção, normalmente, evocam grandeza ou genialidade. Na

área esportiva isso é bastante corrente, por exemplo: Fenômeno (Ronaldo); Messias (Messi), Fabuloso (Luís Fabiano), Príncipe (Kaká, depois Robinho), Imperador (Adriano), Maestro (Zidane). Na área de produção cultural também temos muitos exemplos, como cantores, músicos, pintores, artistas em geral: Deus da Guitarra (Erick Clapton), O Pirata (Keith Richards), O Camaleão do Rock (David Bowie), Namoradinho do Brasil (Regina Duarte), Queridinha da América (Meg Ryan).

Esse procedimento discursivo tem muita relação com um outro fenômeno frequente na formação publicitária desses “astros”, que é a mudança de nome. A “pessoa”, seja por indicação de assessoria de marketing ou não, passa a usar outro nome, chamado de “nome artístico” e, muitas vezes, o nome verdadeiro chega a se perder na história. É importante considerar, entretanto, que essa é uma prática muito anterior à mídia, típica desde os tempos antigos, para fazer referência a pessoas, por algum motivo, célebres. Temos: Alexandre, o Grande (conquistador macedônico); Ricardo, Coração de Leão (imperador inglês); A Dama de Ferro (Margareth Thatcher, primeira ministra do Reino Unido); Che Guevara (Ernesto Guevara, revolucionário argentino), além de vários imperadores romanos.

Pensando, agora, no ídolo exemplar dessa pesquisa, temos, então, o Rei do Pop, Michael Jackson, apelido que surge em referência ao Rei do Rock, Elvis Presley, que também faz nascer, na mesma época, a Rainha do Pop, Madona. É interessante notar que essa chancela de Rei/Rainha tem uma especificidade, pois, apesar de também surgir no intuito de consagração, acaba assumindo uma ideia de superioridade-mor. O Rei/Rainha, portanto, é aquele que parece representar, dentre os grandes, o mais respeitado, enfim, fixa-se assim o lugar de maior prestígio e admiração. Dessa maneira, em todas essas áreas de que falamos temos os “Reis”. No futebol brasileiro, o Rei Pelé; na música brasileira, o Rei Roberto Carlos, e, finalmente, na mesma lógica, no mundo, o Rei Michael Jackson.

1. 4. 1 Relações entre o ídolo midiático e o sujeito discursivo

O que queremos dizer quando falamos de *ídolo midiático*? Evidentemente a noção de *ídolo* não é originária ou exclusiva do espaço midiático, ao contrário, vem da Antiguidade Grega e surgiu para indicar adoração e veneração a deuses. Assim, *eidolon* (grego) e *idolu* (latim), traduzidas no português por “imagem”, são palavras que

invocavam dois sentidos mais primários, segundo o Novo Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa (1999), quais sejam: (i) “estátua ou simples objeto cultuado como deus ou deusa”; (ii) “objeto no qual se julga habitar um espírito, e por isso venerado”. Desses usos mais literais nasce a figurativização, que mantém a ideia de paixão exagerada, indicando (iii) “pessoa a quem se tributa respeito ou afeto excessivo”.

Mantendo-se ainda essa ideia de veneração, a moderna noção de ídolo midiático só faz sentido em um contexto de comunicação de massa, em que a mídia participa efetivamente dos processos de divulgação e publicização de informações e imagens diversas. O ídolo midiático é, portanto, um ícone, uma figura célebre que nos aparece na mídia e, então, nesse caso, o que se acessa publicamente não é, necessariamente, a personalidade particular do sujeito, mas sim aquilo que podemos chamar de realidade midiática. Esse sujeito da mídia, então, passa a ser admirado por certos grupos de pessoas, reconhecidos como *fãs* (termo altamente moderno), que são “admiradores exaltados de certo artista” (de rádio, cinema, televisão etc.), conforme mostra o dicionário.

É interessante notar que quando lemos uma notícia sobre uma celebridade, por exemplo, estamos diante de uma narrativa construída no intuito de informar algo sobre aquela pessoa e o que se vê é uma realidade narrada, contada e, por isso, insistimos em dizer que se trata do acesso a uma imagem pública, um *simulacro de sujeito*, o que não corresponde obrigatoriamente à realidade pessoal daquele indivíduo. Em certa medida, portanto, a narrativa toma o lugar do real.

Dessa forma, podemos dizer que o que estamos encarando como ícone da mídia só pode ser trabalhado na perspectiva de sujeito da Análise de Discurso. Conforme mostra Orlandi (2000, p.40):

Assim não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições dos sujeitos no discurso.

1.4.2 A flexibilidade do sentido e o percurso do ídolo

Considerando os pressupostos da Análise de Discurso francesa, não podemos mais pensar o sujeito discursivo do qual falamos no tópico anterior pelo viés de um

sentido único. A significação vai se dar entre regularidades e dispersões, pois irá obedecer à fluidez de *sentidos* (no plural), que não são estáveis, mas que fomentam efeitos diversos, possíveis a cada atualização do enunciado.

A concepção de *efeitos de sentidos* é, por isso, válida para entendermos o percurso do ídolo midiático, pois é um trajeto que lida exatamente com a sistematicidade e com a mudança. Não seria possível definir a permanência do ídolo nem no auge nem no ostracismo, mas podemos observar regularidades, que vão se definindo historicamente, de acordo com os passos da cultura, que organizam discursivamente essa trajetória.

Dessa maneira, tipos diferentes de ídolos serão aceitos em determinados momentos, suscitando o efeito mais apropriado. “Cruzam-se, aí, o novo e o velho, mostrando que os sentidos estão sempre à deriva, no entanto, podem ser compreendidos porque atualizam (isto é, estabilizam/desestabilizam) a memória discursiva” (GREGOLIN, 2007, p. 163-164). Ou ainda, segundo Pêcheux, “todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro” (2007, p. 167). São, então, trajetos de sentido que guiam o percurso de nascimento, aceitação e desconstrução de um ídolo.

1.4.3 A mídia e a formação do ídolo

A midiáticação por si só parece já provocar um certo glamour, na medida em que medeia. Simplesmente, o fato de trazer algo *mediado* ao invés de algo *imediatamente*, como sugere o próprio termo, traz à “existência” algo ausente – um simulacro de presença –, é algo que intriga os sentidos, pois vai poder ser visto e ouvido, mas não tocado, nem cheirado, nem experimentado. Dessa maneira, por exemplo, um chocolate que aparece em uma propaganda televisiva vai encher os olhos de quem o vê, vai instigar uma possível compra, mesmo que para isso não se tenha tocado ou mastigado o produto, uma vez que a imagem lida com desejos, com o mistério daquilo que não se tem, mas que se quer, com a curiosidade pelo não tangível. Assim, de forma semelhante acontece com o artista que aparece na mídia: é uma imagem que se mostra, que aparece sem de fato aparecer; é essa midiáticação que instiga o espectador ou o ouvinte, toca a

imaginação, lida com o reconhecimento e, assim, fomenta ou não adesão àquela imagem (do grego *eidolon*).

Outro ponto interessante é que com a midiática se alargam sobremaneira os limites da publicização, atividade que por vezes era realizada de “boca a boca”, pela literatura oral e escrita, e que com os *media* pode ser amplamente estendida. É a ideia da comunicação de massa, que evoca a noção de ubiquidade, de informação em larga escala, para grandes públicos, ao mesmo tempo.

Esse movimento histórico de midiática interfere em vários aspectos da organização social, intervindo no modo de interação interpessoal, nos mais diversos âmbitos (político, cultural, econômico etc.), instaurando, com isso, novas estratégias que se adéquem e aproveitem ao máximo da inovação comunicacional. Da imprensa ao rádio, à televisão e, hoje, à internet, as barreiras de alcance foram desaparecendo. Contudo, esse é um processo complexo, que envolve diversas discussões e convoca uma série de diferentes debates, entre variadas áreas de estudos. O que queremos propor, nesse contexto, é que a midiática massificada também vai alterar a constituição dos ídolos. A altíssima celeridade da informação sugere mudanças cada vez mais rápidas e, desse modo, a fórmula publicitária de “ídolos eternos” fica cada vez fragilizada, os astros contemporâneos surgem como estrelas cadentes (no sentido de “aparição brilhante e efêmera”, segundo o Novo Dicionário Aurélio).

Aqui surge a ideia de *blockbusters*. Originalmente o termo inglês se refere à “coisa de grande poder; livro ou filme extremamente famoso”⁸, na mesma linha de “best sellers”, que são produtos sucesso recorde de vendas. Contudo, o termo pode ser apropriado para se referir a “artistas que dominam o mercado por um tempo e que, mais tarde, podem ser substituídos por uma nova marca”, artistas que explodem e somem, muito rapidamente. Esses *blockbusters* fabricados funcionam perfeitamente à audiência moderna, que tende a mudar de gosto facilmente, pela proliferação de ícones a todo momento, quase indistintamente.

Podemos dizer que o ídolo Michael Jackson, nosso ícone exemplar, pegou o início desse processo de propagação de estrelas cadentes, mas ainda mantém vários aspectos do ídolo mais tradicional, aquele que comprovava talento, criatividade e inovação. Assim, M.J. reúne diversos ingredientes importantes na constituição de sua trajetória enquanto ídolo, dos quais podemos destacar: mistério (o mundo *Neverland*, a

⁸ Verbete “blockbuster”. In: *The Oxford Desk Dictionary and Thesaurus* (tradução nossa).

certa altura de sua carreira o cantor parou de falar à imprensa, o que resultava em grande especulação), excentricidade (gastos astronômicos, mudança de cor), marca/identidade (o passo *Moonwalk* é um elemento fundamental da sua consagração; uma criação que passa a ser sua marca). Vale a pena dizer que esse tipo de marca funciona como elemento de forte *organização pregnante*, nos termos de Maingueneau (2008a), na medida em que literalmente marca o artista, gera reconhecimento e repetição, passa a fazer parte de sua identidade, ou melhor, de seu personagem.

1.4.4 A imagem do ídolo midiático: enlace entre discurso e imaginário

Evocamos ao presente estudo, nesse momento, o conceito de formação imaginária⁹, conforme trabalhada na perspectiva dos estudos de discurso, no intuito de definir que relações de força e sentido interferem na constituição da imagem do ídolo. Propomos, assim, a existência de um mecanismo imaginário de produção da imagem dos sujeitos, ou seja, na interação entre os sujeitos são formadas imagens de suas posições, levando-se em conta para a construção de significado não somente o que se diz, mas entendendo que o “[...] imaginário que condiciona os sujeitos e suas discursividades [...] os sentidos não estão nas palavras elas mesmas. Estão aquém e além delas” (ORLANDI, 2007, p. 42), logo, estão também nas imagens que projetamos dos sujeitos. Conforme traz Orlandi (2007):

Tudo isso vai contribuir para a constituição das condições em que o discurso se produz e portanto para seu processo de significação. É bom lembrar: na análise de discurso, não menosprezamos a força que a imagem tem na constituição do dizer. O imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem.

Dessa maneira, tomamos a *imagem* por um viés discursivo, que se dá necessariamente no processo interativo e que é eminentemente híbrida. Com isso queremos dizer que a compreendemos como uma noção constituída por meio do discurso, portanto, passível da flexibilidade do sentido de que falamos outrora, que traz elementos além dos textos e da própria enunciação, ou seja, elementos integrados a uma conjuntura sócio-histórica e que, enfim, não pode ser considerada fora da situação comunicativa dada socialmente.

⁹ Representação mental que o locutor faz de seu interlocutor, por meio de antecipação (o enunciador idealiza uma figura mental), relações de forças (lugares sociais) e relações de sentido (interdiscursividades). (PÊCHEUX, 1969).

A concepção de imagem adotada, portanto, por não exigir um “valor unívoco” nos dá condições de pensar *corpora* diversificados, exatamente pela enorme possibilidade de materialidades, verbais e não verbais, podendo atingir gestos, comportamentos, vestimentas etc. Assim, mobilizamos esse conceito como instrumento da presente investigação, propondo, então, a existência de uma formação imaginária que circunscreve a imagem do ídolo.

Ao dizer de uma imagem do ídolo midiático queremos falar da construção de uma *identidade*, em condições de produção determinadas, de um *sujeito discursivo* que leva em conta o outro. O que está em jogo é a apresentação da imagem do ícone, ou seja, da imagem do ídolo que aparece ao público, e que, para isso, incorpora elementos previamente constituintes da formação imaginária do ídolo, no sentido de ser um lugar condicionado e condicionante, uma representação coletiva implicada no espaço social.

Dessa maneira, é necessário considerar que antes de se chegar à imagem de um ídolo específico, ou seja, a uma imagem efetiva do ídolo, produzida em condições de produção determinadas, teremos uma imagem mais geral, sugerida pela formação imaginária, resultante de processos discursivos anteriores. Essa pré-imagem é como se fosse uma “imagem imaginada” e traz consigo expectativas que pretendem ser confirmadas no nível da imagem efetiva. Tal processo implica uma espécie de acordo discursivo, formado por elementos comuns da cultura que definem as características fundamentais à determinada representação, nas palavras de Maingueneau, “estereótipo cultural que subsume determinado número de situações estereotípicas associadas a comportamentos” (2008a, p. 65). Trazendo ao contexto do ídolo, é necessário que o destinatário (plateia, fãs, o público em geral) identifique atributos próprios à figura do sujeito midiático (o ícone, a celebridade, no nosso caso, o cantor Michael Jackson).

A imagem efetiva, portanto, será finalmente avaliada pelo destinatário como positiva ou negativa, contribuindo então para o reforço ou a transformação de certas características. Há, enfim, uma expectativa por parte do público de que o sujeito discursivo siga um comportamento específico (uma maneira de dizer e uma maneira de ser), que se dá por meio de um determinado caráter ou traços e de uma determinada corporalidade (forma de vestir, gestos e compleição física). Todo esse jogo, entretanto, está submetido ao fato de que a imagem que se visa pelo ídolo não será necessariamente a imagem produzida discursivamente. Tendo isso em vista, não entram em cena os “atributos reais” do ídolo, mas sim a imagem que de fato se efetiva.

Seguindo esse raciocínio, podemos dizer, portanto, que se instaura entre ídolo e público uma relação de confiança: o mostrar e o dizer do sujeito-ídolo devem coincidir para que a imagem seja aceitável e haja adesão, caso contrário, quando não há coincidência entre *aparência* e *ser*, a imagem é questionada, logo, a relação de confiança é destituída. É claro que na interação, por mais que a imagem produzida sugira empatia e pretenda uma boa impressão, não se trata de um simples *meio* de persuasão, antes, na perspectiva discursiva, estão em questão relações de força e de sentido que antecipam a formação imaginária, como mais um dos elementos envolvidos na rede discursiva.

Em resumo, o que fizemos nesse capítulo foi refletir a respeito do ídolo midiático como concepção altamente atravessada pelo discurso. Não há como pensar no ídolo que nos aparece na mídia sem convocar os estudos que focam a questão discursiva como constituinte essencial das relações de sentido que desenvolvemos na interação social. Definimos lugares e imagens que carregam significados, formados por meio da cultura e da história de sujeitos sociais participantes de um espaço coletivo e comum de definição de gostos, formas de comportamento e compreensão, maneiras de entender e interpretar aquilo que nos cerca.

Desse modo, o arcabouço teórico da Análise de Discurso francesa, pela sua interdisciplinaridade constituinte, é extremamente válido tanto para nos fornecer possibilidades de análise quanto para possibilitar um diálogo com a corrente teórica que irá se debruçar sobre as produções simbólicas da humanidade ao longo dos tempos: a antropologia do Imaginário. Regularidades e novidades de sentido reúnem cultura, história, memória, linguagem, enfim, discurso e imaginário, e desencadeiam processos de constituição de diversas noções que compartilhamos na coletividade, uma delas é a do ídolo midiático. A seguir, portanto, iremos nos concentrar em pensar a figura do ídolo como uma produção do imaginário, que envolve questões arquetípicas e míticas, no sentido de perceber como isso se dá simbolicamente e passa a fazer parte do nosso memorial universal de imagens.

CAPÍTULO II – O IMAGINÁRIO NA FORMAÇÃO DO ÍDOLO

2.1 Antropologia do Imaginário: reverberações culturais

Ao falarmos de “imaginário” neste trabalho temos, de início, duas associações distintas: uma diz respeito à teoria da Antropologia do *Imaginário* desenvolvida por Gilbert Durand, com vistas à investigação antropológica das motivações simbólicas do *homo sapiens*; a outra se refere ao *imaginário* enquanto conceito, podendo ser reconhecido como o “[...] ‘museu’ de todas as imagens passadas, possíveis, produzidas e a serem produzidas” (DURAND, 1998, p. 6).

