

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA

DEYSE SANTOS DA SILVA

O PAPEL DA MÍDIA NA DESCONSTRUÇÃO DE UM MITO

RECIFE-PE
2022

DEYSE SANTOS DA SILVA

O PAPEL DA MÍDIA NA DESCONSTRUÇÃO DE UM MITO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção da graduação no curso de produção publicitária do centro universitário brasileiro

Professor Orientador: Guilherme José Ferreira de Araújo

RECIFE-PE
2022

DEYSE SANTOS DA SILVA

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

S586p Silva, Deyse Santos da
O papel da mídia na desconstrução de um mito. / Deyse Santos da Silva.
Recife: O Autor, 2022.
27 p.

Orientador(a): Prof. Guilherme José Ferreira de Araújo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – UNIBRA. Tecnólogo em Produção Publicitária, 2022.

Inclui Referências.

1. Mídia. 2. Desconstrução. 3. Sociedade. I. Centro Universitário
Brasileiro - UNIBRA. II. Título.

CDU: 659.1

Dedico este trabalho a Deus, sem Ele nada poderia fazer.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado sua graça e sabedoria para conclusão de mais uma etapa acadêmica em minha vida, a todos colaboradores desta pesquisa, professores, orientadores e amigos próximo, e ao artista Michael Jackson que através de seu talento ímpar, contribuiu para esta dedicada pesquisa.

“Cure o mundo, faça dele um lugar melhor para você, para mim e toda a raça humana”.
(Michael Jackson 1991)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
DELINEAMENTO METODOLOGICO	11
1 - O MITO.....	12
1.1 A CONSTRUÇÃO DO MITO NO ÂMBITO ÍDOLO ATRAVÉS DA MÍDIA.	13
2- MÍDIA	14
1.1 A CONSTRUÇÃO DO MITO NO ÂMBITO ÍDOLO ATRAVÉS DA MÍDIA.....	16
1.2 O PAPEL DA MÍDIA NA DESCONSTRUÇÃO DO MITO CONTEPORÂNEO.....	17
3- A DESCONSTRUÇÃO DO MITO MICHAEL	19
4- CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
5- BIBIOGRAFIA.....	25

O PAPEL DA MÍDIA NA DESCONSTRUÇÃO DE UM MITO

Deyse Santos da Silva

Orientador: Prof. Dr. Guilherme José
Ferreira de Araújo

RESUMO:

A mídia está intitulada nos dias atuais como uma poderosa ferramenta de inserção e criadora de opiniões, tendo por vezes o poder de moldar conceitos e hábitos. É composta por vários meios de comunicação: cinema, rádio, televisão, jornais, revistas, internet, entre outros. Habitando em várias esferas da sociedade, ela atua não só como formadora e anunciadora de saberes, mas, utiliza-se de manobras e estratégias onde por vez, não dialoga nem questiona, mas acaba inserindo na sociedade aquilo que gera mais visibilidade e mais propício ao telespectador, fazendo com que este julgue a seu próprio juízo, tendo como base por vezes subjetividades, especulações ou até mesmo uso indiscriminado de informações errôneas. Este artigo busca analisar o papel da mídia na desconstrução da imagem de um mito contemporâneo no âmbito ídolo, as estratégias midiáticas usadas neste processo de desconstrução da imagem, e os impactos que isso pode causar na sociedade. Nos últimos tempos tem se intensificado o poder da mídia sobre as pessoas, seja a falada, escrita, televisada ou as repercutidas no âmbito digital, influenciando assim nos seus comportamentos em sociedade. Assim é que, impulsionados pela massiva difusão nos veículos de comunicação, o poder da mídia ficou ainda maior sendo desta forma, incontestável sua importância nos dias atuais. Mediante a todo este contexto, a mídia segue uma relação de troca constante com a sociedade, e estas mídias estão a nossa disposição para que possamos nos sentir e fazer parte de uma sociedade rica em vida social, cultural e de conhecimento. Contudo, mesmo mediante a estes argumentos, isso não significa que a mídia possa manipular, o que é veiculado ainda que de uma forma velada. Com base nestas perspectivas, todo este avanço conquistado através do tempo foi determinante para o desenvolvimento da mídia que, em resposta imediata, mostra seu impacto na sociedade, por vezes elaborando questões que causam polemicas, mas também causam reflexão.

Palavras-chave: Mídia, desconstrução, sociedade

ABSTRACT

The media is titled nowadays as a powerful insertion tool and creator of opinions, sometimes having the power to shape concepts and habits. It consists of various means of communication: cinema, radio, television, newspapers, magazines, internet, among others. Dwelling in various spheres of society, it acts not only as a trainer and announcer of knowledge, but uses maneuvers and strategies where, at the same time, it does not dialogue or question, but ends up inserting in society that which generates more visibility and is more conducive to viewer, making him judge at his own judgment, sometimes based on subjectivity, speculation or even the indiscriminate use of erroneous information. This article seeks to analyze the role of the media in the deconstruction of the image of a contemporary myth in the idol context, the media strategies used in this process of deconstruction of the image, and the impacts that this can have on society. In recent times, the power of the media over people has intensified, be it spoken, written, televised or reflected in the digital sphere, thus influencing their behavior in society. Thus, driven by the massive diffusion in the communication vehicles, the power of the media became even greater and, in this way, its importance today is undeniable. Through this whole context, the media follows a constant exchange relationship with society, and these media are at our disposal so that we can feel and be part of a society rich in social, cultural and knowledge life. However, even through these arguments, this does not mean that the media can manipulate, which is conveyed even if in a veiled way. Based on these perspectives, all this progress achieved over time was decisive for the development of the media that, in immediate response, shows its impact on society, sometimes elaborating issues that cause controversy, but also cause reflection.