No que diz respeito ao processo de configuração da teoria do Imaginário, é possível dizer que, com o objetivo de desenvolver uma extensa e profunda classificação estrutural dos símbolos, Durand encontra na Antropologia¹⁰ fundamento científico apropriado ao encará-la como conjunto de ciências que estudam a espécie humana. O intento teórico de Durand contou, portanto, com uma formação pessoal e acadêmica bastante intensa, sendo possível elencar diálogos evidentes com diversas correntes de estudos da imagem, da imaginação e dos processos simbólicos em geral, sejam eles psicológicos ou culturais. Assim, a reflexologia de Bechterev (Escola de Leningrado), a teoria psicogenética de Piaget, a antropologia estrutural de Lèvi- Strauss, a psicanálise de Freud e, principalmente, a fenomenologia de Bachelard, vão juntamente cooperar com rupturas e/ou continuidades de pensamento, cada uma a sua medida, ora por meio de críticas, ora por revisões, ora por retomadas.

É com base, portanto, na noção de imaginário como elemento participante das nossas construções significativas que desenvolvemos este capítulo, levando em consideração que o ídolo midiático é necessariamente uma produção de sentido que se dá no âmbito social. O objetivo é, então, retomar alguns dos principais conceitos da teoria antropológica do Imaginário com o intuito de compreender como essas ideias colaboram com o discernimento a respeito do presente objeto de estudo.

Dito isso, antes de chegarmos mais detidamente ao conceito de *imaginário*, falemos um pouco da *imaginação*. Fonte de toda invenção humana, a imaginação se firma como uma das faculdades centrais na existência dos homens, pois somente por ela

¹⁰ Segundo Durand (2002, p. 40), o ponto de vista antropológico é o mais adequado exatamente por entender que “nada de humano deve ser estranho”.

é possível criar significados. Conforme podemos aprender com Danielle Rocha Pitta, em *Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand* (2005), o ser humano cria a todo momento; cria culturas que modificam a natureza a cada instante e, assim, seria inevitável tentar fugir ou aplacar essa atividade essencial e constante que é a imaginação, pois é por meio dela que os seres humanos dão sentido ao mundo. Com Durand entendemos que simbolizar faz parte, portanto, da própria condição humana, já que o *homo faber* diante do meio natural necessariamente se põe a imaginar (2002, p. 41) e, assim, os homens seguem a atribuir significados “que vão bem além da funcionalidade dos atos ou objetos” (PITTA, 2005, p.13). Por isso, entramos no âmbito do simbólico, que transcende o plano da referencialidade e que constrói metáforas e transforma sentidos.

Nesse ritmo seguimos ao imaginário, advindo justamente da relação entre símbolos e imagens, produzidos ao longo da história da humanidade, que acabam por formar uma espécie de inventário cultural universal. Segundo Pitta, é o filósofo francês Gaston Bachelard (1884-1962) que dará início a um “estudo sistemático e interdisciplinar (a partir de diversas disciplinas e campos de estudo) sobre o símbolo” (2005, p. 13), mostrando que o imaginário “desenvolve-se em torno de *alguns* grandes temas, algumas grandes imagens que constituem para o homem os núcleos ao redor dos quais as imagens convergem e se organizam (2005, p. 14).

Em linhas gerais, o imaginário, na perspectiva traçada por Durand, é constituído por todas as imagens produzidas pelo ser humano, proveniente de atitudes mentais que formam as concepções e comportamentos de uma cultura, assim, é uma construção mental que se mantém como um “cimento social” (MAFFESOLI, 2001, p. 76), na medida em que é fruto de um *trajeto antropológico* que promove interação entre o psicológico e o cultural por meio de uma dinâmica troca entre as *pulsões subjetivas* e as *intimações objetivas* que provêm do meio cósmico e social¹¹. O que Durand propõe, portanto, é que a natureza humana e as manifestações culturais se relacionam por meio dos *gestos dominantes*, dos *esquemas*, dos *arquétipos*, das *imagens*, dos *símbolos* e dos *mitos*, constituindo, dessa maneira, um imaginário individual e coletivo, ao mesmo tempo, que se manifesta naquilo que os homens produzem hoje e sempre, ao tentarem compreender a realidade em que vivem. Notemos que apesar da centralidade da noção de *reflexo dominante* (ou *dominantes reflexas*), enquanto gestos primordiais e universais

¹¹ Cf. DURAND, 2002, p. 41.

(subida, descida, deglutição e copulação), Durand nunca partiu da reflexologia enquanto “princípio de explicação” (2002, p. 17), o que ele fez foi, na verdade, compreender o fisiologismo a que o trajeto antropológico está eminentemente submetido.

Podemos entender o imaginário, afinal, como capital humano que promove no sujeito a capacidade de transcender e de simbolizar diante dos limites que se apresentam na empreitada de compreender o mundo e a si mesmo. As reflexões de Durand, a propósito, vão estar muito focadas na atitude do ser humano diante da morte, do Mal e dos grandes mistérios que envolvem a realidade, que acaba por recorrer a formas de eufemizar a ignorância diante das angústias existenciais.

2.1.1 Os regimes do imaginário

Gilbert Durand ao desenvolver uma sistematização das estruturas do imaginário vai chegar à noção de *regimes*. Segundo ele, estruturas simbólicas “vizinhas” vão formar agrupamentos de imagens semanticamente semelhantes que se organizam, à primeira vista, em torno de dois regimes centrais: o diurno e o noturno. Esses regimes, portanto, não dizem respeito a formas rígidas nem imutáveis, mas sim, são “formas transformáveis” (DURAND, p. 64) na medida em que estão relacionados a processos (ou pressões) históricos e sociais que constituem sua realidade arquetipal; os indivíduos, enfim, vão tratar de enumerar as imagens em universos distintos do imaginário. Pensando na organização de toda essa *motivação simbólica*, conforme explica Turchi (2003), a proposta durandiana nos leva a considerar que por meio de trajetos antropológicos os símbolos formam *grandes eixos*, pela reunião de constelações de imagens constantes, alinhadas por símbolos convergentes, dando início, então, aos regimes.

O que o antropólogo francês vai perceber é que existe um isomorfismo simbólico, que organiza os *schémes* e os arquétipos constituintes dos mitos e das constelações de imagens, e que rege a representação imaginária. Pitta (2005) explica que as imagens (míticas, literárias ou visuais) vão considerar orientações estruturais fundamentais, de modo a condensar dois tipos principais de intenções que organizam as imagens de uma cultura.

Gilbert Durand percebe no material que estuda duas intenções fundamentalmente diversas na base da organização das imagens: uma

dividindo o universo em opostos (alto/baixo, esquerda/direita, feio/bonito, bem/mal etc.), outra unindo os opostos, complementando, harmonizando. O primeiro é o regime diurno, caracterizado pela luz que permite as distinções, pelo debate. O segundo é o regime noturno, caracterizado pela noite que unifica, pela conciliação (2005, p.23).

Em *As Estruturas Antropológicas do Imaginário* Durand trata didaticamente do regime diurno em dois momentos: (i) as faces do tempo e (ii) o cetro e o gládio. Na primeira parte ele trata de três tipos de símbolos: os teriomórficos; os nictomórficos; e os catamórficos. Enquanto na segunda, ele discorre a respeito dos símbolos ascensionais, dos símbolos espetaculares e dos símbolos diairéticos. Quanto ao regime noturno, encontramos a seguinte classificação: na primeira parte os símbolos referentes à descida e a taça, que são os símbolos: da inversão; da intimidade; e das estruturas místicas do imaginário. Na segunda, por sua vez, lidamos com o que Durand denomina “do denário ao pau”, da seguinte forma: os símbolos cíclicos; do esquema rítmico ao mito do progresso; estruturas sintéticas do imaginário e estilos da história; e, por fim, mitos e semantismo.

Ao discorrer sobre o que ele chama de *As Faces do Tempo*, Durand se refere, portanto, às três grandes epifanias imaginárias da angústia humana diante da temporalidade. E para isso são trabalhados os símbolos ligados aos “sembrantes do tempo”, na seguinte ordem: o simbolismo animal, o simbolismo das trevas e o simbolismo da queda. Ainda com relação ao regime diurno, ligado à verticalidade, separação e luta, Durand vai explicar melhor a estrutura heróica do imaginário, que reúne os símbolos de elevação, os símbolos relacionados à visão e os símbolos da divisão. Ao contrário do diurno, o regime noturno vai se preocupar em harmonizar, e vai fazer isso de duas maneiras diferentes: a mística (inversão e intimidade) e a sintética (cíclicos).

Segundo define Strôngoli (2005), na *modalidade heróica do regime Diurno* são privilegiados os processos dialéticos, a tendência à abstração do meio ambiente e à inclinação para fragmentar; os verbos ou gestos, em geral, reportam ações que marcam processos de distinção, separação ou afrontamento, evidenciando a atração pela contradição e pelo conflito. Já na *modalidade mística do regime Noturno*, há a inclinação para utilizar expressões metafóricas e imprecisas, com tendência à miniaturização, com o objetivo de desfuncionalizar as imagens de agressividade e de perigo. Os campos lexicais privilegiam as imagens que se reportam ao sentido de

proteção ou de abrigo, imagens que possibilitam a construção de uma harmonia na qual o perigo, que figurativiza o medo, não entre.

É evidente que toda a teoria de Durand se fundamenta em uma proposta de sistematização de processos antropológicos, contudo, apesar de se tratar de tendências universais, isomorfismo de símbolos e imagens constantes, por exemplo, não se quer dizer que se trata de uma teoria com “espírito de sistema” (DURAND, 2002), ou ainda, que se entenda o imaginário como estrutura fixa, estática e inflexível, ao contrário, estão em voga trajetos e movimentos altamente *dinâmicos* entre o individual e o coletivo, que sempre possibilitam a *novidade da imagem*, nunca como o “eco de um passado” (BACHELARD, 2008). Tratam-se, na verdade, de “criações da humanidade que atualizam por meio de imagens, os arquétipos presentes no inconsciente coletivo” (TURCHI, 2003, p. 39, grifo nosso). Ou seja, existem frequentes atualizações das estruturas simbólicas do imaginário, por meio das imagens, nas diferentes culturas.

As considerações relativas aos regimes são válidas na medida em que nos ajudam a entender a trajetória do ídolo, principalmente ao olharmos para as imagens que compõem seu percurso de constituição, o que será melhor visualizado no momento da análise (próximo capítulo).

2.1.2 Sobre a noção de mito

Além de trabalhar os regimes como elementos constituintes do imaginário, Durand irá desenvolver extenso estudo sobre a noção de mito. Se formos buscar as diversas significações para a palavra “mito”, algumas indicam uma noção mais corrente (senso comum) e outras já apontam para a ideia de *mito* como compreendida pelos estudiosos da área. Assim, pela polissemia da palavra e para seguir uma organização mais dinâmica dos dados, primeiro traremos as definições relativas ao dicionário; em seguida as perspectivas apresentadas por diferentes mitólogos e depois a proposta que sustentamos e que vamos adotar ao longo da pesquisa, qual seja: a visão trabalhada na Antropologia durandiana.

Segundo o Novo Dicionário Aurélio: em grego, *mythos*, em latim *mythu* (fábula, lenda, mentira) – (i) narrativa dos tempos fabulosos ou heróicos; (ii) narrativa na qual aparecem seres e acontecimentos imaginários, que simbolizam forças da natureza, aspectos da vida humana, etc.; (iii) pessoa ou fato assim representado ou concebido

(“Para muitos, Rui Barbosa é um mito”); (iv) ideia falsa, sem correspondente na realidade; (v) representação (passada ou futura) de um estágio ideal da humanidade; (vi) imagem simplificada de pessoa ou de acontecimento, não raro ilusória, elaborada ou aceita pelos grupos humanos, e que representa significativo papel em seu comportamento; (vii) coisa inacreditável, fantasiosa, irreal, utopia; (viii) Filosofia – forma de pensamento oposta à do pensamento lógico-científico; (ix) Antropologia¹² – narrativa de significação simbólica, transmitida de geração em geração e considerada verdadeira ou autêntica dentro de um grupo, tendo geralmente a forma de um relato sobre a origem de determinado fenômeno, instituição, etc., e pelo qual se formula uma explicação da ordem natural e social e de aspectos da condição humana.

É interessante buscar as diversas definições consideradas por diferentes mitólogos para seguirmos uma linha de raciocínio que nos possibilite ter uma visão global do conceito, no sentido de aprender com cada um. A seguir, apresentados de maneira bastante sucinta: para Ernst Cassirer (1992), os mitos são um “milagre do espírito”, energia espiritual; aquilo que o sujeito efetua espontaneamente. São modos de simbolização, pela objetivação da experiência dos seres humanos, tornando comuns a linguagem de hoje e a dos antepassados. Segundo Pitta, o “filósofo alemão da escola neokantiana [...] mostra a importância do homem como animal simbólico. Para ele, os símbolos têm propriedades criadoras e libertadoras” (2005, p. 17).

Para Carl Jung (2000), os mitos são elaborações conscientes, organizadas em forma de narrativas, responsáveis pela transmissão de conteúdos coletivos ao longo dos tempos. Esses conteúdos (imagens primordiais e universais) provêm originariamente do inconsciente que, para Jung, produz *representações coletivas*. Assim, tanto os arquétipos (*archetypus*) quanto os mitos se relacionam a essas representações, contudo, enquanto estes são organizações conscientes, aqueles ainda não foram submetidos à racionalização. Já Joseph Campbell (1990; 1995) considera o mito como metáfora da potencialidade espiritual do ser humano; prioriza a função psíquica do mito, que seria fruto das fases transicionais do desenvolvimento do ser humano, do ciclo da vida, temas universais como o nascimento, a adolescência, o casamento e a morte.

De acordo com Lèvi-Strauss (1996), o mito é uma estrutura de linguagem que funciona como fonte explicativa do sujeito no mundo. Ele vai falar de *mito individual*

¹² Podemos acompanhar, no geral, uma aproximação do mito à ideia de inverdade, irrealidade, fantasia, mas que a definição número nove já indicia o que a corrente antropológica irá adotar.

como composição durável que por meio de um *sistema temporal* congrega o sincrônico e o diacrônico, relacionando, ao mesmo tempo, passado, presente e futuro. O mito pode ser visto, dessa forma, como “estrutura folhada”, fruto de relatos diversos que se repetem pelos mitemas (sequências constantes). “Um mito diz respeito, sempre, a acontecimentos passados: ‘antes da criação do mundo’ [...] Mas o valor intrínseco atribuído ao mito provém de que estes acontecimentos, que decorrem supostamente em um momento do tempo, formam também uma estrutura permanente” (1996, p. 241).

Mircea Eliade (2002) traz para o estudo do mito uma perspectiva histórico-religiosa, considerando, assim, o mito como *história sagrada* que perdura ao longo dos tempos; “a narrativa de uma ‘criação’ [que] relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do ‘princípio’” (2002, p. 11). Os mitos, então, fornecem *modelos para a conduta humana* e estão sempre vivos na medida em que “fundamentam e justificam todo o comportamento e toda a atividade do homem” (2002, p. 10). Roland Barthes (2002), por sua vez, trata o mito como fala e, assim, dessacraliza qualquer mistério referente à noção. Ou seja, o homem fala o mito por meio de sua linguagem, seus símbolos e projeções.

Por fim, segundo Durand, o mito deve ser entendido como “sistema dinâmico de símbolos, arquétipos e esquemas, sistema dinâmico que, sob o impulso de um esquema, tende a compor-se em narrativa” (2002, p. 62-63). Ainda, “o mito, escreve Gusdorf, é o conservatório dos valores fundamentais” (2002, p. 397). Em outras palavras (2002, p. 355-356):

Narrativa – obcecada pelos estilos da história e pelas estruturas dramáticas (...). É no seu sentido mais geral que entendemos o termo ‘mito’, fazendo entrar nesse vocabulário tudo o que está balizado por um lado pelo estatismo dos símbolos e por outro pelas verificações arqueológicas. Assim, o termo ‘mito’ engloba para nós quer o mito propriamente dito, ou seja, a narrativa que legitima esta ou aquela fé religiosa ou mágica, a lenda e as suas intimações explicativas, o conto popular ou a narrativa romanesca.

Assim, levando em consideração as diferentes definições, podemos propor a seguinte ideia, endossando Durand: o mito é uma narrativa criada e recriada pelo Homem, desde os tempos imemoriais e em todos os espaços culturais, com o objetivo de eufemizar sua imperfeição e finitude e diminuir a negatividade dos fatos e do mistério do universo¹³. Assim, para ele, são narrativas arquetípicas que propõem uma eufemização da realidade, formando uma espécie de último fundamento teoricamente

¹³ Cf. DURAND, 2002.

possível de explicação humana. Dito de outra maneira: são *crenças que propõem uma realidade instauradora do ser*, ao se constituírem como *manifestação discursiva de produção humana presente em todas as épocas e sociedades*, que orientam e organizam a vida, caminhando sempre com a capacidade do ser humano de simbolizar. Desse modo, possui uma função transcendente – nasce do desejo de compreender questões essenciais da existência, explicam o ser – e uma função terapêutica – domestica o tempo e marca um espaço de revalorização da esperança; eufemiza a morte. Assim, mitos e símbolos totalizam a concepção de verdade nas representações humanas e, dessa forma, promovem narrativas históricas e lendárias. Ainda segundo Durand, toda representação do Homem advém de um impulso narrativo que envolve a compreensão do sujeito e do mundo, sendo assim, no momento em que a palavra toma consciência de si e a atividade humana deseja escrever, isto é, organizar os sonhos e os pensamentos, daí nascem os mitos¹⁴.

Por isso dissemos no início deste capítulo que o imaginário se firma como o centro da capacidade do ser humano para transcender e que se realiza na forma de imagens simbólicas e de narrativas arquetípicas, ou seja, o imaginário deve ser entendido como a fonte primordial da capacidade humana de simbolizar e elaborar narrativas míticas. Para Durand, portanto, temos um movimento que vai do universal ao particular, na medida em que os mitos formam um sistema dinâmico de símbolos, de arquétipos e esquemas, pois eles nascem exatamente dessa dinâmica, desse trajeto, dessa “troca incessante que existe ao nível do imaginário entre as pulsões subjetivas e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico e social” (DURAND, 2002, p. 41). Isso explica a universalidade dos mitos, que são, ao mesmo tempo, invariantes, se repetem – só se variam entre os mitos clássicos – e se modificam, de acordo com o tempo e os espaços circunstanciais (situações sociais e geográficas).

Diante de toda a riqueza produtiva que o Imaginário envolve, nos colocamos à seguinte pergunta: como compreender o que está sendo feito e dito, sem considerar as dimensões simbólicas e míticas que estão em suas raízes?

Acreditamos que o percurso do ídolo está diretamente ligado às construções do imaginário coletivo, logo, intimamente relacionado aos mitos pertencentes ao nosso caldeirão imaginário, tanto em um nível mais amplo, ao acumular mitos diretivos ou grandes mitos, responsáveis pela dinâmica social (aqueles que têm como tema a morte,

¹⁴ Cf. FELÍCIO apud CARVALHO, p. 09.

o amor, o nascimento e o destino, por exemplo), quanto em um nível mais peculiar, ao lidar com as produções e representações que dizem respeito a narrativas menores, e que muitas vezes são harmônicos e consonantes aos mitos maiores, como os mitos da Fênix e de Peter Pan, focados no presente texto.

Tendo isso em vista, podemos entender o percurso pelo qual o ídolo Michael Jackson percorre, do ápice (início e meio da carreira) ao fim (escândalos) e, depois, seu renascimento (pós-morte – purificação dos “males” da fase anterior), e o porquê da recorrência ao mito de Peter Pan, por exemplo, ao tentarem explicar o seu apego a crianças ou o seu sítio Neverland (Terra do Nunca). Ora, as narrativas criadas para relatar a trajetória do cantor não escapam das indicações do imaginário e dos mitos que circulam na história humana.

2.2 O imaginário da morte no Ocidente: um discurso de devoção

Levando em consideração a pertinência do diálogo entre discurso e imaginário, podemos pensar a questão da morte, que é tanto um elemento central nas reflexões da antropologia do Imaginário como pode ser compreendida como uma noção discursiva que se constrói socialmente. A morte é carregada de sentido, e não um simples constituinte do processo biológico dos seres humanos. A propósito, Durand a encara como força motriz central na habilidade de imaginar dos seres humanos, ou seja, a “angústia diante do devir” (2002, p. 121), do tempo consumidor, ativa em nós uma capacidade de criar, de buscar respostas seguras, a fim de evitar o fim desconhecido; as narrativas míticas vão surgindo como soluções possíveis diante das contingências temporais.

Contudo, trata-se de um tema visto com algumas especificidades culturais. O historiador Philippe Airès (2003) faz um levantamento historiográfico da morte no Ocidente. Ele nos mostra que nem sempre se prezou por uma postura de sacralização dos mortos e o que se tinha por muito tempo nas eras medieval e moderna foi uma indiferença às sepulturas. Então, “apenas no fim do século XVIII que uma nova sensibilidade não mais tolerou a indiferença tradicional, e que uma devoção foi inventada, tendo sido tão popularizada e difundida na época romântica, que acreditaram-na imemorial” (2003, p. 17), daí provém, portanto, o que ele entendeu como a originalidade do culto romântico aos mortos.

Essa devoção ocidental se firmou como prática comum nas relações culturais do ocidente e daí surgem uma série de narrativas mitológicas que propõem, de alguma maneira, a continuidade do ser, uma espécie de renascimento. A crença cristã professa uma eternidade transcendental, assim, a morte é apenas o fim de um ciclo efêmero e cheio de sofrimento para o começo de outro, perene e de alegria abundante. A religião católica, por exemplo, realiza diversos rituais relacionados à morte, com o intuito de garantir o descanso da alma e a prosperidade na vida eterna, como: o velório, o enterro, a missa de sétimo dia, o dia de finados. Em geral, são práticas coletivamente adotadas e difundidas entre as culturas que, de alguma maneira, estabelecem formas de tratar e pensar a morte.

Podemos propor, então, que essa atitude diante dos mortos fomenta condições favoráveis à produção de um discurso de devoção que se firma e circula entre as gerações. É nesse sentido que entendemos que imaginário e discurso se congregam e passam a interferir nos mais diversos tipos de interação social; a relação mídia-ídolo não estaria isenta dessas interferências. Por um lado, as considerações teóricas dos estudos de discurso nos apontam a uma historicidade condicionante dos lugares sociais; por outro, o nosso grande arcabouço cultural comporta noções e imagens comuns que nos ajudam a definir quem somos e quem são os outros, constituindo, ao mesmo tempo, um processo de subjetivação e de alteridade, enfim, nos ajudando a identificar o “eu” e o “outro” no mundo. Nesse sentido, os enunciados que constituem o mundo e nos constituem são dinamicamente perpassados por conteúdos do imaginário e do discurso.

Seguindo esse raciocínio, acreditamos que desse universo de crenças, fundamentos e imagens que nos formam, a sacralização da morte surge como algo bastante central na história do Homem ocidental, nesse sentido, os discursos que circulam e constituem as sociedades ocidentais estão sempre atravessados por uma tendência de beatificação e respeito aos mortos, passando a ser então um *discurso constituinte*, como também o são o científico e o filosófico, por exemplo. Considerando esse discurso de devoção, entendido a partir da perspectiva de que falamos, não se deve insultar ou maldizer os que já partiram, o que acaba funcionando como modalizador das opiniões e julgamentos, logo, como mecanismo de reconstrução do outro e, trazendo à nossa análise, das figuras midiáticas. Como explica Maingueneau, os discursos constituintes são “[f]iadores das múltiplas práticas discursivas de uma sociedade, eles dão sentido aos atos de seus membros” (2010, p. 158).

Assim, compreendemos porque alguns rótulos constituíam a formação imaginária de Michael Jackson, e que tais rótulos sempre variavam e variam de acordo com o momento do qual se fala, com condições de produção determinadas, sugerindo, finalmente, a possibilidade de renascimento. Seleccionamos, então, alguns estereótipos indicadores da personalidade (discursiva e simbólica) do cantor: o Michael Jackson que mudou de cor, pois não queria ser negro; o Michael Jackson que tinha vitiligo; o Michael Jackson que se desfigurou depois de tantas cirurgias plásticas para esconder as suas marcas étnico-fenotípicas; o Michael Jackson pedófilo; o Michael Jackson pai, que quase jogou o próprio filho pela janela; o Michael Jackson filho, traumatizado, vítima da criação do rígido pai; o Michael Jackson milionário; o Michael Jackson falido; o Michael Jackson que, na verdade, nunca foi pedófilo, mas que apenas sofria da chamada síndrome de Peter Pan etc.

Enfim, são diferentes perspectivas que dão significado à imagem do ídolo, respeitando sentidos e maneiras de enxergar que são definidos socialmente. Exatamente por envolver imaginário e discurso, esferas da linguagem altamente frutíferas e criativas, o processo de renascimento, ou a reconstrução positiva da imagem de outro, é uma possibilidade inerente à nossa forma de organização e recepção da morte, tanto é que não se trata de procedimento exclusivo do ídolo Michael Jackson, já tendo sido evidenciado em outras figuras, como é o caso de Jesus Cristo, Elvis Presley, John Lenon, entre outros.

2. 3 O herói e o ídolo: questões arquetípicas

As noções de *ídolo* e *herói* por vezes se confundem no vocabulário corrente, mas até quando podemos tomá-las como da mesma ordem e até quando devemos manter as diferenças? O dicionário evidencia as duas coisas, semelhanças e diferenças, na medida em que traz o herói (do grego *héros*, *héroos*; do latim, *heroe*) como (i) “homem extraordinário por seus feitos guerreiros, seu valor ou sua magnanimidade”; (ii) “protagonista de uma obra literária”; (iii) semideus; (iv) “pessoa que por qualquer motivo é centro das atenções”.

Talvez possamos, a partir dessas definições, estabelecer alguns níveis de heroicidade. Assim, teríamos o *herói clássico*, que dá sua vida por outrem ou por algo maior, que tem uma jornada, uma missão a ser empreendida (Ex.: Jesus Cristo). Daqui

subdividem-se duas vertentes: o *herói épico* das grandes guerras, que luta e vence, representando uma nação (Ex.: O Ulisses histórico) e o *herói trágico*, que vai cair nas contingências da fortuna (ex.: Édipo). Dessa mesma ideia nasceria o *herói poético*, que é aquele personagem do gênero ou estilo literário que celebra façanhas heróicas (magnanimidade, longanimidade ou generosidade), é quando se narra e deifica as ações do herói épico (Ex.: O Ulisses homérico). Teríamos também o *herói sagrado*, aquele ente mítico, metade homem e metade deus, que realiza feitos notáveis (ex.: Hércules e Aquiles).

E, por último, carregado de sentido mais amplo, teríamos o *herói-ídolo*, aquele que simplesmente está no centro das atenções, que não pratica atitudes classicamente heróicas, mas que se destaca, que está acima da média, que está além do ordinário, que goza da fama e da admiração pública. Nesse patamar é que se unem as noções de herói e ídolo (o ídolo contemporâneo, não mais o ídolo-deus). Aqui podemos congregamos aqueles que formam o grupo dos grandes homens. Grandes atletas (Ayrton Senna), cantores, atores, músicos, políticos (Luther King, Mandela). Como resume Campbell (1990) em *O Poder do Mito*, no capítulo *A Saga do herói*, ao discorrer sobre as características do herói: [deve haver] “ato supremo de realização, nível cósmico maior e não local (1990, p. 135).

Diante disso, podemos perceber que o que ficou convencionado por feitos heróicos se distancia do que a própria palavra *herói* significava originalmente. As atitudes heróicas estão ligadas ao *herói épico* e seriam reconhecidas facilmente pela coragem, entendida como bravura extrema, entrega e renúncia de si em favor de outro, generosidade absoluta, bondade etc. Hannah Arendt (2010, p. 233) explica o porquê dos diferentes usos da palavra:

O herói revelado pela história não precisa ter qualidades heróicas; originalmente, isto é, em Homero a palavra *herói* era apenas um modo de designar qualquer homem livre que houvesse participado da aventura troiana e do qual se podia contar uma história [...] Em Homero a palavra *héros* sem dúvida implicava distinção, mas uma distinção que estava ao alcance de qualquer homem livre, em nenhum momento tem o significado ulterior de semideus, resultante talvez da deificação dos antigos heróis épicos.

A coragem ilimitada, que talvez seja a característica mais marcante do herói clássico, não era requisito para se chamar alguém de herói, na verdade, a heroicidade se garantia pela distinção de alguém do qual se pode contar uma história. Assim, o único requisito seria o da fama, ou seja, o herói tem que aparecer, não pode haver anonimato,

pois é essa publicização, essa visibilidade, que o distingue dos homens ordinários. “Se seguissemos o costume linguístico grego segundo o qual os ‘heróis’, os homens que agem no sentido mais elevado, eram chamados de *andres epiphaneis*, homens completamente manifestos e altamente visíveis” (ARENDT, 2009, p. 90). Diante disso, só podemos tomar ídolo e herói como sinônimos se invocarmos o sentido mais original do termo, esse homem epifânico, necessariamente manifesto.

A ideia de alta visibilidade vai casar, então, com a definição de ídolo que adotamos, explicitada anteriormente (tópico 1.4.1), qual seja: “pessoa a quem se tributa respeito ou afeto excessivo”; alguém célebre, que foge ao ordinário. Levando isso em consideração, podemos dizer que há um movimento globalizado de espetacularização da cultura que instiga um movimento de heroicização de sujeitos da mídia. Como explica Campbell (1990): o regular, o comum não prende a atenção, não fomenta adesão, aquele reconhecimento do espectador com a celebridade será mais forte quanto mais mexer com o extraordinário, com o diferente, com o espetacular, com o sensacional. “Alguém que realizou alguma coisa além do nível normal de realizações ou de experiência” (CAMPBELL, 1990).

2.4 A validade do simbólico no trabalho midiático

Lidamos o tempo todo com a experiência de narrar, seja como ouvinte ou como narrador, essa é uma atividade extremamente elementar nos relacionamentos humanos. Ao narrar tornamos os fatos memoráveis e compreensíveis, contamos histórias vividas, ouvidas ou imaginadas. A capacidade de narração está diretamente relacionada ao imaginário, pois nele estão contidos símbolos, imagens, arquétipos, enfim, noções comuns que compartilhamos coletivamente. Por exemplo, para narrar a história de um rei é preciso que se saiba o que significa a figura de um rei, para isso, podemos lembrar de reis que já existiram, podemos falar de como funciona um reinado, podemos falar da rainha, dos servos, dos castelos e de outros elementos que participem do campo semântico e simbólico relacionado à imagem de um rei. Apesar de parecer evidente, estamos dizendo isso para ressaltarmos que junto ao processo de narrar são ativadas associações que cooperam com a compreensão do que está sendo dito. E são nessas associações simbólicas que queremos nos focar, uma vez que estamos trabalhando com

a análise de narrativas de acontecimentos, e, desse modo, queremos entender como os elementos do imaginário são ativados para narrar a história de um ídolo.

Para o antropólogo Joseph Campbell, “[a] universalidade desses padrões [arquetípicos] é que possibilita compartilhar a experiência de contar e ouvir histórias. Um narrador instintivamente escolhe personagens e relações que dão ressonância à energia dos arquétipos, para criar experiências dramáticas reconhecíveis por todos. Tomar consciência dos arquétipos só pode aumentar nosso domínio do ofício”. (CAMPBELL apud VOGLER, 2006).

Vogler (2006) trabalha o conceito jungano de *arquétipos*. Para ele, na medida em que há tipos recorrentes ou comuns de personagens, símbolos e relações – como as figuras dos heróis, dos sábios, dos guardiões, dos companheiros, dos vilões, dos brincalhões etc.– pode-se dizer que existem os arquétipos, “personagens que povoam o país da narrativa” (2006, p. 46), ou, segundo Carl Jung, “antigos padrões de personalidade que são uma herança compartilhada por toda a raça humana” (2006, p. 47). Nesse sentido, Vogler, ao recorrer à noção jungana de “inconsciente coletivo”, explica que “os contos de fadas e os mitos seriam como os sonhos de uma cultura inteira [...]. Os arquétipos são impressionantemente constantes através dos tempos e das mais variadas culturas, nos sonhos e nas personalidades dos indivíduos, assim como na imaginação mítica do mundo inteiro” (2006, p. 48). Saber lidar com esses arquétipos num contexto de narrativa de histórias e por que não dizer num ambiente midiático, de narrativas reais, é funcional, estratégico e legítimo.

É possível perceber isso de forma evidente na constituição dos ídolos. De certa forma, uma figura, uma marca, está sendo construída; um ícone cuidadosamente modelado por pomposas assessorias de marketing, que inevitavelmente trabalham com estratégias de reconhecimento e sedução do e com o público. Ou mesmo sem considerar os procedimentos publicitários de persuasão, discursivamente uma imagem está sendo formada, uma imagem está sendo construída, isto é, a imagem de um sujeito discursivo que espera adesão.

Sendo assim, podemos trazer à discussão o lugar do herói, garantido por sua forma arquetípica a partir de alguns quesitos específicos, como nos mostra Christopher Vogler, em *A jornada do herói*. O que defendemos é que o ídolo das narrativas reais abordados no jornalismo informativo tem aspectos muito semelhantes a um tipo de herói de que falamos no tópico 2.3, o *herói-ídolo*, exatamente na medida em que

observamos as características que constituem ambos: aquele que está no centro das atenções, que se destaca, que está acima da média, que está além do ordinário, que goza da fama e da admiração pública. Ou ainda, aquele que se identifica com a plateia, aquele que age, aquele que cresce, aquele que sabe lidar com a morte, podendo com isso, assumir variedades heróicas – anti-herói, heróis voltados para o grupo, heróis solitários, heróis trágicos ou heróis catalisadores etc. Enfim, todos esses arquétipos carregam características universais e únicas assim como “os heróis devem ter qualidades, emoções e motivações universais que todo mundo já tenha experimentado uma vez ou outra” (VOGLER, 2006, p. 55). Isso tudo leva o público a se identificar e recebê-los como heróis, ídolos, ícones, sejam da vida real ou da literatura.