Keywords: Media, deconstruction, society

INTRODUÇÃO

A mídia é uma instituição onipresente na vida social contemporânea, sendo de grande relevância para o meio em que habita, servindo de modo a orientar e informar em várias esferas da sociedade, ela está intrinsecamente relacionada com o jornalismo, mas também com outras especialidades da comunicação social, como a publicidade que se apropria dos meios midiáticos para atingir os seus objetivos. Visto que a mídia atinge e exerce uma enorme influência e contribuição na vida dos indivíduos da atualidade, ela pode ser pensada não só como um suporte de fusão para disseminação de informação, mas também, tendo como papel primordial, a formação de opiniões. No entanto se por um lado a mídia consiste no conjunto de diversos meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e conteúdo, em contra partida muito do que se é veiculado acaba por trazer consequências e danos a sociedade de um modo geral, seja por uma opinião que não deveria ser emitida, uma imagem ou fato exposto, matérias de teor subjetivos, opiniões e conteúdos distorcidos entre outros.

Sabe-se que, ao longo dos anos várias ferramentas midiáticas foram se aprimorando e tornando-se excelentes veículos de propagação de informação, em vários campos da sociedade, e na área artística também não foi diferente, pois a arte sempre foi feita com os meios disponíveis em cada tempo, e por muitos anos o mercado musical manteve uma relação praticamente única com a mídia tradicional, com investimentos massivos em divulgação tanto na televisão quanto no rádio. Contudo, com a popularização da internet, e das plataformas digitais, essa realidade mudou, facilitando a troca de informações e criando maior relação entre a arte e a mídia, entre os produtores midiáticos e os receptores, além de possibilitar algo inédito e revolucionário na comunicação: a interação instantânea entre ambas as partes, gerando tanto uma interação negativa como positiva para a esfera artística.

Diante deste cenário, objetivo principal desta pesquisa é analisar a relação que a mídia tem na como desconstrução da imagem de um mito contemporâneo no âmbito ídolo, tendo como exemplo desta análise, o cantor Michael Jackson, que ao longo de sua carreira teve sua imagem constituída e destituída pela mídia, tendo em vista seus feitos artísticos e sua vida excêntrica, acabou por movimentar a indústria midiática, possibilitando assim, este processo de desconstrução de sua imagem. Deste modo, a pesquisa visa como objetivos específicos analisar como ocorre este processo de desconstrução da imagem, e os impactos causados na sociedade, mediante a desconstrução da imagem de uma figura que possui grande representatividade para a sociedade.

Tendo como base está temática, o desdobramento deste artigo terá início com uma abordagem sobre conceito de mito e sua representatividade na sociedade moderna. Adiante, será visto o conceito de mídia, tendo em vista que, as tecnologias da comunicação e os meios midiáticos criam e difundem os mitos de hoje, este por vezes, não mais visto como os mitos clássicos, mas que possuem ideias, emoções, e são dotados de grande contribuição para a vida social contemporânea.

Este estudo é de grande contribuição e importância para vários ramos do seguimento da comunicação social e seus meios, pois a problemática apresentada, ajudará a entender o quanto o papel da mídia na desconstrução da imagem de um mito, no âmbito ídolo contemporâneo, é significativa e possui grande representatividade para a sociedade. Tendo em vista estas perspectivas, é inegável que a mídia possui grande relevância ao participar da esfera pública como prestadora de serviços comunicacionais em vários ramos, tendo por finalidade informar sobre os acontecimentos, levando às pessoas a uma gama de conhecimento que, sem esse serviço, talvez não teriam condição de conhecer. Seja nas suas mais variadas formas, tanto falada, escrita, televisada, meios virtuais ou até outros meios que sejam possíveis, a mídia inspira discussões, forma opiniões, ajudar a forjar ou a fortalecer um ponto de vista, constituir ou destituir pessoas.

DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Este estudo de caráter qualitativo tem por base de elaboração, conteúdos de livros e artigos acadêmicos, e para melhor desenvolvimento do tema, foi usado o conceito de mídia e mito; no âmbito de ídolo, embasado nos autores usados para o estudo. Richardson (1999, p. 102) destaca que "o objetivo fundamental da pesquisa qualitativa não reside na produção de opiniões representativas e objetivamente mensuráveis de um grupo; está no aprofundamento da compreensão de um fenômeno social por meio de entrevistas em profundidade e análises qualitativas da consciência articulada dos atores envolvidos no fenômeno". Por esse motivo, a validade da pesquisa não se dá pelo tamanho da amostra, como na pesquisa quantitativa, mas, sim, pela profundidade com que o estudo é realizado.