Ora, o discurso jornalístico por estar aparentemente resguardado pela proposta de imparcialidade e objetividade, e na medida em que o que está em jogo é o trato com informações e fatos, nos dá a impressão de que é possível descartar noções arquetípicas e de inconsciente coletivo, ou seja, basta o bem informar. Contudo, persistimos na ideia de que informar é também, em algum momento, narrar, contar histórias (de heróis, de assassinos, de ídolos, de fãs) e, nesse sentido, não se descarta a recorrência ao simbólico, tanto no agendamento temático quanto no momento da produção de histórias, mesmo que reais e resultantes de rigorosos processos que garantem a qualidade da informação jornalística.

Voltemos ao nosso caso de estudo: Michael Jackson, ou melhor, a figura do ídolo M. J. passa por um processo de construção; para a sua saída do anonimato é necessária a constituição de um perfil midiático, que agrada ou que desagrade, mas que alcance e atinja públicos. Se pudessemos pensar em níveis midiáticos (ideia de tornar público, publicizar) o estágio mais consciente desse processo seria o trabalho da assessoria de marketing, que em algum momento delibera: vamos construir um rei, o rei do pop; o trabalho jornalístico viria, então, nessa escala como um estágio mais implícito, aqui não se cria o ícone, mas o reatualiza numa nova linguagem, pois há uma saída da linguagem publicitária, que tem o objetivo claro de venda do “produto”, para uma linguagem informativa; nesse momento também se delibera, que é quando, nas reuniões de pauta, por exemplo, decide-se o que vai sair e de que forma vai sair – no caso, M. J. é aceito como ídolo e, então, é notícia, seja para exaltação ou para destruição.

Além das referências à narrativa de Peter Pan (diferentes matérias mostram isso), a reportagem de 18/07/1984 – Ele é mesmo mais popular do que Cristo / “Sou mais popular do que Cristo”, desejou John Lenon nos anos 60, sem imaginar que Michael Jackson realizaria o sonho –, confirma a ideia de recorrência ao imaginário (símbolos, arquétipos, mitos) no trabalho jornalístico. O eixo de linguagem motor constitutivo da matéria é a analogia da figura de Jesus Cristo com Michael Jackson, mesclando, para isso, o discurso religioso com o discurso jornalístico (narrativo-descritivo).

Diante do que vimos, no que se refere à antropologia do imaginário durandiano, em geral, ficam claras as contribuições desse referencial teórico para o desenvolvimento do que apresentamos até aqui, desde o momento em que entendemos o ídolo midiático como noção advinda fundamentalmente do plano simbólico e político, fruto de um rico legado coletivo de símbolos, mitos e imagens comuns. O que interessa agora é observar esses elementos funcionando na análise, ou seja, é enxergar o imaginário acontecendo por meio da linguagem, dando forma às produções culturais, entrelaçando-se ao discurso e à mídia, e constituindo sentido na trajetória do ídolo.

CAPÍTULO III – ANÁLISE DOCUMENTAL: O ÍDOLO MICHAEL JACKSON

3.1 O trajeto do ídolo Michael Jackson

Nesse capítulo, para melhor compreender o percurso de construção, estabilização, desconstrução e reconstrução que estamos propondo para análise, iremos considerar dados que formam tanto a carreira quanto a vida pessoal de Michael Jackson, na perspectiva do discurso que entende essas fases como narrativas de acontecimentos, por trabalhar a imagem de um sujeito discursivo, sempre atravessada pelo discurso do Outro. Assim, para termos uma noção da imagem do cantor nos Estados Unidos, que é onde começa sua trajetória pública, recorreremos a informações retiradas de uma linha do tempo que reúne importantes datas de sua biografia (*Interactive Time Line: 1958-2009*), disponível no jornal estadunidense *Los Angeles Times*, da cidade onde ele cresceu. Notemos que só em 1972 se tem a primeira menção do cantor no Brasil, visto que antes disso os *Jackson Five* gozavam de fama local, de modo que somente no final da década de 1970 é que Michael Jackson ganha destaque maior, fazendo produções solo em 1971. Isso reforça a necessidade de recorrermos a um jornal norte-americano, para termos acesso a informações de antes da notoriedade internacional.

No que se refere à imagem do cantor enquanto ícone mundial, portanto, serão analisadas matérias produzidas pelo jornal brasileiro *Folha de S. Paulo*, para termos uma ideia de como se dá a chegada de M.J. fora de seu país, já como cantor de grande popularidade. A escolha do jornal *Folha de S. Paulo*, por sua vez, deve-se a alguns motivos, que apresentamos a seguir: (i) trata-se de um dos jornais diários de maior circulação nacional, que oferece um serviço acessível de pesquisa de dados (antigos e atuais), por meio do qual foi possível ter acesso a matérias da década de 1970, por exemplo; (ii) como as matérias envolvem um cantor estrangeiro, o jornal disponibiliza reportagens produzidas por correspondentes internacionais que enviam matérias feitas no país de origem, no caso os Estados Unidos, e não apenas “matérias requentadas”, como indica o jargão jornalístico para denominar matérias aproveitadas de outros jornais e agências de notícias.

É importante ponderar que a análise sempre irá partir do que as informações e o *corpus* oferecem, sendo necessário reconhecer que estes dados não trazem necessariamente “a verdade dos fatos”, antes, ao se tratar de um processo mediado,

temos acesso a um ponto de vista, a um simulacro do real, à narrativa de acontecimentos, nos termos já traçados no capítulo 1. Outra ressalva é no sentido de esclarecer a metodologia. Julgamos necessário catalogar os títulos que seguem, com o intuito de tornar possível a compreensão do percurso do ídolo como um todo, trazendo o máximo de dados que conseguimos, entretanto, na análise do *corpus* serão consideradas apenas algumas matérias, na íntegra, que sejam mais densas e, assim, mais exemplares no contexto de pesquisa.

Os títulos e as informações seguem elencadas abaixo, de forma resumida.

Los Angeles Times:

05/11/1949 – os pais de Michael Jackson, Joe Jackson e Katherine Scruse, se casam.

29/05/1950 – nasce a mais velha dos nove irmãos, Rebbie Jackson.

04/05/1951 – nasce Jackie Jackson.

15/10/1953 – nasce Tito Jackson.

11/12/1954 – nasce Jermaine Jackson.

29/05/1956 – nasce La Toya Jackson.

12/03/1957 – nasce Marlon Jackson.

29/08/1958 – nasce Michael Jackson.

29/10/1961 – nasce Randy Jackson.

1964 – os três irmãos mais velhos formam o grupo musical The Jacksons, que mais tarde se transforma no grupo *The Jackson Five*, com a entrada de Marlon e Michael Jackson.

1966 – The Jackson Five ganha um festival local na cidade onde nascem, Gary, Indiana.

16/05/1966 – nasce Janet Jackson, a irmã caçula.

Agosto, 1968 – primeira aparição do grupo no famoso Apollo Theater, em Nova Iorque.

1968 – primeiro contrato de gravação.

Março, 1969 – segundo contrato do grupo, fechado com Berry Gordy, renomado produtor da Motown Records [a mais importante gravadora de artistas negros dos EUA].

1968/1969 – a família Jackson se muda para Los Angeles, passando primeiro por Hollywood.

16/08/1969 – primeira aparição ao vivo pela Motown, no Hollywood Palace.

31/01/1970 – “I want you back”, do álbum feito com Diana Ross, atinge primeiro lugar no quadro de músicas de sucesso.

25/04/1970 – “ABC” é o segundo sucesso do grupo, que se mantém no primeiro lugar das “paradas de sucesso” (Billboard charts) por duas semanas.

19/06/1970 – Jackson Five in Concert: primeiro recorde de público (18.675 mil pessoas).

27/06/1970 – “The Love you save” é o terceiro sucesso do grupo, alcançando o primeiro lugar nas “paradas de sucesso” por duas semanas.

17/10/1970 – “I’ll be there” é o quarto sucesso, mantendo-se nas mais tocadas por cinco semanas.

1971 – [Michael Jackson, por ser o mais novo do grupo, chama atenção pelo talento precoce e começa a se destacar mais que os outros].

1971 – M.J. conhece o produtor Quincy Jones, com quem trabalhará mais tarde em “The Wiz” e “The Thriller”.

29/04/1971 – M.J. é capa da Rolling Stone [mais importante revista de música do mundo]. Aos 11 anos ele já tinha seis discos de ouro (ainda com os Jackson Five).

01/01/1972 – M.J. lança seu primeiro álbum solo, “Got to be there”.

14/10/1972 – “Ben” é o primeiro sucesso solo de M.J. a alcançar o primeiro lugar das músicas mais tocadas nos EUA.

Abril, 1974 – M.J. lança “Music & Me”, conquistando o público adolescente feminino.

1975 – Contrato rompido com a gravadora Motown. Com a saída de Jermaine do Jackson Five (que se casou com a filha de Berry Gordy), o grupo se rearranja como The Jacksons.

1975 – novos produtores: The Jacksons fecha contrato com a gravadora Philadelphia Records.

18/06/1977 – M.J. participa do musical “The Wiz”, junto de Diana Ross, Richard Pryor e Lena Horne.

1978 – aos 20 anos de idade, primeiras notícias de namoro de M.J. com Tatum O’Neal [outra garota prodígio que ganha o Oscar aos 10 anos estrelando em “Paper Moon”].

24/10/1978 – “The Wiz” faz sucesso em Nova Iorque. Acredita-se que nesse ano foi a primeira cirurgia plástica de M.J., depois de um incidente em um ensaio, onde havia quebrado o nariz.

05/08/1979 – “Of the Wall”, um dos maiores sucessos de M.J., é lançado.

13/10/1979 – “Don’t stop ‘til you get enough” atinge primeiro lugar nas paradas de sucesso.

18/01/1980 – M.J. domina os títulos mais cobiçados da American Music Awards: melhor cantor, melhor *single* (“Don’t stop ‘til you get enough”) e melhor álbum (“Of the Wall”).

19/01/1980 – “Rock with you” mantém primeiro lugar nas “paradas de sucesso” por quatro semanas.

06/11/1982 – dueto de M.J. com Paul McCartney, “The Girl is mine”, atinge segundo lugar nas músicas mais tocadas.

30/11/1982 – O álbum “Thriller” quebra o recorde mundial de música, ficando em primeiro lugar por 37 semanas consecutivas entre as músicas mais tocadas dos EUA. O disco reuniu *hits* como “Billie Jean”, “Beat it” e confirmou sucesso total com a divulgação do vídeo “Thriller” [inovação que chamava atenção e captava nova tendência da música em formatos de videocliques]. O passo batizado como Moonwalk também faz muito sucesso.

05/03/1983 – “Billie Jean” se mantém sete semanas em primeiro lugar das “paradas de sucesso”.

25/03/1983 – o passo “Moonwalk” se consagra durante apresentação de M.J. da música “Billie Jean” em um show beneficente da Motown, no *Pasadena Civic Auditorium*.

31/03/1983 – “Beat it” traz recorde de sucesso à MTV, proporcionando 10 milhões de acessos na audiência.

02/12/1983 – novo recorde da MTV com “Thriller”.

10/12/1983 – novo trabalho de dueto com o famoso Beatle Paul McCartney, “Say Say Say” alcança primeiro lugar nas “paradas de sucesso”.

27/01/1984 – acidente durante gravação de comercial da Pepsi: M.J. se queima na frente de 75 fãs que acompanhavam a filmagem.

Folha de S. Paulo (apenas os títulos – os documentos integrais constituem o *corpus*):

06/07/1972 – “Michael Jackson”.

12/09/1974 – Conjunto musical/Exterior: “Os ‘Jackson Five’ agora são seis”.

13/09/1974 – Conjunto musical/Exterior: “Jackson Five, as primeiras impressões”.

16/09/1974 – Conjunto musical/Exterior: “The Jackson Five”.

- 01/03/1984 – “Michael Jackson coleciona prêmios na noite do Grammy”.
- 01/03/1984 – “Oito prêmios Grammy, o novo recorde do fenômeno chamado Michael Jackson”.
- 22/03/1984 – “E o garoto Michael virou um grande ídolo”.
- 22/03/1984 – “Jackson, o garoto de 5 milhões de discos”.
- 28/01/1984 – “Mais um prêmio para Michael Jackson”.
- 30/01/1984 – “Michael Jackson se queima na gravação de comercial”.
- 01/02/1984 – “Jackson poderá processar o estúdio que causou o acidente”.
- 09/02/1984 – “A grande festa para celebrar o último recorde de Michael Jackson”.
- 09/02/1984 – “Jackson vai à festa com Brooke”.
- 25/02/1984 – “O menino que não quer crescer”.
- 19/03/1984 – “Michael Jackson fatura US\$ 100 milhões em excursão”.
- 02/05/1984 – “Szpilman: é comum no Brasil plástica de Michael Jackson”.
- 20/06/1984 – “O ídolo musical que virou mito”.
- 26/06/1984 – “Continental admite que fez “Thriller” pirata e promete entregar a matriz”.
- 15/07/1984 – “Os Jackson continuam na estrada. Como sempre, faturando milhões”.
- 15/07/1984 – “Michael Jackson, fenômeno da música pop”.
- 16/07/1984 – “Vítimas de Jackson”.
- 17/07/1984 – “O grande negócio da música ‘pop’ ”.
- 18/07/1984 – “Ele é mesmo mais popular do que Cristo”.
- 27/08/1984 - “Especial – O ídolo dos anos 80, (Michael Jackson, a explosão do ano)”.
- 03/09/1984 – “Especial – O ídolo dos anos 80, (Carisma nas paradas) 2º capítulo”.
- 10/09/1984 – “Especial – O ídolo dos anos 80, (Thriller: o pulo do gato) 3º capítulo”.
- 19/09/1984 – “Yoko Ono e Michael Jackson estão entre os 400 mais ricos dos EUA”.
- 11/06/1985 – “Avião leva para Etiópia ajuda obtida com música”.
- 16/08/1985 – “Michael Jackson agora é dono da música dos Beatles”.
- 17/08/1985 – “Jackson compra os Beatles”.
- 12/04/1985 – “Uma festa para o pequeno Prince”.
- 27/02/1986 – “Deu a lógica no Grammy”.
- 27/02/1986 – ““We are de world’ leva Grammys”.
- 18/09/1986 – “Michael Jackson desafia médicos e usa máquina para rejuvenescer”.
- 30/05/1987 – “Um homem-elefante na vida de Michael Jackson”.

12/08/1987 “Michael Jackson – O cantor, que cultivava hábitos surpreendentes, como usar uma máscara cirúrgica e passear de cadeira de rodas, volta ao centro das atenções com anúncio de seu novo álbum”.

20/08/1987 – “A volta do superastro”.

30/08/1987 – “Este homem não quer morrer”.

02/09/1987 – “A nova embalagem de Michael Jackson”.

20/04/1988 – “A solidão de Jackson”.

07/02/1989 – “‘Moonwalker’, uma orgia cósmica do tédio”.

04/05/1989 – “Michael Jackson entra em joalheria com peruca, bigodes e dentadura”.

14/05/1989 – “As novas de Michael”.

21/02/1990 – “Jackson premiado por 100 milhões de discos”.

10/06/1990 – “Jackson operou suas bochechas”.

21/06/1991 – “Michael Jackson – A mais nova vítima de uma biografia não autorizada, o mega-astro pop desfila glórias e mazelas pelas 625 páginas de Michael Jackson - The Magic and the Madness, de J. Randy Taraborrelli, já um best-seller nos EUA, ainda sem previsão de edição no Brasil”.

19/06/1991 – “Michael Jackson assina contrato de US\$ 1 bi”.

29/03/1991 – “Jackson e sócio da Sony”.

04/05/1991 – “Biografia diz que Jackson é virgem”.

15/11/1991 – “BBC corta clip de Michael Jackson”.

15/11/1991 – Clipe de Michael Jackson põe branco no preto”.

19/11/1991 – Jackson causa indignação entre artistas”.

19/12/1991 – “Droga que clareia a pele pode causar câncer”.

19/01/1992 – “O senhor da terra do nunca”.

25/08/1992 – “Pós-operatório sem fim”.

17/12/1992 – “Cantor Michael Jackson ‘rouba’ ópera alemã”.

12/02/1993 – “Michael Jackson diz que o pai o espancava”.

12/02/1993 – “Jackson dá a primeira entrevista em 14 anos”.

27/03/1993 – “Vitiligo, Michael Jackson e melagenina”.

25/08/1993 – “Michael Jackson é acusado de abusar sexualmente de menor”.

27/08/1993 – “Novas acusações de abuso envolvem Jackson”.

28/08/1993 – “Menino inocenta Jackson em depoimento”.

01/09/1993 – “Gravação revela ameaças contra Michael Jackson”,

- 06/09/1993 – “Ex-empregados viram Jackson beijar garoto”.
- 29/09/1993 – “Ex-mordomo quer processar Jackson na Justiça americana”.
- 20/11/1993 – “Michael Jackson teria tentado se suicidar”.
- 27/11/1993 – “Irmão diz duvidar da inocência de Jackson”.
- 02/12/1993 – “Motorista diz que Michael dormiu um mês com garoto”.
- 10/12/1993 – “Michael Jackson é culpado, diz La Toya”.
- 15/12/1993 – “Ex-empregada diz que Michael tomava banho com meninos”.
- 17/12/1993 – “Outro garoto acusa Michael Jackson de abuso sexual”.
- 08/01/1994 – “Jornal aponta novo caso de Jackson”.
- 12/01/1994 – “Garoto diz como foi seduzido por Jackson”.
- 13/01/1994 – “Documento conta detalhes da vida sexual de Jackson”.
- 14/01/1994 – “Michael Jackson vence processo de plágio”.
- 26/01/1994 – “Garoto retira denúncia contra Jackson”.
- 07/02 /1994 – “Michael vai processar La Toya, diz jornal”.
- 09/02/1994 – “Júri ouve testemunhas sobre caso Jackson”.
- 16/02/1994 – “Michael Jackson é julgado inocente”.
- 13/06/1994 – “Fotos de órgão genitais de Michael Jackson serão liberadas”.
- 11/07/1994 – “Michael Jackson e Lisa Presley se casam em segredo no Caribe”.
- 15/07/1994 – “Novo mistério cerca ‘Jacko’”.
- 03/08/1994 – “União Jackson-Presley é o maior negócio do século”.
- 17/10/1995 – “Ex-Beatle briga com Michael Jackson por direitos autorais”.
- 19/01/1996 – “Lisa Marie Presley anuncia que vai se divorciar de Michael Jackson”.
- 05/11/1996 – “Michael Jackson confirma que será pai”.
- 14/11/1996 – “Michael Jackson se casa com enfermeira”.
- 19/11/1996 – “Sogro confirma inseminação artificial”.
- 05/02/1997 – “Jackson nega plágio na Itália”.
- 11/03/1997 – “Mulher acusa cantor de ‘sequestrar’ filho”.
- 04/04/1998 – “Michael Jackson é pai de novo”.
- 21/12/1999 – “Jackson e Liz Taylor podem se casar”.
- 20/06/200 – “Michael Jackson leva processo milionário”.
- 06/09/2001 – “Michael Jackson deve US\$ 200 mi, diz jornal”.
- 10/09/2001 – “Jackson volta aos palcos após dez anos de ausência”.
- 06/07/2002 – “Jackson chama gravadoras de ‘racistas’”.

20/11/2003 – “Justiça decreta prisão de Michael Jackson”.

23/11/2003 – “Cantor pode estar à beira da falência”.

19/01/2004 – “Empréstimo salva acervo de Michael Jackson”.

26/01/2005 – “Jackson tem material erótico apreendido”.

27/01/2005 – “Jackson enfrenta ‘julgamento do século’”.

09/01/2006 – “Até veterinário processa Michael Jackson”.

10/03/2006 – “Justiça multa Jackson e fecha rancho do astro”.

17/10/2007 – “Michael Jackson deve US\$ 150 mil em honorários”.

20/02/2008 – “Thriller – O disco”.

17/05/2009 – “Michael Jackson está com câncer de pele, afirma tablóide inglês”.

08/06/2009 – “O mundo bizarro de Michael Jackson”.

26/06/2009 – “Michael Jackson morre de parada cardíaca nos EUA”.

26/06/2009 – “Astro tinha saúde frágil, agravada recentemente”.

28/06/2009 – “Família de Jackson pede segunda autópsia”.

03/07/2009 – “Show-funeral será em ginásio para 20 mil pessoas, com telões”.

04/07/2009 – “Ingressos de funeral serão sorteados”.

06/07/2009 – “Funeral privado de Jackson será em ‘cemitério de estrelas’”.

08/07/2009 – “Fãs se despedem de Jackson em megafuneral”.

28/10/2009 – “Filme-show de Michael Jackson estreia hoje”.

28/06/2010 – “Luvas do astro são vendidas por US\$ 190 mil em leilão nos EUA”.

02/12/2010 – “Pai de Jackson processa médico de cantor”.

15/12/2010 – “Fotos de Michael chegam a 196 mil euros”.

27/09/2011 – “Médico de Jackson vai a julgamento hoje”.

06/10/2011 – “ ‘Não tive infância, e isso dói’, diz Michael Jackson em gravação”.

08/11/2011 – “Médico de Michael Jackson é acusado”.

A partir disso, portanto, podemos agrupar os elementos expostos em “fases temáticas”, de maneira didática para facilitar a compreensão.

Narrativa do acontecimento 1 (1964 a 1970) – nascimento do ídolo (The Jackson Five) / criança prodígio.

Narrativa do acontecimento 2 (1971 a 1985) – estabilização do ídolo / carreira solo.

Narrativa do acontecimento 3 (1986 – 1993 / 1994 a 2009) – desconstrução do ídolo / morte moral (escândalos – extravagâncias, esquisitices, mudança de cor, cirurgias plásticas, processo de pedofilia e assédio, boatos de falência);

Narrativa do acontecimento 4 (2009 a 2011) – reconstrução do ídolo / renascimento (ressignificação das polêmicas – a morte física como evento motivador).

3.2 Reflexões e análise do *corpus*

Considerando os dados apresentados no tópico anterior, os itens seguintes indicam detalhes de um peculiar percurso detectado a partir da observação das informações e dados formadores da carreira pública do ídolo Michael Jackson. As quatro fases constituem narrativas de acontecimentos que sugerem momentos prioritariamente agrupados em estágios, de acordo com a coerência semântica característica de cada período, mesmo que não sejam rigorosamente puros, entretanto, por apresentarem, no geral, elementos comuns que podem ser reconhecidos da seguinte maneira: construção, estabilização, desconstrução e reconstrução.

3.2.1 Construção

Nessa primeira fase, a que denominamos de construção, nos baseamos principalmente em dados fornecidos pelo *Los Angeles Times*. Trata-se do Michael Jackson no início da carreira, ainda com os irmãos. As reportagens referentes especificamente ao ídolo Michael Jackson começam a ser frequentes apenas na segunda fase da trajetória do cantor, a partir de 1983, que é quando ele começa a se estabilizar enquanto ídolo mundial.

O que podemos observar é que os substantivos e adjetivos usados para qualificar M.J. são de destaque à figura do “pequeno Michael” (“Little Michael” era como ele era chamado no início da carreira). O adjetivo “pequeno” está ligado, metaforicamente, ao campo semântico de nascimento, sugerindo o início de um ciclo que começaria, e que poderia ter continuidade promissora, conforme indica a expressão “projeção inédita”. As informações trazidas pelo *Los Angeles Times* confirmam isso ao focar no sucesso do grupo e a forte proeminência do menino M.J. Destacamos os seguintes termos, que

aparecem mais frequentemente no período de análise (1964 a 1971), catalogados anteriormente: “primeiro lugar das ‘paradas de sucesso’”, “sucesso”, “mais tocadas”. Na matéria da Folha de S. Paulo de 1972, a imagem do cantor como é trazida como o “astro n.º 1 da música moderna norte-americana” (ver anexos), além do trecho que o qualifica como “garoto [que] alcançou projeção inédita”.

06/07/1972 – Michael Jackson

O **garoto** alcançou uma **projeção inédita** em recente lançamento classificando-se, pela segunda vez, na **parada de sucessos** dos EUA, com seu compacto. A gravação *Got to be There*, de Michael, do álbum do mesmo nome, projetou-se até atingir o **1º lugar** este ano. Seu último compacto *Rockin Robin* alcançou também o **1º lugar** em menos de seis semanas após seu lançamento. Michael já vendeu 250 mil cópias do seu primeiro LP e hoje é considerado o **astro n.º 1** da música moderna norte-americana.

Todos esses termos de destaque ao “pequeno Michael” formam condições de produção apropriadas à constituição de um campo discursivo comum a outros processos de construção de ídolos: “astro”, “sucesso”, “primeiro lugar”; são palavras ligadas à formação imaginária dos ídolos em geral, e a especificidade deste ídolo só é garantida pela frase que o qualifica como “garoto de projeção inédita”, promovendo, ao mesmo tempo, uma associação à ideia comum que se tem de ídolo, e uma novidade peculiar que o coloca não como mais um ídolo, e sim, como o novo ídolo.

3.2.2 Estabilização

O processo de rompimento com os irmãos foi se dando aos poucos, começando com apresentações individuais de M.J. e se consolidando com o primeiro álbum solo (*Got to be there*), em 1972. Assim, pode-se dizer que o período de estabilização decorre da “decadência do grupo” com a consequente consagração do “novo ídolo”, conforme vemos em trechos de reportagens de 22/03/1983:

Aos 24 anos, sozinho, ainda é sucesso (...) tempos absolutamente brilhantes.

E o **garoto** Michael virou um **grande ídolo** (...) o sucesso do grupo era todo baseado na espontaneidade dos agudos do pequeno Michael Jackson, que ganhou seu primeiro dinheiro com o grupo quando tinha apenas cinco anos de idade (...) Foram pelo menos seis ou sete anos em **que reinaram como estrelas absolutas** da gravadora Motown, que **reunia a nata da música negra norte-americana**. **A decadência do grupo provocou o surgimento do novo ídolo na canção americana: Michael Jackson.**

Jackson, o garoto dos 5 milhões de discos

Trechos: “**nova alquimia** sonora capaz de **revolucionar** os caminhos da música negra nos anos 80”, “performer **experimentadíssimo**, [...] Sua voz é o melhor instrumento do disco; **uma das mais refinadas da música contemporânea**”, “audição **absolutamente** compulsiva”, “super-hit”, “primeiro lugar”, “explosiva”, “flamejante”.

“E o garoto Michael virou um grande ídolo” é uma frase que resume a consagração de Michael Jackson no rol dos ídolos (ver anexos). Trata-se do surgimento de um sujeito discursivo, exatamente no momento em que Michael Jackson deixa de ser um nome apenas e passa a ser um ícone, passa a fazer sentido além de sua personalidade individual, adentra no nível do discurso, torna-se uma posição-sujeito, um lugar social, enfim, não é mais o menino Michael, agora é o ídolo Michael.

Não é somente mais um cantor, é uma “revolução”: a “nova alquimia” da música negra da década de 1980. Essa chancela o coloca como representante de um grupo; constitui um acontecimento discursivo, pois a partir dali pode ser retomado, rememorado e reconhecido como o ídolo M. J. Ao sair do estritamente linguístico toca em relações de poder, que envolvem aspectos da história do povo americano. A filiação da imagem de Michael Jackson coincide com a consolidação do movimento *Black Power*, fruto de articulações políticas do fim da década de 1960 e início de 1970, um

movimento cultural de orgulho negro em relação à histórica opressão racial nos Estados Unidos.

O slogan que circulava na época afirmava “Black is Beautiful!”, um interdiscurso entre política e cultura, que vai ao encontro da imagem de M.J., fornecendo condições de produção propícias à estabilização do ídolo. A Motown não é uma gravadora qualquer, é a gravadora que “reúne a nata da música negra norte-americana”, assim, a formação discursiva aqui constituída não permite que seja qualquer cantor, tem que corresponder a características específicas de um ícone que represente os negros e produza música negra de qualidade. Michael Jackson é quem irá, então, assumir esse lugar, estabelecendo daqui para frente um compromisso com o público-destinatário e, para isso, deve agir de acordo com uma espécie de ordem imaginária que forma e delimita a imagem do ídolo.

Alguns trechos mostram como foi se construindo a imagem do ídolo M.J., cada vez mais cheia de peculiaridades positivas. A imagem “angelical”, que o vincula a um discurso da “pureza”, da “virtude”, características que correspondem às expectativas da formação imaginária do cantor. A escolha do termo “irradiam” provoca efeito de sentido bem diferente de, por exemplo, “carregam” ou “mostram”, visto que irradiar está ligado a emissão de luz, remetendo a figura de um anjo, que por sinal possui sensualidade leve e andrógena. A androgenia aqui lembra a inocência diante de uma sensualidade não explorada. Isto é, um menino puro, casto, religioso, sem vícios e cheio de virtudes.

Sua voz de soprano baixou uma oitava, está agora com 24 anos e suas fotos mais recentes **irradiam** uma **sensualidade suave, divertida, angelical, andrógena**; no palco uma fera que explode num carnaval de percussão, fora dele, um garoto **tímido** até um pouco **desengonçado** (...) Tímido e **reservado**, Michael Jackson vive com a mãe e duas irmãs mais novas (...).

Particularmente veste roupas simples, calças rasgadas no joelho, malhas largas. No palco quer **luxo**. Tem as suas **manias**.

Nunca quis aprender a dirigir, mas os pais os forçaram a isto (...) **Não bebe, não fuma, ou diz palavrões – pertence à religião** Testemunhas de Jeová.

A matéria “O menino que não quer crescer”, de 1984, traz elementos que ratificam o enfoque positivo dado à imagem do cantor. Aqui há explícito diálogo com a figura mítica de Peter Pan, protagonista da história lendária que participa do nosso imaginário coletivo como símbolo do menino puro que não quer crescer e passa a vida a ter aventuras mágicas. Se pensarmos nas divisões e características dos regimes da Antropologia de Durand, conforme trabalhadas no capítulo II, a figura de Peter Pan é predominantemente noturna: uma imagem harmônica, que tende a eufemizar a agressividade da fase adulta, ao lançar mão de adjetivos ligados à inocência de um menino. Michael Jackson é identificado com a imagem de uma criança: “puro”, “andrógeno”, “divertido”, “angelical”, “tímido”, “reservado”, “adora brinquedos”, “não fuma”, “não bebe”, “não dirige”, enfim, um “bom menino”; termos que, no geral, evocam pureza e harmonia. Nesse sentido, podemos encarar essa fase como a mais estável e harmônica da trajetória do cantor. Conforme vemos nos trecho que segue, Michael Jackson representa um “fenômeno” da candura, que não se envolve em nada que provoque polêmicas ou conflitos, que são imagens eminentemente ligadas ao regime diurno:

25/02/1984 – O **menino** que não quer crescer / **Não bebe, não fuma, adora brinquedos.** É o fenômeno Michael Jackson.

Nariz chato, lábios grossos, sobrancelhas quase apagadas, grande cabeleira black, a voz afinadíssima e infantil. Mas isto foi ontem. O Michael Jackson que segunda-feira subirá ao palco para acrescentar mais uma série de troféus à sua impressionante carreira é inteiramente diferente: a voz, embora ainda fina, o suficiente para lembrar os castrati italianos, tornou-se um **pouco mais encorpada e permanece impecável**; o nariz chato tem agora a delicadeza e as proporções de uma estátua clássica; os olhos amendoaram-se languidamente, emoldurados por sobrancelhas arqueadas; o cabelo black tornou-se liso, a ponto de permitir que a delicadeza de um anacrônico pega-rapaz lhe caia sobre a testa.

Aos 25 anos de idade, Michael Jackson talvez seja o homem mais conhecido e consumido em todo o mundo neste momento.

Aos cinco anos, o primeiro sinal: cantando “Climb Every Mountain” numa festinha escolar boquiabriu todo mundo por sua **afinação perfeita** e pelo **tom cristalino da voz**. Um pouco de **história da fadas**, um pouco de mentira estimulante, um pouco de realidade ficam misturadas no registro desta ascensão, mais uma lenda para o folclore do Showbiz.

Tão rico, tão famoso. E tão tímido – garantem os que conhecem Michael. **Não sai muito de casa**, uma suntuosa mansão em Los Angeles, que divide com a mãe. Nas questões profissionais é **sempre exigentíssimo** (...)

Michael, **menino que não quer crescer, como seu ídolo, Peter Pan**, que pretende interpretar no cinema (...)

Um **tipo andrógino**, certamente. Porém, infinitamente menos agressivo do que o Prince ou o Boy George (...) **Incapaz de qualquer opinião de choque ou provoque polêmica** (...)

Imagem do **bom menino**, do “**moralista positivo**”.

Vale trazer outro trecho, que reforça a imagem de “bom menino”, que se adéqua às expectativas de um “genuíno” ídolo. Os aspectos de “fé em Deus” e “adesão aos valores tradicionais” também fazem parte de imagens positivas que constituem nosso imaginário a respeito do ídolo, pois sugerem o seu reconhecimento como uma “boa pessoa”, que não é rebelde, mas, ao contrário, que segue a tradição dos “bons costumes” e pode assumir o “emblema da inocência”.