O MITO

Para se entender o que seja a mito é preciso conceituá-lo. “Mito, substantivo masculino, relato fantástico de tradição oral, protagonizado por seres que encarnam as forças da natureza e os aspectos gerais da condição humana; lenda. Ocorrência ou ação extraordinária, fora do comum, normalmente excessiva e deturpada pela imaginação ou pela imprensa; sua origem se encontra no grego *mýthos*, que significa relato, narração ou fábula”(DICIO,2009). Segundo o escritor K.K. Ruthven, autor da obra *O Mito*, os mitos “são imunes à explicação racional, mas estimulam pesquisas racionais, existe uma grande diversidade de interpretações contraditórias, e nenhuma delas possui o alcance suficiente para explicar definitivamente o que é mito.” (RUTHVEN 1997). Seguindo a linha de pensamento do autor, não é possível dar uma definição curta e exata sobre o que são mitos. Há muita complexidade que envolve esses seres míticos do imaginário popular, compreendendo assim que, mito pode estar relacionado a história, acontecimentos, que possa ter passado numa realidade muito distante, ou talvez de fato nunca tenha acontecido.

Complementando esta explicação, Barthes a acrescenta:

“Mito é um sistema de comunicação. É uma mensagem. Eis porque não poderia ser um objeto, um conceito ou ideia: ele é um modo de significação uma forma. Será necessário mais tarde impor a esta forma limites históricos, condições de funcionamento reinvestir nela a sociedade: isso não impede que seja necessário descrevê-la de início como uma forma”. (BARTHES,1954).

O autor traz uma perspectiva referente ao mito, tendo como referência a comunicação e a mensagem, porém a comunicação não por seus objetos de mensagem, mas como se é proferida e perpetuada, não estando diretamente ligado a objeto ou quaisquer matéria palpáveis ou sentidas. O mito não pode ser ideia, conceito ou ideologia, mas sim uma forma fazendo entender que o mito pode ser algo difuso, não tá nítido, possui funções místicas mistérios e dimensões. “Logo tudo pode ser mito? sim, julgo que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo. Cada objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda a uma existência oral aberto a apropriação da sociedade”. (BARTHES,1954). Barthes deixa um questionamento sobre o mito, levando a uma reflexão onde tudo poderia ser configurado como mito, onde tudo poderia ser ressignificado conforme a sociedade.

1.1 O MITO NA SOCIEDADE ATUAL

Uma das características da mitologia é a imortalidade das histórias e seus personagens deslumbrantes, porém a sua durabilidade no passar dos anos não compartilha da mesma eternidade.

Segundo a visão de de Sal Randazzo:

“O mundo moderno foi desmitologizado e desencantando pela ciência e pela tecnologia. Nas sociedades contemporâneas, entretanto a ciência praticamente substituiu a mitologia, e tornou-se cada vez mais difícil para as pessoas modernas compreender o valor e a importância da mitologia. (RANDAZZO,1997)

A mitologia por muito tempo desempenhava um papel importante na sociedade antiga, tanto em sua construção como manutenção cultural. Porém na sociedade atual, conforme a visão do autor, isso já não existe a contemporaneidade a ciência substituiu a mitologia, tornando mais distante o entendimento e minimização de sua importância. O mito foi visto como torpe, ilusório, irreal e sem impacto na sociedade moderna. O mito que antes era imponente e sem rival, perdeu a força, podendo ser entendido como o oposto da verdade, com o advento da ciência.

Complementando esta explicação, Bianca Deziderio contribui:

“A mitologia clássica foi sendo degradada à medida que as ciências naturais avançavam, ganhando prestígio da população no século XVII. O iluminismo e a religião, também se encarregaram de desestimular o culto aos mitos. A igreja condenava o culto aos mitos pagãos, mas não deixou de aproveitar da força de seus ensinamentos, logo tratou de substituir antigos mitos por “novos”, como a troca de Hercules por Sansão, por exemplo’ Segundo (DEZIDERIO,2011)

O mundo moderno foi desencantado pela ciência e tecnologia conforme Kerenyi afirma:

“Perdemos o contato imediato com as grandes realidades do espírito e é a este mundo que toda verdade mitológica pertence, perdemo-lo justamente devido à nossa toda-poderosa, prestativa e eficiente ciência. Ela explicou-nos a nossa vontade de beber tão bem que

ficamos sabendo tudo dela, de antemão, muito melhor que os antigos beberrões; agora só nos resta perguntar a nos mesmos: será que a experiência e o gozo imediato da mitologia ainda são de alguma forma possíveis?.(KERENYI,1949).

O autor mostra uma realidade presente na sociedade atual, como se o mito tivesse de fato perdido o encanto e importância com o advento da potente ciência, onde uma vez adquirida não há como retroceder. E de fato o mundo é tomado e regido por ela e cada vez mais as descobertas, os avanços nos mostram a grandiosidade que é a ciência.

É importante entender que, a definição de mitologia não se limita ao que naturalmente conhecemos no decorrer da história, mas a mitologia abre margem para entendermos que de alguma forma ela “enfeita a realidade”. Campbell em conversa com o jornalista Bill Moyers no livro *O poder do mito* (1997) acredita que todos procuramos uma experiência para nos sentirmos vivos, algo que justifique a nossa existência. Por isso a presença de mitos é tão significativa para a sociedade, pois o mito é capaz de capturar as pessoas e passar-lhes ensinamentos. Tomando como base tal declaração de Campbell, é inegável que o mito infunde sabedoria e conhecimento no ser humano, e durante muito tempo serviu como guia das antigas civilizações.