09/02/1984 – A grande festa para celebrar o último recorde de Michael Jackson

Vestido com casacão azul-marinho de almirante, com botões e dólmãs dourados [...] Jackson ganhou um grande disco de platina de 1,20m e um **telegrama de Ronald Regan, onde se lia que “sua grande fé em Deus e sua adesão aos valores tradicionais são uma inspiração para nós”**.

[...] a festa era **animada mas Jackson só bebeu suco de cenoura** durante todo o tempo.

11/04/1984 – Michael Jackson ganha oito Grammy

Mas afinal ele é jovem, bonito, ligeiramente esbranquiçado, saudável, elegante. Canta com uma facilidade desconcertante, sorri o tempo todo, dança e se movimenta com a **agilidade soberana** de um bebê felino. O **emblema da inocência** em uma época de mistificação. Quem resiste ao príncipe Michael?

É este ecletismo dosado na medida e esta moral “positiva” que fizeram o sucesso de Michael. Ele **tem de tudo para todos os públicos, gostos, culturas**: vibração das ruas, fantasia, histórias de horror e “l’amour toujours l’amour”, distribuído por esta voz andrógina, nem negra nem branca, leve e suave. É uma **máquina de identificação** ambulante.

Essa imagem do ídolo “little Michael” coincide, em alguns momentos, com a noção que descrevemos como o arquétipo do ídolo-herói: alguém célebre, que foge do ordinário, que fomenta reconhecimento, que faz atitudes nobres. O fato de ele fazer grandes doações a instituições de caridade agrega valor de aderência junto ao público. Aqui não entra em questão se as doações eram conscientemente estratégias de marketing ou se a caridade era “atributo real” do cantor, o que estamos colocando é que de qualquer forma é um elemento ideológico de positividade na imagem de M.J.

15/07/1984 – Uma loucura. Loucura que no final vai vender cerca de 80 milhões de dólares em entradas, deixando para os Jacksons um lucro líquido de oito milhões. **Michael Jackson já declarou que vai doar sua parte** (que estimou em cinco milhões de dólares) para instituições de caridade sem especificar quais.

A imagem do ídolo M.J. se estabiliza tanto pelo “caráter”, com traços psicológicos (o bom menino, comportado), quanto pela “corporalidade” (forma de vestir: “luvas brilhantes” trazem glamour; de dançar: “melodia no corpo” traz identificação, etc.), como vemos na matéria seguinte. A relação de adesão se dirige a um

público específico, o infanto-juvenil, “bem-comportado” e “bem-vestido”, que se identifica e aprova a “boa imagem” do ídolo-fiador. Tanto a expressão “o bibelô dos anos 80” como “o figurino da juventude dos anos 80” reforçam a relação de adesão à imagem do ídolo enquanto sujeito discursivo.

15/07/1984 – **O sucesso, hoje, nos EUA, tem um nome: Michael Jackson (...) Apoteose de som e luz** que maravilhou nada menos de 122 mil admiradores. Jackson dá vasão [sic] à sua grande expressão corporal, através da **dança** como no “passo da lua”, um movimento deslizante dos pés e de ré usado pelos breakdancers e que **provoca delírio na plateia**. [...] e **a maioria do público é constituída de pré-adolescentes bem-comportados, bem-vestidos e penteados e seus (delicados) pais**.

São as **crianças** que gostam de Jackson. Seu **sucesso junto ao público infantil** é inquestionável.

18/07/1984 – **O cabelo molhado, a luva brilhante, a melodia no corpo: Michael**. O **bibelô** dos anos 80 [legenda da foto].

E quando contemplou o novo império, de sua **disneylândia mansão** na ensolarada Califórnia, **rodeado de ursinhos de pelúcia, manequins de gesso e fliperamas multicoloridos**, resolveu comemorar a vitória.

20/06/1984 – [...] Se não chega a ser um robô cantante e dançante, pelo menos soube usar com um senso muito apurado o que de melhor poderia tirar da tecnologia. Na era da imagem, exibiu **seu corpo, nem tão bonito assim, mas provocante ao ponto de agradar homens e mulheres de idades variadas**. Com isso, Michael Jackson mudou não apenas a música, mas a dança, **o figurino da juventude dos anos 80**. Jaquetas, calças apertadas, óculos escuros e sapatilhas, **os jovens querem parecer com ele**. Gostariam, na verdade, de ser Michael Jackson.

O trecho a seguir mostra o que podem ser indícios de um novo estilo, o pop, do qual Michael Jackson é declarado mais tarde “rei”, como numa analogia ao rock, que reunia sob esse emblema artistas como Beatles e Rolling Stones, cujo rei ficou conhecido como Elvis Presley. A ideia de estilo aqui, além de se referir a gênero musical, irá reger os aspectos referentes a tipo de público e ambiente, por exemplo, o que acaba por funcionar como um diferencial na imagem discursiva do ídolo, mais uma característica que o define como ídolo específico de um público determinado.

Pensando discursivamente, os sentidos do texto vão sendo construídos por meio de uma relação de oposição, que traz implícitos seus contraditórios, da seguinte maneira: de um lado, tem-se um “público do rock”, que é “assustador”, com “cara de bandido”. Há referência à Rita Lee e aos Rolling Stones, alusão não aleatória, já que são artistas símbolos do rock brasileiro e internacional dos anos 80 e representam um público alternativo, rebelde ao tradicional, contra as imposições e repressões sociais, adeptos ao uso de drogas, como tenta resumir a palavra “selvagem”. De outro lado, então, está o “surpreendente” público de Michael Jackson: as expressões “surpreendente” e “o ambiente está longe do “selvagem” cooperam para definir este novo público como completamente diferente do primeiro. Ou seja, se o público rock é selvagem e assustador, enquanto o público pop é civilizado e bem-comportado. Com isso, a imagem dele se destaca e se firma pela inovação, atingindo públicos de diferentes idades, não estando somente voltada ao público adulto, por exemplo.

15/07/1984 – Para quem sempre associa rock a algo meio assustador “cara de bandido” (como diria Rita Lee), **o público de Michael Jackson é surpreendente**: quase não há o familiar cheiro ativo de cannabis sentido até em concertos de música clássica em Nova Iorque e o ambiente está **longe do “selvagem”** dos concertos dos Rolling Stones.

As reportagens, no geral, indicam o ano de 1984 como o auge na trajetória do cantor, um ano de exaltação imaculada (ver anexos). A próxima reportagem mostra essa ideia de auge a partir da comparação entre M.J. e os Beatles, banda de maior sucesso dos anos 60, o que notamos ser uma condição de produção bastante comum na trajetória do ídolo: a retomada de ídolos anteriores, por meio de procedimento analógico

relacional, sempre afirmando as especificidades do novo ídolo. Isso fica patente com expressões “sucesso maior” e “o maior astro do mundo”, que indicam superioridade do ídolo que surge em relação aos outros.

25/02/1984 – Um **sucesso maior** que o dos Beatles? Em números, certamente (...)

09/02/1984 – A grande festa para celebrar o último recorde de Michael Jackson

Nova Iorque – Mais de duas mil pessoas passaram até 12 horas isoladas pelos cavaletes azuis da polícia, sob temperatura abaixo de zero, esperando pelo aceno de 10 segundos do cantor e dançarino Michael Jackson das escadarias do Museu de História Natural, onde [...] foi aclamado terça-feira como “**o maior astro do mundo**”.

A celebração do **triunfo** de Jackson, que aos 25 anos é um veterano dos palcos (começou aos cinco, cantando com os irmãos no conjunto Jackson Five), é feita ao mesmo tempo em que os americanos relembram que há 20 anos um grupo de quatro rapazes de Liverpool – já famosos em seu país – chegava para conquistar a América e o mundo: os **Beatles** (...)

Mesmo de cabelos compridos, **os Beatles ainda vestiam terno e tinham caras de bebê. Mas eram rebeldes** e um telegrama endossando a “**adesão aos valores tradicionais**” seria um desastre mercadológico nos anos 60. **Hoje, ao que parece, não é mais assim.** Jackson – que está nas capas de praticamente todas as revistas de fofocas dos EUA, com “revelações” de sua biografia (...)

É possível perceber, ainda, uma marca bastante recorrente em diferentes reportagens ao longo dessa fase de estabilização, que encaramos como uma das mais significativas desse processo, pois aparece sempre que se pretende valorizar o ídolo M.J. como fenômeno definitivo e estável: é o uso de artigos definidos (“o”, “a”) ao se referir ao cantor. Uma série de reportagens especiais garante essa consagração por meio

de expressões como: “Michael Jackson – **a** explosão do ano”, “**O** ídolo dos anos 80 – carisma nas paradas”, “**O** ídolo dos anos 80 – Thriller: o pulo do gato”.

Na matéria abaixo isso fica bem evidente: “**O** ídolo musical que virou mito”; “Michael Jackson é **a** grande atração”; “**o** maior fenômeno de sucesso”. Essa é uma marca da linguagem que pode ser compreendida como estratégia de definição, de exclusividade, ou seja, que apresenta não mais *um* ídolo, e sim, *o* ídolo (“Michael Jackson... e os outros”). Conforme define Cunha (1985), o artigo definido se antepõe ao substantivo para indicar que se trata de um ser já conhecido do interlocutor, seja por já ter sido mencionado antes, seja por objeto de conhecimento de experiência, determinando-o de modo preciso e específico.

20/06/1984 – **O ídolo** musical que virou mito

Dizem que Deus, num momento de extremo capricho, criou Michael Jackson. Dizem, também, que no mundo da música popular contemporânea existem **Michael Jackson... e os outros**. (...)

Michael Jackson dá a impressão de querer transformar o mundo num passe de música. O mundo é um pouco demais. Mas que ele **revolucionou** a música, **não há dúvidas**. **Nem os Beatles conseguiram chegar tão longe**. Esta noite, sua voz fina, corpo cheio de molejo, Michael Jackson é **a grande atração**.

01/03/1984 – Michael Jackson coleciona prêmios na noite do Grammy

Los Angeles – Michael Jackson continua firme em sua corrida para tornar-se (se é que ainda não se tornou) **o maior fenômeno de sucesso na história da música popular americana**.

Diante das reportagens trazidas até então, vemos que a linguagem pode parecer, em um primeiro momento, muito óbvia e os sentidos, assim, seriam sempre evidentes. Mas quando pensamos na construção de sentidos discursivos lembramos que, na verdade, uma palavra não lida simplesmente com referências únicas, ao contrário, o que está em jogo são *efeitos de sentido*, isto é, diversas possibilidades de sentido construídas em condições de uso determinadas. É importante compreender isso, pois as narrativas

de acontecimento que estão sendo trabalhadas estão sempre submetidas a esses efeitos de sentido, que se manifestam em condições de produção diferentes e, finalmente, suscitam sentidos diferentes. Dessa maneira, uma mesma marca linguística pode funcionar para garantir a consagração e o descrédito, isto é, a escolha das palavras é significativa e não fortuita.

No geral, o que podemos constatar é que existem elementos característicos componentes dessa fase temática do ídolo e funcionam como condições de produção necessárias à formação discursiva instituída: a estabilização do ídolo. Por isso, nesse momento aparecem tais enunciados e não outros; é o momento de auge, de exaltação, de confirmação do lugar de sucesso do cantor. Dessa maneira, superabundam construções superlativas, que valorizam as qualidades positivas na imagem do ídolo.

Enfim, são conteúdos discursivos e do imaginário que conformam o acontecimento narrado, constituindo relativa estabilidade de sentido. Mas, como estamos lidando com a “palavra viva”, acontecendo nas relações sociais, não podemos pensar numa permanência definitiva; os sentidos estão sempre à deriva e a mudança está sempre latente, se não fosse assim o lugar de sucesso seria permanente e imutável. Contudo, à medida que as condições mudam começa a haver um processo paulatino de degradação da imagem de Michael Jackson, possibilitando uma mudança de sentido no seu trajeto, e é isso que iremos observar mais de perto no próximo tópico.

3.2.3 Desconstrução

A partir da leitura e análise do *corpus*, podemos perceber o aparecimento de uma série de polêmicas envolvendo o cantor, o que gerou uma espécie de negatização progressiva da imagem do ídolo. Nesse contexto, a relação de confiança estabelecida entre o ídolo e o público começa a ser desgastada, na medida em que mostrar e dizer não coincidem, pois por mais que a imagem pretendida pelo ídolo seja uma, a imagem produzida é outra. Michael Jackson aparece várias vezes nas matérias tendo que se explicar em relação aos escândalos ligados a ele, mas isso não é suficiente para apagar as marcas de desconstrução de sua imagem.

Didaticamente, seria interessante entender esse estágio em duas partes, que parecem mostrar formas distintas de desconstrução. Em um primeiro momento (de 1986 a 1992), a imagem negativa se firma a partir do que podemos nomear de “esquisitices”,

que conjugam extravagâncias e manias. Em um segundo momento (de 1993 a 2009), a desconstrução reúne os seguintes temas: acusações de assédio, mudança de cor, cirurgias plásticas, gastos faraônicos, boato de falência.

Segue um trecho da matéria intitulada “As novas de Michael” (ver anexos) que traz algumas das “esquisitices” que parecem povoar esse momento da trajetória narrada. Aqui, novamente lidamos com possibilidades de efeitos de sentido. A expressão “as novas” poderiam significar “as últimas notícias” a respeito de Michael Jackson, ou seja, novidades “boas” ou “ruins” sobre o cantor, mas o sentido evocado sugere um efeito necessariamente pejorativo, ligado às esquisitices. Além disso, quando se diz “as novas” se indica que as informações trazidas são apenas mais algumas novas que sucedem outras esquisitices que já vinham acontecendo com frequência.

14/05/1989 – As novas de Michael.

Entrar disfarçado numa joalheria foi **apenas uma das recentes esquisitices** de Jackson. Quase ser preso por entrar (mal) disfarçado numa joalheria de Los Angeles não é a única coisa que Michael Jackson tem feito ultimamente.

Na verdade, apesar de sua aparente distância da vida pública, ele tem estado ocupadíssimo, tratando de assuntos pessoais e profissionais.

Neste último departamento – o profissional – Michael tem investido cada vez mais naquilo que ele almeja como seu futuro artístico: a imagem.

Voltando a análise para aspectos do imaginário, podemos dizer que as reportagens nessa fase que denominamos “narrativa do acontecimento 3” nos remetem às características do regime diurno, descrito no capítulo anterior. Elas promovem conflito na trajetória, a partir do momento em que têm o predomínio de um léxico marcado por polêmicas e afrontamentos, como vemos na sequência de manchetes da Folha de S. Paulo: i) esquisitices – “O mundo **bizarro** de Michael Jackson” (08/06/2009), “Cantor Michael Jackson ‘**rouba**’ ópera alemã” (17/12/1992); ii) operações plásticas – “Jackson **operou** suas bochechas” (10/06/1990), “**Pós-operatório** sem fim” (25/08/1992); iii) gastos astronômicos – “Michael Jackson assina contrato de

US\$ 1 bi” (19/06/1991); iv) acusações de abuso sexual – “Michael Jackson é **acusado** de **abusar** sexualmente de **menor**” (25/08/1993), “Novas acusações de abuso envolvem Jackson” (27/08/1993).

São, portanto, situações de conflito, que o separam da “boa imagem” do ídolo, uma vez que fogem às expectativas do público em relação ao ícone. A formação imaginária que constitui o ídolo antecipa as possibilidades de filiação do sujeito, prevendo também, por relação, as incompatibilidades de filiação. Isso tudo é definido a partir do contato com as noções que circulam socialmente, da seguinte forma: tem-se a questão do assédio a menores como negativa, até porque é uma prática criminosa de acordo com as normas jurídicas, sendo assim, se o sujeito se envolve com esse tipo de situação, mesmo que sejam apenas boatos, isso irá necessariamente interferir na sua imagem. Outro exemplo de incompatibilidade é a mudança de cor pela qual Michael Jackson passa. Aquele jovem negro, símbolo do movimento “Black is beautiful”, vai aos poucos deixando de existir. Ou seja, aquele típico representante do orgulho negro está cada vez mais branco. A matéria “Droga que clareia a pele pode causar câncer” (ver anexos) mostra esse processo que foi chamado de “embranquecimento”:

19/12/1991 – Michael Jackson, um dos **usuários** da hydroquinona.

Quem compara fotos antigas e atuais de Michael Jackson tem a impressão de que são pessoas diferentes: além de correções faciais, a pele do cantor é hoje muito mais clara. Mas, segundo o jornal médico alemão “Arte Zeitung”, **a droga usada por Michael para “embranquecer”**- a hydroquinona – pode provocar câncer de pele a longo prazo.

A narrativa de acontecimento é construída de tal modo que o “embranquecimento” se constitui como um fato, uma verdade incontestável. A recorrência ao jornal como fonte de autoridade legitima o que está sendo narrado como “fato”. Além disso, o vocábulo “usuário” filia o sujeito M.J. a um lugar de viciado, confirmando o tom negativo dado ao “acontecimento”, principalmente quando relacionamos com o termo “droga”. Ou seja, ele é trazido como usuário de droga, o que não provoca o mesmo efeito que se tivesse sido informado que o cantor “faz uso” de

“medicamentos”. Anos mais tarde, já na fase que denominamos “reconstrução”, essa situação é ressignificada: a imagem de “usuário” cede lugar à imagem de “doente”. O sujeito Michael deixa de ser autor de um processo doloso de mudança de cor e passa a ser vítima de uma doença, o vitiligo.

São bastante comuns construções frasais do tipo condicionais (ex.: *teria feito*, *teria dito*, *pode estar* etc.), o que promove um efeito de imprecisão em torno dos ocorridos, já que se trata sempre da fala de outro a respeito do cantor (ex.: *alguém diz*, *alguém viu* etc.). Esse silêncio contribui para a formação de uma imagem de mistério, de incerteza diante das acusações. Como vemos: “Michael Jackson **teria tentado** se suicidar” (20/11/1993), “Cantor **pode estar** à beira da falência” (23/11/2003), “**Irmão diz** duvidar da inocência de Jackson” (27/11/1993), “Ex-empregada **diz** que Michael Jackson tomava banho com meninos” (15/12/1993), “Ex-empregados **viram** Jackson beijar garoto” (06/09/1993).

As narrativas do acontecimento desta etapa mostram que M.J. só volta a aparecer depois de um longo sumiço, pois recusava o contato com a mídia. Sua primeira entrevista após 14 anos traz a declaração de que o “**pai o espancava**”. O efeito de sentido aqui suscitado recoloca o sujeito em novas condições de produção: o lugar de vítima. O vocábulo “espancava” fomenta acepção diferente do termo “batia”, por exemplo, que é do mesmo campo semântico. A própria disposição sintática da frase também coopera para alcançar um efeito de sentido diferente: a oração está na voz ativa e, desse modo, o “pai” aparece como agente, ou seja, o pai é o foco da frase e o filho apenas sofre com a ação do agressor, já a voz passiva colocaria a criança como agente, por exemplo – “eu era espancado pelo meu pai”. Pode parecer uma diferença fortuita, contudo, discursivamente provocam sentidos diversos, visto que “espancar” sugere agressão mais violenta que “bater”.

Em resumo, essa declaração nos leva a pensar que a imagem pretendida pelo cantor era a de um menino que teve a infância roubada e que apenas queria viver o que não pode quando criança. A imagem do sítio Neverland, referência à Terra do Nunca de Peter Pan, lugar onde não haviam limites para as aventuras e brincadeira, reforça essa ideia, pois também era um lugar cheio de brinquedos, bichos de pelúcia e playgrounds infantis. É possível dizer, então, que a imagem visada pelo ídolo objetivava o resgate da figura de “bom menino” garantida há alguns anos, na fase do auge de sua carreira. Contudo, a imagem do ingênuo Little Michael fora substituída pela imagem de um

homem, “o **senhor** da Terra do Nunca” (19/01/1992), o “**homem** [que] não quer morrer” (30/08/1987). Considerando tanto o aspecto do imaginário como o do discurso, é notável que a imagem de **menino** é substancialmente diferente da imagem de **homem**, pois evocam efeitos distintos: a primeira sugere inocência e pureza, já a segunda está ligada ao mundo adulto, racional, consciente e responsável pelos seus atos.

O que reunimos sob o emblema de desconstrução, portanto, evidencia-se exatamente pela predominância de um vocabulário que indica conflitos constantes ligados à figura do cantor: “homem”, “usuário”, “bizarro”, “falência”, etc. Afinal, são duas décadas de escândalos e polêmicas que colocavam a imagem puritana de Michael Jackson em questão e garantiam, quase que definitivamente, a decadência do ídolo. Enquadramos esse estágio como uma forma de “morte moral”, uma morte figurada, no âmbito do simbólico e do político, do imaginário e do discursivo, que vai aos poucos desconstruindo a imagem positiva de exaltação que acompanhamos na fase anterior, a da estabilização. No próximo tópico, contudo, iremos perceber que os acontecimentos narrados sofrem novamente uma mudança temática, com o evento da morte física do cantor. Pretendemos observar, então, como esse processo se desenrola simbolicamente.

3.2.4 *Reconstrução*

O percurso do ídolo nesse momento atinge um novo estágio de significação e, nesse contexto, tomamos a morte como principal evento motivador dessa mudança. A morte é um fenômeno social e humano bastante significativo entre as diferentes culturas, de formas distintas. Como veremos mais à frente, de certa forma, a cultura ocidental reage com extrema comoção diante da morte (sem querer dizer que cultura oriental não reaja com comoção, mas são tipos de manifestação diferentes) e, com Michael Jackson, foi exatamente assim. O cantor faleceu em 25 de junho de 2009, mas as matérias dos jornais impressos são publicadas somente no dia 26 e, no geral, refletem essa comoção coletiva diante do falecimento.

As reportagens a seguir trazem à cena adjetivos e substantivos de tom positivo, que não apareciam mais nas matérias relacionadas à M.J. É possível olhar e interpretar essa alteração de sentido de diferentes maneiras. Uma delas é recorrência a duas narrativas míticas como possibilitadoras desse espaço de ressignificação das polêmicas: Peter Pan e Fênix. Como vimos, as reportagens que tratam do cantor enquanto em vida

têm o predomínio de um léxico diurno, marcado por polêmicas, afrontamentos e conflitos: “pedófilo”, “abuso sexual”, “operações plásticas”, “falido” etc.

Já as notícias de divulgação da *morte* do cantor promovem uma espécie de apagamento das questões polêmicas, suprimindo-se o léxico pejorativo, aparecendo, assim, palavras de cunho positivo, conforme vemos nas matérias a seguir, um dia depois do falecimento: “grande”, “incrível”, “rei”, “ídolo”, “grande referência”, “o último artista pop”. São vocábulos de exaltação e deferência ao ídolo em detrimento de qualquer escândalo que tivesse havido em vida. Isso, aliás, é explicitamente dito em alguns momentos: “A gente viu todas as loucuras, mas a música prevaleceu” ou “Nenhuma polêmica manchará o impacto histórico de sua música”.

26/06/2009 – Repercussão / Morte Michael Jackson

Gilberto Gil, cantor: "Lamento que um talento tão **grande** e tão **incrível** vá embora **tão cedo**. Vou sentir saudades do **Rei do Pop**".

Vanessa da Mata, cantora: "**Embalou o planeta**. Eu só tenho a agradecer pela existência dele e pelo tempo em que esteve neste mundo".

Rogério Flausino, cantor: "Soube sintetizar o que James Brown fez e levou isso para as massas. **A gente viu todas as loucuras, mas a música prevaleceu**".

Elza Soares, cantora: "Eu me coloco diante das imagens, como mulher e como negra, e penso que ele **abriu caminho para muita gente**".

Edgar Scandurra, músico: "Desde jovem ele surpreendia pela dança, pela voz, pelo estilo. É mais um **ídolo da música** que se vai".

Preta Gil, cantora: "É um susto. **Tudo o que eu sei de música pop que não veio do Brasil, veio do Michael**".

Rick Bonadio, produtor musical: "Virou a **grande referência** para a música popular. **Criou uma forma de se cantar R&B que é copiada por todos os cantores pop**".

Thalma de Freitas, cantora e atriz: "Artisticamente, ele fez tudo. **Foi o último artista pop**".

Dody Sirena e Cicão Chies, empresários: "**Foi uma escola** para os que tiveram o **privilegio** de conviver com seu talento e profissionalismo".

Madonna, cantora, à Reuters: "Eu não paro de chorar com essa triste notícia... Eu sempre o admirei. **Sua música vai viver para sempre**".

Lisa Marie Presley, filha de Elvis Presley e ex-mulher de Jackson, à Reuters: "Eu estou muito triste e confusa, muito emocionada. Estou como coração partido por seus filhos, que sei que eram tudo para ele e sua família. **Essa é uma perda enorme em vários níveis**, as palavras me faltam".

Al Sharpton, reverendo, ativista e líder da comunidade negra dos EUA: "**Nenhuma polêmica manchará o impacto histórico de sua música**".

É possível perceber que depois da morte a imagem exótica e conflituosa do **homem** Michael Jackson sofre uma transformação sensível, havendo o retorno da imagem de **menino** (ver anexos), construída na década de 80. Isto é, apesar das “bizarrices” que envolveram o homem Michael Jackson, a imagem de menino-ídolo renasce e é garantida pela purificação da morte, isto é, o renascimento moral provocado pela morte, aqui entendida como evento que promove a beatificação e isenção de culpas.

26/09/2009

Um dos **maiores astros da música** chegou ontem a hospital da Califórnia em coma profundo, aparentemente sem vida.

Causas da morte do músico são incertas; polícia de Los Angeles afirma que vai investigar o caso, mas diz que é procedimento padrão

[...]

Michael Jackson, **o menino de 50 anos que revolucionou a música pop nos anos 80 com seu estilo e voz únicos** e chocou o mundo por suas **bizarrices na vida pessoal**, morreu ontem em Los Angeles, na Califórnia.

Mais tarde, já em 2011, é divulgada uma gravação que foi feita pouco antes da morte. A frase **“Não tive infância, e isso dói”** circulou por semanas e provocou extrema comoção, exatamente por trazer à cena um imaginário coletivo que valoriza a felicidade na infância, ao retomar a imagem de infância infeliz, que coloca o sujeito Michael em uma posição de vítima em relação às possíveis agressões do pai, que, segundo o cantor, exigia perfeição absoluta dos filhos e que, inclusive, chegou a “espancar” Michael Jackson quando criança, conforme analisamos no tópico anterior.

A recorrência a Peter Pan é exemplar dessa transição do “discurso da **culpa**” ao “discurso da **inocência**”. Expressões metafóricas e imprecisas, com tendência à desfuncionalizar as imagens de agressividade de antes, enquadram esse segundo momento no regime noturno, da teoria do Imaginário de Durand. Os campos lexicais desses últimos exemplos privilegiam as imagens que se reportam ao sentido de proteção ou de abrigo (o lar “Terra do Nunca”), imagens que possibilitam a construção de uma harmonia na qual o perigo, que figurativiza o mal, não entre mais. A matéria que segue valoriza a imagem daquele garoto que não queria crescer, componente mítico evidente da narrativa de Peter Pan, um menino inocente que se refugiava das maldades do mundo em sua Terra do Nunca. As maldades aqui representam todas as acusações e polêmicas vividas pelo cantor há alguns anos e, assim, a morte representa a ponte de retorno ao lar de Little Michael.

01/07/2009 – Funeral de Jackson será em Neverland, diz emissora

No final da tarde de ontem, tão logo a notícia começou a ser divulgada pela emissora, fãs e repórteres começaram a estacionar na estradinha em torno do portão principal da propriedade. Entre eles, Catherine e Stan Schultz, de Los Angeles.

"Quisemos vir antes para prestar nossa homenagem enquanto é possível", disse à Folha Catherine, 56. "A partir de quinta à noite, isso aqui vai ficar uma loucura", concordava o marido, de 55 anos. Os dois tiravam fotos na frente da porta, segurando um exemplar do "Los Angeles Times" do dia seguinte ao da morte do músico, em circunstâncias não-esclarecidas, na quinta passada.

Outros colocavam cartas, bilhetes, pôsteres, fotos e velas no jardim que leva ao portão principal, onde duas coroas de rosas brancas cercam a palavra "Neverland" – **homenagem do músico à Terra do Nunca, mundo fictício onde morava o personagem literário Peter Pan, o garoto que não queria crescer – e a frase "Once upon a time" (era uma vez).**

Observe-se que o enfoque da próxima matéria faz com que a culpa recaia sobre os “remédios” e não sobre o cantor. Jackson assume posição passiva, ou seja, aquele que sofre uma ação, pois são os remédios que o matam. Em outro trecho ele aparece novamente como vítima: “**a mais recente vítima no show business**”. O texto trabalha com a hipótese de uma “overdose accidental” e da “leniência” de outros, ambas situações que confirmam o lugar de vítima do cantor.

27/06/2009 – **Remédios podem ter matado Jackson**

Mais de 30 horas depois da morte de Michael Jackson, o episódio segue envolto em mistério. [...]

Se confirmada a hipótese, o músico terá sido **a mais recente vítima** no show business do mesmo tripé de overdose accidental, demora na busca de socorro e leniência de amigos e pessoas próximas que nos últimos tempos custou a vida do ator Heath Ledger e da ex-playmate Anna Nicole Smith.

[...]

Ontem, o presidente Barack Obama rompeu protocolo e fez um comentário considerado comedido sobre a morte do músico. Disse via porta-voz que Jackson tinha sido um artista

"**espetacular**" e um "**ícone musical**", mas que aspectos de sua vida eram "tristes e trágicos".

Diante disso, recorreremos à mitologia grega, por ser familiar à sociedade ocidental, para pensarmos no mito da Fênix e relacionarmos ao processo de renascimento do ídolo. Este é um mito que nasce na cultura egípcia e, pela miscigenação cultural, mais tarde migra para os chineses e finalmente para a mitologia grega até chegar à nossa civilização. Fênix é uma ave, tal como a águia na estrutura física, mas, como as aves mitológicas, era sagrada e fantástica, pois na iminência da morte se preparava para tornar-se em fogo e depois de transformada em cinzas renascia da morte e permanecia gloriosa e deslumbrante, com suas asas e pescoço dourados e penacho rubro.

Assim, Fênix era símbolo da imortalidade, do renascimento e da perpetuação. Por isso, trazemos o mito da Fênix ao refletir sobre a trajetória do ídolo que, como Michael Jackson e outros como Elvis, por exemplo (o rei do rock), tem seu percurso marcado por polêmicas e escândalos, mas a morte lhe traz a recompensa de um renascimento glorioso e, muitas vezes, de imortalidade, o que explica a reação de muitos em transformá-lo em imortal, reclamando, inclusive, não ter morrido. O trecho da matéria a seguir é exemplar, nesse contexto, visto que reúne mitemas relativos à imortalidade do mito da Fênix, com o uso de expressões como “imortal”, “eterno”, “não morreu”, “será sempre”:

27/06/2009 – Fã que faz cover de Michael Jackson recebe
pêsames por morte de ídolo americano

O celular do dançarino Eduardo Costa Júnior, 39, o Duda, começou a tocar no início da noite de anteontem e não parou mais. Eram amigos expressando seus pêsames. "Em um momento tão triste, foi até engraçado.

Era como se um parente meu tivesse morrido", disse Duda, que não tem o mesmo sangue de Michael Jackson, mas era tão fascinado por ele que os conhecidos lhe prestaram condolências.

Assim como em todo o mundo, fãs ribeirão-pretanos do ícone pop também lamentaram a repentina perda do cantor. **E já o colocaram no patamar de "imortal".**

"Ele é eterno e já virou um imortal. Assim como Elvis, Michael Jackson não morreu", disse Alessandro Maestrangelo, 30, professor de dança que, assim como o colega Duda, há anos veste a roupa, as luvinhas, o chapéu e imita o astro em shows.

Ambos afirmam que **a morte do cantor só fará crescer sua fama.** "Em termos de música, muita gente vai voltar a ouvir. **Ele é o rei do pop, independente de qualquer coisa.**"

Mesmo nos momentos onde encontramos referências à imagem negativa, isso acontece de forma implícita, por meio de expressões generalizantes, como: "independente de **qualquer coisa**", "**tudo** será perdoado". Não há o detalhamento de quais foram as "esquisitices" que mereceriam perdão. Em outras palavras, são rápidas e sutis referências sempre sucedidas pela imagem de "talento", de forma que no final a imagem de rei/astro suprime qualquer outra. Conforme resume a frase: "Michael Jackson **será sempre o Rei do Pop**".

26/09/2009 – Ícone pop foi a união entre anjo e cafetão
Combinação de Brown e Wonder vendeu 750 milhões de discos.
Esquisitice crescente dos últimos anos não esconde talento do astro, que fundiu os gêneros soul, disco e novo rock, quebrando recordes.

Com sua morte, tudo será perdoado, como com seu ídolo, James Brown. Não é mais slogan vazio: **Michael Jackson será sempre o Rei do Pop.**

Partindo da observação do *corpus*, o ano de 2009 é aquele que mais evidencia o renascimento de que estamos falando. Desde o evento de sua morte, em junho, até o final do semestre do mesmo ano, as reportagens representam, normalmente, como memoriais que tendem a enfatizar a imagem de um “menino que não quis crescer” e que, apesar dos deslizes tudo deve ser renegado, afinal, as traquinagens de um “garoto inocente” não devem ser levadas em conta. Percebe-se que a morte, portanto, é um advento bastante significativo, funcionando quase como um tipo botão que aciona associações entre as instâncias do imaginário e do discurso, promovendo novas filiações de sentido: nesse universo, de fato, Michael Jackson não morre. A figura do ídolo continua no imaginário das pessoas, seja como símbolo de ousadia ou de talento; mantém-se vivo na interação, na enunciação, como posição-sujeito, como sujeito discursivo.