MÍDIA

O ser humano, como ser social, tem sempre a necessidade de comunicar-se. A comunicação que, nos primórdios da humanidade, se dava de forma rudimentar e sem grandes alcances, de modo a atender as necessidades de se relacionar, sofreu várias mudanças com o passar do tempo, a transferência de ideias e as formas de comunicação evoluíram significativamente. Conforme citação: “comunicação, portanto, é um importante elo entre os indivíduos que compõem o grupo social. (BOCK, 1997). Considerando ainda esta evolução no mundo globalizado, a comunicação vem se tornando cada vez mais vital para a sociedade, na difusão da informação, a mídia assume grande importância.

Para se entender o que seja a mídia é preciso conceituá-la. segundo a visão de Tahara:

“Mídia é uma palavra derivada do latim, que significa meio. No contexto atual, mídia pode indicar a atividade de veicular, o departamento ou profissional que planeja, negocia, executa e

controla a veiculação de uma campanha ou ainda os meios ou veículos de comunicação (TAHARA, 2004.).

De forma geral, a mídia é referente aos meios de comunicação em massa que expõem/divulgam informações. O universo midiático abrange uma série de diferentes plataformas que agem como meios para disseminar as informações, como os jornais, revistas, a televisão, o rádio e a internet.

Complementando esta explicação, Lima contribui:

“conjunto das emissoras de rádio e televisão (aberta ou paga), de jornais e de revistas, do cinema e das outras diversas situações que utilizam recursos tecnológicos na chamada comunicação de massa”. (LIMA,2004).

Dessa forma, entende-se que mídias são todas as ferramentas utilizadas com a finalidade de transmitir algo, uma ideia, uma mensagem, uma imagem possibilitando a comunicação entre os seres.

Não muito tempo atrás, por volta dos anos 80, início dos 90, ainda não utilizavam o termo “mídia” no Brasil. A palavra era de uso ainda restrito aos publicitários e jornalistas para se referirem as informações e divulgações referente a comunicação. No entanto, hoje sabe-se que a mídia é uma instituição onipresente em vários capôs e muito poderosa na vida social contemporânea, sendo possível pensá-la como constituída pela sociedade que habita. O desenvolvimento dos meios de comunicação modificou intensamente experiências vividas pela humanidade como um todo, uma nova visão foi dada ao mundo possibilitando assim, novas formas de interação e interatividade entre a raça humana.

O autor Sodré destaca que:

“A presença da mídia na sociedade modifica o próprio perfil e a natureza da vida social, em um cenário marcado pela midiaticização. Esta se refere, conforme o pesquisador, não à publicização de acontecimentos pelos meios, mas ao “funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais com a mídia” (SODRÉ, 2007).

O autor sustenta a ideia de que a existência da mídia e seus meios tem modificado a vida dos indivíduos de uma sociedade, ou seja, como se houvesse uma mutação social centrada nos meios tecnológicos de comunicação e esta mutação é constante. Diante disso, a mídia atua como propagadora de tudo o que ocorre no mundo, em todas as áreas, informando e atualizando o indivíduo a respeito de tudo o que ocorre no mundo e a sua volta. o desenvolvimento dos meios de comunicação alterou profundamente as

experiências dos indivíduos, os modos de lidar com as temporalidades, a percepção que temos do mundo, possibilitando novos tipos de interações.

A CONSTRUÇÃO DO MITO NO ÂMBITO ÍDOLO ATRAVÉS DA MÍDIA

O tempo passou e a ciência e a tecnologia avançaram. Os mitos que antes eram disseminados através da fala e escrita, foram adaptados aos tempos atuais. Os meios de comunicação, a velocidade da informação, modificaram os mitos clássicos e favoreceram o surgimento de novos. Nos dias atuais o mito é visto como torpe, irreal e sem impacto na sociedade. O mito que antes era imponente e sem rival, perdeu a força sendo considerado o oposto da verdade. Não temos mais as lendas, seres transcendentais, os meios de comunicação e a mídia se encarregaram de propagar os novos mitos. Campbell afirma que ainda precisamos de mitos: “precisamos de mitos que identifiquem o indivíduo, não com o seu grupo regional, mas com o planeta” (1997). Como citado, hoje não temos mais os mitos sobrenaturais e segundo a visão de Campbell os mitos contemporâneos são os artistas. De acordo com a visão do autor os artistas se transformam em mitos tornando-se um “modelo” para a vida dos outros e possui grande contribuição e influência no papel que desempenha na sociedade. Neste contexto a pessoa é movida para uma esfera tal que se torna passível de ser mitologizada. Os atores de cinema por exemplo remetem a esta figura mística, talvez por toda grandiosidade e vislumbre que existe no meio cinematográfico que por vezes somos transportados e inclusos para dentro de uma “realidade” inventada.

Segundo Campbell não há como prever o surgimento de um mito: “O mito vem de tomadas de consciência de uma espécie tal que precisam encontrar expressão numa forma simbólica. (...) É o que fala do planeta, não deste ou daquele povo, mas do planeta e de todas as pessoas que estão nele” (CAMPBELL 1997).

Bianca Deziderio cita como exemplo de mito contemporâneo o artista mundial Michael Jackson:

“No discurso midiático, Michael Jackson não parecia ser mais humano, era transcendental assim como os antigos seres mitológicos. A morte, não era uma verdade perante a figura de Michael Jackson imortalizado pelos seus feitos artísticos. A morte viera derradeiramente

humanizar a figura do pop star, embora muitos fãs ainda acreditem que esse fora mais um golpe publicitário criado por ele, visando chamar a atenção para o seu próximo lançamento, supostamente um disco de inéditas chamados Ressurreição. Seria mais uma lenda?” (DEZIDERIO,2011)

Segundo Everardo Rocha, “o mito funciona socialmente. Existem bocas para dizê-lo e ouvidos para ouvi-los” (ROCHA, 1991). A mídia ocupou o papel que antes era do povo. Os meios de comunicação se encarregam de propagar os novos mitos.

O PAPEL DA MÍDIA NA DESCONSTRUÇÃO DO MITO CONTEMPORÂNEO

“A mídia seria o quarto poder. Não se mostra tão ousado assim afirmar, uma vez que as sociedades modernas de hoje são marcadas pela onipresença da mídia nos mais diversos setores”. (MENDONÇA,2013)

Como base nesta afirmativa, percebe-se que a mídia possui papel importante na propagação de informação. As novas mídias percorreram caminhos nos últimos tempos, penetrando fortemente em todas as esferas, e no campo artístico não foi diferente, ocupando espaço nas sociedades, e exercendo influência direta e indireta entre as pessoas. Toda esta evolução midiática ampliou o conhecimento e a visibilidade das artes para o mundo. Os artistas tiveram na tecnologia uma forma de diversificação e disseminação da arte por meio dos veículos de massa, como a TV, fotografia, cinema, e mais recentemente a internet. Porém atualmente vivemos em uma sociedade onde imagem e reputação são princípios básicos para qualquer aceitação nos públicos de interesse, um dos meios mais usados atualmente para criar estes atributos são os veículos de mídia indispensáveis na construção de imagem.

A questão é que a mídia exerce um grande poder influenciador em todos os aspectos. “A sociedade é influenciada pelo que vê e ouve através da mídia, formando, assim, a chamada opinião pública” (MENDONÇA, 2013). Com base nestes conceitos é possível compreender que a mídia tem o poder de moldar e mudar opiniões e influenciar ou não influenciar possível aceitação, conceitos, pessoas etc.

Como citado anteriormente, vivemos em uma sociedade onde imagem e reputação são princípios básicos para qualquer aceitação nos públicos inclusive em pessoas consideradas ou intituladas como mito contemporâneo. No entanto, se em contra partida as mudanças ocorridas nas formas de comunicação e expressão da arte no ambiente digital traz benefícios, reconhecimento e alcances imensuráveis, há também o lado negativo e incerto dos meios midiáticos que podem contribuir para a destituição e desconstrução da imagem.

“As mídias sociais só podem ser uma ferramenta extremamente tensa e paradoxal de desconstrução: elas giram em torno da aparência e do querer parecer” (MACHADO,2020)

Já é sabido da força que a mídia possui, e isso fica mais nítido quando por meio de toda essa força ela passa a introduzir nas pessoas uma ideia ou mesmo um ponto de vista já formado sobre determinado assunto. E esta referência à mídia, gira em todas as formas de veiculação, seja ela falada, escrita, televisada e até aquela feita pelos meios virtuais e outros meios que sejam possíveis.

“A necessidade da mídia em ser a primeira a divulgar o fato, faz com que se crie uma realidade parcial ou até mesmo inexistente, sem sequer escutar o outro lado da história, ou seja, a versão do acusado, publicando apenas uma verdade parcial’.
(AUGUSTO,2013)

Cabe lembrar que, os discursos da mídia impactam na sociedade como um todo e não apenas o público-alvo no qual ela atua. Fábio Martins de Andrade expõe que os meios de comunicação “deixaram de informar para formar opinião” (ANDRADE 2007). Ou seja, deixou de informar para definir o que quer que seja repassado adiante. Com base nas citações a cima, é indiscutível que os meios de comunicação divulgam os fatos conforme percepções próprias, selecionando apenas o que lhe convém que o público fique sabendo, e isso pode criar margem para uma possível desconstrução por vezes da imagem de uma personalidade consagrada como mito e com grande influência na sociedade ou no meio em que opera. O julgamento é, talvez, o efeito mais perverso dos meios midiáticos atualmente. O querer vender e sempre se mostrar mais, leva às simulações sem bases e com verdades distorcidas. Sendo a informação mais rápida que a Justiça, o telespectador é induzido a criar seu próprio juízo, fazendo com que o próprio julgamento fique desde logo condicionado a opinião pública.

A DESCONSTRUÇÃO DO MITO MICHAEL JACKSON

Conceituada pelo pensador francês Guy Debord, a sociedade do espetáculo surge no período pós-guerra, que ficou caracterizado pela efervescência e disseminação cultural em todo mundo. Esse período ficou marcado com o surgimento da cultura de massa que “fugia dos padrões estabelecidos na “alta-cultura” européia.” Os europeus e os norte-americanos, canalizaram as energias do fim da guerra para as artes voltadas para o lazer, como a música, o teatro e o cinema, evidenciado na invasão do cinema *Hollywoodiano* nos países da Europa e pelo progresso do cinema italiano e francês. (BELLONI, 2003). Visando este conceito de Guy Debord, o mundo passou e passou por transformação cultural, onde o indivíduo começa a ter uma relação mais abrangente da expressão da arte no período pós guerra. Ainda seguindo conceito de Guy Debord, o mesmo apresenta o que seria atualmente a sociedade do espetáculo: “Na sociedade moderna tudo é produzido em forma de espetáculo, tudo que antes era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORDO,1997). Analisando por meio do pensamento do autor, a sociedade atual vive nesta era de propagar, construir e reproduzir tudo que é produzido no formato de espetacularização. Ainda neste mesmo contexto, Guy Debord, o criador do conceito de “sociedade do espetáculo”, definiu o espetáculo como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens.

Mediante as perspectivas do autor, pode-se dizer que, com o advento da mídia e seus meios, muito do que se é produzido na esfera midiática é produzido em forma de espetáculo o consumo e a imagem se tornam centro desta “sociedade do espetáculo”. No capô artístico ser ídolo, mito, celebridade ou até mesmo influenciador nos dias atuais, pode ser considerado um produto desta “sociedade do espetáculo”. Com efeito, o personagem escolhido para a análise de caso é o cantor norte-americano Michael Jackson que se enquadra dentro deste contexto na desconstrução da imagem de um mito, considerado através de diversos livros e meios de comunicação como artista do século.

Michael Josep Jackson nasceu Gary, Indiana, EUA, 29 de agosto de 1958 – Los Angeles, 25 de junho de 2009 Foi um cantor, compositor, dançarino, produtor e um dos maiores humanitários no meio artístico. Começou a cantar aos cinco anos, e profissionalmente aos 11 anos como vocalista do grupo Jackson Five, Iniciou carreira solo em 1971, na Motown Records (uma gravadora americana de discos), e subiu para estrelato em 1979.(FRAZÃO, 2019).

As celebridades podem ser entendidas como figuras públicas que ocupam o espaço de visibilidade da mídia e são construídas discursivamente (MARSHALL, 1997). Segundo os autores Herschmann e Pereira (2003), as celebridades se destacam da vida cotidiana comum de outras pessoas, em virtude do talento ou atividade profissional que exercem. De acordo com esses autores, essas são “dimensões” que se articulam no sentido de produzir mitos e /celebridades em contextos de alta visibilidade e importância dentro da sociedade e no contexto que estas pessoas estão inseridas. Esses significados que a mídia produz sobre uma celebridade são tratados partir das vivências e das experiências desta personalidade.

Michael Jackson foi um artista dotado de várias possibilidades, dentre elas cantor, diretor, dançarino, produtor e compositor, estas características proporcionaram com que ele tivesse grande repercussão no cenário internacional na música pop, atraindo fãs e chamando a atenção da mídia por diversos meios. Visando esta temática Bianca Dezidero faz referência frente ao cantor:

“É inegável que Michael Jackson foi um mito construído, destituído e restituído pela mídia. Do início dos anos 80 até o início dos anos 90, Michael era um ser mitológico contemporâneo. Ditava regras de comportamento e de moda, pessoas de todas as idades ficavam atônitas diante de tanto talento para entreter. (DEZIDERIO,2011)

Desde de seu surgimento, as mídias têm não apenas o papel de atualizar e instruir, mas também a função de entretenimento. Sabe-se que a mídia é interessada em algo novo que chame a atenção e gere especulação e visibilidade. Por quatro décadas, o Michael esteve em destaque na mídia, optou em disseminar sua mensagem através de sua arte ímpar. Com base na reflexão da autora pode-se pensar que, em um primeiro momento a exposição de sua vida repleta de excentricidades somados aos feitos artísticos ajudou a concretizar a imagem de mito. Já no segundo momento, esta personalidade excêntrica, contribuiu para as desconfianças mídia, que acabou por vezes tentar destituí-lo. A revista Veja faz uma observação sobre a aparência do cantor e seus hábitos:

“Michael Jackson é também uma criatura muito estranha, o efebo pálido coberto de cremes e cirurgias plásticas, com uma história familiar tumultuada e uma vida afetiva supostamente inexistente que

encaixa como uma luva coberta de pedrarias a sua imagem de andrógono assexuado. (Revista Veja, edição 1303, 01 de novembro de 1993)

Em outra edição a Veja usa o trocadilho: “Superastro em maus lençóis”. (Edição 1304, 8 de setembro de 1993).

No fim dos anos 90 o declínio da relação do rei do pop com a mídia tinha se iniciado, as suas excentricidades, vitiligo, a primeira acusação de abuso, e a união matrimonial, geraram matérias composta por subjetividades e suposições. A autora Bianca Dezidero afirma: “Como celebridade, Michael era um produto da sociedade do espetáculo, consumido em todos os sentidos, sua vida privada foi invadida e devassada pela mídia” (DEZIDERIO,2011).Com base nestas observações percebe-se que, talvez Michael tenha sido um dos artistas que mais que conviveu a margem desta destituição de imagem. Como celebridade, ele era um produto desta “sociedade do espetáculo”, consumido em todos os sentidos, a esta mesma mídia que outrora consagrou agora estava o destituindo ridicularizando sua aparência, sua sexualidade e a sua relação com crianças.

“A mídia quando deixa de exercer o seu papel fundamental para a sociedade, ou seja, de propagar informações a população sobre os fatos relevantes ocorridos na sociedade, dando voz à grupos sociais, apresentando pontos de vistas e divulgando ideias, passa a atuar de maneira sensacionalista e parcial”. (LOTÉRIO 2019).

Visando esta narrativa, a mídia ao deixar de cumprir seu papel na sociedade de propagar a e informa e viabilizando destaque através maneira sensacionalista de se portar, por vezes acaba se perdendo de seu objetivo principal. Ainda nesta linha de pensamento ao narrar um evento que marca a vida de uma celebridade por exemplo, a mídia pode realizar um ato de expressão que pode ser constituído ou destituído a imagem de alguém através da linguagem e outras formas de comunicação.

Reconhece-se que a mídia nos dias atuais possui significativa influência na valorização e na construção da imagem do indivíduo. A sociedade contemporânea é constantemente inundada por imagens presentes em diferentes meios de comunicação. Rodolfo Augusto Melo Ward de Oliveira doutor em Artes Visuais e mestre em Arte Contemporânea, desta que:

“Vemos constantemente a publicidade construir imagens dos produtos que serão consumidos. Nesse caso, a imagem torna-se mais que os próprios produtos, e as pessoas tornam-se também

produtos que precisam ter uma boa imagem. Sendo assim, a imagem assume um papel de vida que carrega desejo e se sobrepõe à própria pessoa. (WARD,2020).

O uso da imagem nos meios midiáticos é um assunto atual e oportuno, os problemas surgidos com a invasão dos direitos da personalidade têm ganhado grande relevância seja as mídias, escritas, televisivas, eletrônicas, dentre outras. No cenário artístico é possível refletor que a publicação e compartilhamento irresponsável pode colaborar na desconstrução da imagem de um artista, que por tempo lutou na disseminação de sua arte para alcançar tal patamar. Uma informação falsa por exemplo pode ser extremamente perigosa não só para os envolvidos, bem como aos que consomem o conteúdo de conteúdo. Como celebridade devido a exposição de sua imagem, podem ser alvos s fáceis para a disseminação de boatos e fake news devido a exposição de suas vidas e carreiras.

“O ambiente virtual ainda é visto por muitas pessoas como um ambiente informal, à margem da lei, permitindo aos indivíduos a criação de contas falsas com propósito de criar ofensas, cujo objetivo quase sempre é provocar danos na reputação das celebridades. (LIMA,2022)

É inegável que certos danos às imagens das celebridades muitas vezes são irreversíveis, acarretando por vezes prejuízo imensuráveis, não só para a imagem pessoal, mas para todo contexto, por vezes podendo envolver sua reputação. Mediante este cenário, isso pode colaborar de uma forma significativa para desconstruir uma imagem construída ao longo de uma carreira. Seja por conta de uma foto, uma cena ou até mesmo matérias com informações subjetivas, que são divulgadas por vezes sem apuração dos fatos, podendo o artista ser visto durante algum tempo como forma pejorativa perante a sociedade ou o meio que existe, e até se descobrir a veracidade das informações já poderá ter sofrido grandes prejuízos.

Segundo Guareschi (2004) “poderíamos argumentar que temos a possibilidade de discordar do que é dito e mesmo criticar o que chega até nós. Mas uma coisa não podemos fazer: é saber o que foi propositadamente ocultado, o não-dito, o silenciado”. (GUARESCHI,2004).

Bertrand (1999) ressalta que “inegavelmente, a mídia determina a ordem do dia da sociedade: ela não pode ditar às pessoas o que pensar, mas decide no que elas vão

pensar. Portanto, a visibilidade conferida pela mídia e o interesse da sociedade em notícias criam condições para a destruição, em um curto espaço de tempo, de uma imagem, reputação e confiança adquiridas ao longo dos anos. “(Bertrand 1999).

Conforme o que foi analisado, a força da mídia não está apenas em construir a realidade numa sociedade, mas pode-se considerar também que sua força consiste em transformar, modificar ou até ocultar esta realidade. A mídia trabalha na perspectiva de moldar valores e, despertar consciências. Dessa forma a mídia também pode ter, de fato, poder de construir ou desconstruir a imagem de alguém, de modo a influenciar diretamente na sociedade. Em todo caso, tendo como base todos estes conceitos abordados são importantes refletir e questionar, até que ponto os conteúdos midiáticos ajudam ou atrapalha, essa construção da imagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo procurou demonstrar, de acordo com a realidade atual o “significado” de mito contemporâneo e sua importância na sociedade atual, onde ficou claro que, o mito da atualidade está ligado ao âmbito ídolo/artista sendo assim difundido pela mídia. Percebeu-se também que, com o advento do digital e os meios midiáticos, o campo artístico conseguiu uma enorme abrangência e alcances imensuráveis para a propagação da arte, tendo maior abrangência no período pós guerra, e com o avanço dos meios midiáticos, a disseminação da arte encontrou alcances imensuráveis. Ainda neste cenário observou-se que com a modernização a sociedade ganha um conceito de sociedade do espetáculo, onde tudo que se é produzido é propagado como forma espetáculo, neste contexto, a valorização da imagem ganha uma importância, reconhecendo assim que, a mídia nos dias atuais possui significativa influência na valorização e na construção da imagem do indivíduo. Ainda neste contexto verificou-se a importância da mídia na desconstrução da imagem de um ídolo considerado mito, tendo em vista que, esta desconstrução pode ocorrer de diversas formas, através dos meios de comunicação, podendo trazer danos irreversíveis no meio em que se está inserido.

De fato, a relevância dos meios midiáticos na sociedade atual é incontestável quando esta cumpre seu papel de informar e propagar saberes, contudo, em contrapartida, na ânsia de ganhar mais visibilidade, por vezes a mídia ultrapassa limites éticos profissionais, onde o telespectador é induzido a criar seu próprio juízo, fazendo com que o que foi dito ou mostrado pela mídia fique condicionado a opinião pública mediante ao um fato ou acontecimento exposto.

Por ter tido uma vida excêntrica, e de sucesso ímpar, o estudo teve como exemplo o cantor Michael Jackson, onde ficou claro que ele foi um mito construído, destituído pela mídia ao longo de sua carreira. Como celebridade, Michael era um produto desta atual “sociedade do espetáculo”, tendo sua vida invadida pela mídia, acarretando assim, consequências desagradáveis, tanto para arte como para o artista. compreende-se, no entanto, que as mídias, além de serem instrumentos de representação e propagação de informações, pode contribuir na formação e manutenção dos novos mitos da atualidade, mas também podem ser uma ferramenta tóxica nesse processo de desconstruir imagem. Dessa forma mediante toda esta relevância e poder que a mídia tem na sociedade, isso não significa ela possa manipular, tudo aquilo que é veiculado a fim de movimentar a sociedade num determinado caminho, pois uma palavra mal colocada, uma imagem exposta, matérias subtendidas, dentre outras realidades pode sim colaborar para destituir uma carreira construída ao longo dos anos.

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, Fabio Martins. Mídia e Poder Judiciário: a influência dos órgãos da mídia no processo penal brasileiro. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

AUGUSTO, Bayer -O discurso da mídia e sua desinformação através dos espetáculos 2013. Disponível em: [criado https://diegobayer.jusbrasil.com.br/artigos/121943203/o-discurso-da-midia-e-sua-desinformacao-atraves-dos-espetaculos-criados](https://diegobayer.jusbrasil.com.br/artigos/121943203/o-discurso-da-midia-e-sua-desinformacao-atraves-dos-espetaculos-criados)

CAMPBELL, Joseph. O herói de mil faces. Tradução Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix /Pensamento, 1997.

DEZIDERIO, Bianca- Michael Jackson: um mito construído, destituído e restituído pela mídia.2021 Disponível em: <https://mjbeats.com.br/michael-jackson-um-mito-constru%C3%ADdo-destitu%C3%ADdo-e-restitu%C3%ADdo-pela-m%C3%ADdia-d824ef13e53c> Acesso em: 01/11/2022

MARSHALL, D. Celebrity and power: fame in contemporary culture. Minneapolis, London:University of Minnesota Press, 1997.

MENDONÇA, Fernanda Graebin. A (má) influência da mídia nas decisões pelo tribunal do Júri. 2º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade. ISSN 2238-9121. jun/2013. UFSM – Universidade Federal de Santa Maria. Disponível em: https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/a_ma_influencia_da_midia_nas_deciso.es.pdf

Revista Veja. Acervo Digital. <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

SODRÉ, Muniz, Sobre a episteme comunicacional. Matrizes, São Paulo: USP, ano. 1, n. 1, p. 15-26, 2007.

TAHARA, Mizuko Mídia - Coleção Contato Imediato São Paulo, SP: Global, 2004.

MITO. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/mito/>Acesso em: 25/11/2022

MACHADO, Lucas - Desconstrução, autoafirmação e redes sociais 2020 Disponível em: <https://aterraeredonda.com.br/desconstrucao-autoafirmacao-e-redes-sociais/>

FRAZÃO, Dilva Falando sobre michael-2019 Disponível em: Cantor norte-americano https://www.ebiografia.com/michael_jackson/ Acesso em: 11/11/2022

LOTERIO, Adilso- A influência da mídia nas decisões do conselho de sentença -2019 guarapari – es Disponível

<https://dspace.doctum.edu.br/bitstream/123456789/2997/1/Trabalho%20de%20Conclus%C3%A3o%20de%20Curso%20-%20A%20INFLU%C3%8ANCIA%20DA%20M%C3%8DDIA%20NAS%20DECIS%C3%95ES%20DO%20CONSELHO%20DE%20SENTEN%C3%87A.pdf> Acesso em: 20/11/2022

LIMA, Gabriel- Reputação dos artistas (celebridades) na internet e os impactos produzidos pelas fake news -2020

<https://www.migalhas.com.br/depeso/336774/reputacao-dos-artistas--celebridades--na-internet-e-os-impactos-produzidos-pelas-fake-news> Acesso em: 24/11/2022