Os anos que seguem são marcados pela investigação da morte do cantor. Vários depoimentos e manifestações polêmicas trazem ao cenário uma figura central: o médico de Michael Jackson, Conrad Murray, declarado culpado em novembro de 2011.

08/11/2011

Médico de Michael Jackson é condenado

A decisão foi celebrada por centenas de fãs do cantor que se aglomeravam em frente ao tribunal. Minutos antes de a decisão ser anunciada, alguns já gritavam: "**culpado**".

Muitos deles seguravam faixas e cartazes pedindo a condenação de Conrad Murray; alguns levavam placas com dizeres como "**Murray: queime no inferno**" ou "Acredite em Jesus". A mãe de Michael Jackson, Katherine, chorou ao ouvir a sentença e foi amparada por Randy, um dos irmãos do astro. O pai, Joe, e os irmãos Jermaine, Rebbe e La Toya também acompanharam a leitura do veredito no tribunal.

Pouco antes do anúncio da decisão, La Toya disse em sua conta no Twitter que "**o espírito de Michael**" estaria "**na sala do tribunal**". Ao fim do julgamento, comemorou com uma postagem: "**Vitória!!!!!!**".

Ao ler o veredito, o juiz ressaltou que o crime julgado foi o de homicídio -- e não apenas de prescrição médica equivocada ou de erro de avaliação. Disse, ainda, que o médico terá de permanecer sob custódia, pois **representa risco à sociedade**.

Não interessa aqui abordar o que realmente aconteceu, no sentido de apurar uma possível verdade, contudo, não podemos desprezar o fato de que a figura do médico assume o lugar da culpa e garante a imagem de inocência ao menino Michael. A matéria de cobertura do julgamento de Murray mostra como o ambiente foi sendo construído. Simbolicamente, o médico adota imagem de vilão: aquele que é culpado pela morte do protagonista, o bom menino, que foi injustiçado quando em vida, mas que agora recebe sua recompensa, a “vitória”, conforme sugere a frase da irmã no twitter. Ao vilão são associados termos como: inferno, culpado e risco à sociedade; por associação, Jackson é visto como “espírito bom que assiste sua vitória do céu”, ou seja, “o ídolo” venceu e, assim, o processo de renascimento é confirmado e chancelado.

CONCLUSÃO

Este estudo seguiu no sentido de compreender as relações que estão envolvidas no percurso de formação do ídolo midiático. A partir da reflexão temática, observação e análise de textos foi possível interpretar, então, alguns elementos que apresentamos como significativos na trajetória do ídolo. Primeiramente, foi possível concluir que existem condições de produção que conformam o processo de midiatização dos acontecimentos e possibilitam a irrupção de determinados enunciados e não de outros em seu lugar. Assim, em um jogo entre discurso e imaginário constituem-se noções sociais que delimitam de que forma definimos temas como talento, sucesso, pedofilia, esquisitices, morte etc., enfim, todos os ingredientes que consideramos como participantes da carreira do ídolo, fomentando, enfim, adesão ou rejeição por parte do público. O ídolo, nesse contexto, é um lugar necessariamente social e discursivo, uma vez que depende de sentidos que circulam coletivamente. Em um segundo momento, por meio da retomada de conceitos da Antropologia do Imaginário, conseguimos compreender aspectos do plano simbólico tanto na imagem do ídolo como no trabalho midiático. Os sentidos conferidos aos acontecimentos narrados lidam, como vimos, com o diálogo entre imagens, padrões arquetípicos e míticos, que constituem um imaginário comum e influenciam as diversas criações da humanidade; o ídolo é uma delas.

Michael Jackson, enquanto caso exemplar, tornou possível a visualização mais detida do percurso proposto para análise, pois sua trajetória pública reuniu momentos peculiares de construção, estabilização, desconstrução e reconstrução. A partir disso, foi possível notar que, no geral, as marcas linguísticas que evidenciam a construção e a estabilização são explicitadas por adjetivos e substantivos qualificadores, que buscam a exaltação da figura do cantor. Na narrativa de acontecimento da “construção” temos a imagem do pequeno Michael: um menino prodígio, talentoso, que se mantém com os irmãos por muito tempo em primeiro lugar nas paradas de sucesso. Já na fase de estabilização, firma-se a imagem de um jovem astro, a estrela da música negra, e, mais tarde, o rei do Pop, o imbatível, o melhor, o maior.

Na fase de desconstrução, por sua vez, as matérias apresentam um léxico prioritariamente marcado por polêmicas e escândalos, estabelecendo-se a figura de um homem problemático e conflituoso (“homem”, “acusado”, “assédio”, “rouba”, “bizarro” etc.). A imagem de M.J. é associada aos assédios sexuais, à pedofilia, ao consumismo

exagerado, ao embranquecimento, às extravagâncias e às esquisitices. O momento é marcado também por uma longa ausência do cantor, que, conforme acompanhamos, coopera para o surgimento de estruturas condicionais (“teria feito”, “teria dito”, “pode estar” etc.), confirmando uma imagem de mistério em volta do ídolo.

Por fim, as reportagens que cobrem a morte do cantor trazem à cena adjetivos e substantivos que já não apareciam mais como foco das reportagens, tais como: “rei”, “estrela”, “ídolo”, “popstar”, alteração que tomamos como elemento propício para a ressignificação da imagem pejorativa do ídolo. Essa fase foi dada como a responsável pelo renascimento do garoto Michael, o Peter Pan dos anos 80, visto que há evidente retorno à imagem de menino que já havia sido desconstruída. A morte, enfim, garante o renascer de Michael Jackson, que acaba por assumir o lugar de Fênix da música pop.

Nesse contexto, é possível dizer que discurso e imaginário se congregam na constituição do ídolo enquanto posição social, norteando, delimitando e redefinindo os efeitos de sentidos que atualizam a imagem que se tem do ícone, seja no rumo da exaltação, da destruição ou da restauração. O que percebemos, portanto, foi que relações de linguagem vão sempre conjugar imagens, símbolos, arquétipos e narrativas míticas, realinhando nossos processos de significação e reconhecimento das figuras midiáticas. Em outras palavras, o percurso do ídolo não é de maneira alguma fortuito, mas sempre resultado de articulações entre história, memória e cultura que vão, afinal, estabelecer formas de enxergar e compreender os sujeitos no mundo.

Diante de todo o exposto, esperamos que a investigação empreendida possa contribuir, de alguma forma, com a ampliação do arcabouço teórico da área de estudos linguísticos, passando a compor o quadro de pesquisas que trabalham linguagem, sociedade, cultura, língua, discurso e imaginário. Acreditamos, enfim, que a validade deste trabalho se justifica, no geral, na medida em que a revisão do referencial teórico adotado pode funcionar como dispositivo de análise para diferentes fenômenos culturais, sendo possível, portanto, o aproveitamento das reflexões aqui desenvolvidas para aplicação em pesquisas futuras, em outra base de *corpus*.

REFERÊNCIAS

ARIÈS, P. *História da Morte no Ocidente*. Trad. Priscila Viana de Siqueira. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.

BACHELARD, G. *A Poética do Espaço*. Trad. Antonio de Pádua Danesi. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. Prefácio de Roman Jakobson. Apresentação de Marina Yaguello. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. 2002.

BARONAS, R. *Análise de Discurso: problemáticas contemporâneas*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2009.

BARTHES, R. *Mitologias*. Trad. Rita Buongiorno e Pedro de Souza. 12. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CAMPBELL, J. *O poder do mito: com Bill Moyers*. Trad. Carlos Felipe Moisés. Betty Sue Flowers (Org.). São Paulo: Palas Athenas, 1990.

_____. *O herói de mil faces*. Trad. Adail Ubirajara Sobral. 4. ed. São Paulo: Cultrix / Pensamento, 1995.

CASSIRER, Ernst. *Mito e Linguagem*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

CHEVALIER, J; GHEERBRANT, A. *Dicionário de Símbolos*. Trad. Vera da Costa e Silva. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1990.

DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. Trad. Hélder Godinho. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. *Método Arquetipológico: da mitocrítica à mitanálise*. Campos do Imaginário. IIº Congresso Mundial Vasco, Congresso de literatura, Castalia, Madrid, 1989.

_____. *O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da linguagem*. Trad. René Eve Lévié. Rio de Janeiro: Difel, 1998.

ELIADE, M. *Mito e realidade*. Trad. Pola Civelli. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.

FOUCAULT, M. *Arqueologia do Saber*. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008a.

_____. Aula de 11 de janeiro de 1978. In: _____. *Segurança, território e população*. São Paulo: Martins Fontes, 2008b. pp. 03-38.

_____. *A Ordem do Discurso*: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 19. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

_____. Sujeito e Poder. In: RABINOW, P; DREYFUS, H. *Michel Foucault. Uma trajetória filosófica*. Para além do estruturalismo e da hermenêutica. Trad. Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, pp. 231 – 249.

_____. *A verdade e as formas jurídicas*. Trad. Roberto Machado e Eduardo Moraes. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2002.

GREGOLIN, M. do R. V. Formação discursiva, redes de memória e trajeto sociais de sentido: mídia e produção de identidades. In: BARONAS, R. L. *Análise do Discurso*: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007, pp. 155-168.

GUILHAUMOU, J. *Linguística e História*: percursos analíticos de acontecimentos discursivos. Roberto L. Baronas; Fábio César Montanheiro (Org.) São Paulo: Pedro & João Editores, 2009.

JUNG, C. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Trad. Maria Luíza Appy; Dora Mariana Silva. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

MAFFESOLI, M. *O imaginário é uma realidade*. Revista Famecos. Porto Alegre, n° 15, agosto 2001, quadrimestral.

MAINGUENEAU, D. *Cenas da enunciação*. Sírio Possenti; Marília Cecília Pérez (Org.) São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.

_____. *Gênese dos Discursos*. Sírio Possenti (Org.) São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

_____. *Doze conceitos em Análise do Discurso*. Sírio Possenti; Marília Cecília Pérez (Org.) São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

NAVARRO-BARBOSA, P. O acontecimento discursivo e a construção da identidade na história. In: SARGENTINI, V.; NAVARRO, P. *Foucault e os domínios da linguagem*: discurso, poder, subjetividade. São Carlos: Claraluz. 2004, p. 97-130.

ORLANDI, E. P. *Análise do discurso*: princípios e procedimentos. 7. ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

_____. *Michel Pêcheux e a Análise do Discurso*. Revista Estudos da Língua(gem). Vitória da Conquista. n. 1. P. 9-13. Junho/2005.

PÊCHEUX, M. *Semântica e Discurso*: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni P. Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

PITTA, D. P. R. *Iniciação à teoria do Imaginário de Gilbert Durand*. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

POSSENTI, S. *Questões para analistas do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009, p. 119 – 126.

_____. Teoria do Discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. *Introdução à Linguística: fundamentos epistemológicos*. 2. ed. vol. 3. São Paulo: Cortez. 2005.

SILVA, F. Articulações entre poder e discurso em Michel Foucault. In: SARGENTINI, V.; NAVARRO, P. *Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade*. São Carlos: Claraluz. 2004. p. 159-179.

STRAUSS, C. L. *Antropologia estrutural*. Trad. Chaim Katz e Eginardo Pires. 5. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

STRÔNGOLI, M. T. Q. G. Encontros com Gilbert Durand: cartas, depoimentos e reflexões sobre o Imaginário. In: PITTA, D. R. P. (Org.). *Ritmos do Imaginário*. Editora Universitária, UFPE.

TURCHI, M. Z. *Literatura e Antropologia do Imaginário*. Brasília: UNB. 2003.

VOGLER, C. A jornada do herói. In: _____. *A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores*. Trad. Ana Maria Machado. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006, p. 47 – 66.

ANEXOS

Anexo A

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 1 – Nascimento do ídolo

**Anexo B**

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 1 – Nascimento do ídolo



Anexo C

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 1 – Nascimento do ídolo



MICHAEL JACKSON — O garoto alcançou uma projeção inédita em recente lançamento classificando-se, pela segunda vez, na parada de sucessos dos EUA, com seu compacto. A gravação *Got to be There*, de Michael, do álbum do mesmo nome, projetou-se até atingir o 1.º lugar este ano. Seu último compacto *Rockin Robin* alcançou também o 1.º lugar em menos de seis semanas após seu lançamento. Michael já vendeu 250 mil cópias do seu primeiro LP e hoje é considerado o astro n.º 1 da música moderna norte-americana...

Anexo D

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 2 – Estabilização do ídolo



Anexo E

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 2 – Estabilização do ídolo



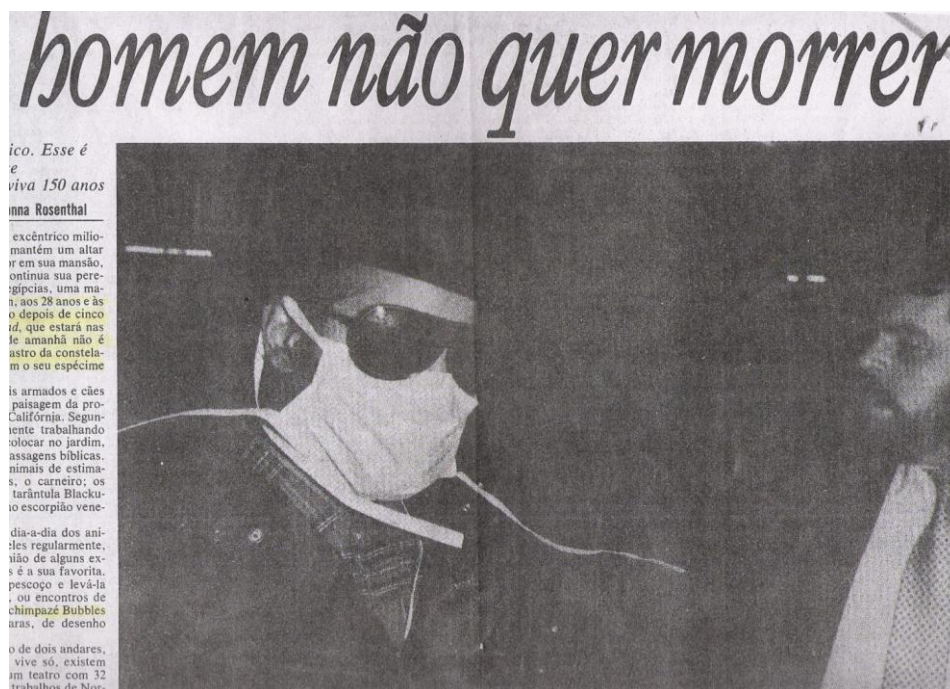
Anexo H

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 3 – Desconstrução do ídolo



Anexo I

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 3 – Desconstrução do ídolo



Anexo J

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 3 – Desconstrução do ídolo

A solidão de Jackson

Richard Harrington
The Washington Post

DESDE que Michael Jackson parou de dar entrevistas, seus pronunciamentos públicos têm-se limitado geralmente a uma frase longa ou duas curtas. Moonwalk (Passeio na Lua), sua au-



cios e deixa seu mentor na Motown, Berry Gordy Jr. Entre os incidentes mais divertidos, há os da época dos Jackson Five, o conjunto que ele formava com seus irmãos, ainda crianças. Entediados nos hotéis, nas primeiras excursões, faziam guerras de sabão de barbear, jogavam sacos

Seu "primeiro namoro verdadeiro" com Tatum O'Neal: "Eu me apaixonei por ela (e ela por mim) e fomos muito íntimos por muito tempo. O relacionamento terminou transcendendo para uma boa amizade... ela foi meu primeiro amor, depois de Diana Ross." Ele escreve (ou dita): "Meus

Anexo K

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 3 – Desconstrução do ídolo



No fim dos anos 70, Michael Jackson tinha pele negra

Dez anos depois, a pele do cantor é quase branca

Droga que clareia a pele pode causar câncer

Michael Jackson, um dos usuários da hydroquinona

e Nigéria, de acordo com o médico Constantin Orfanos, da Sociedade Alemã de Dermatologia. Na África do Sul, cerca de 60% das mulheres negras usam o "alveicante", arriscando

pele branca também é fruto da evolução. Em consequência da escassez de Sol, as pessoas de cor branca têm menos melânica, de modo que a pele possa absorver os raios ultravioletas

Anexo L

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 4 – Reconstrução do ídolo



1958 - 2009

Anexo M

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 4 – Reconstrução do ídolo



Anexo N

Imagem referente à Narrativa do acontecimento 4 – Reconstrução do ídolo

