



This is it: O Espetáculo e a Indústria Cultural na MORTE de Michael Jackson.¹

Evandro Luiz da CONCEIÇÃO²

Nemézio FILHO³

Universidade Estácio de Sá

RESUMO

Este artigo pretende discutir a comoção, a espetacularização, o enquadramento, os desdobramentos, o esgotamento da notícia em torno da morte de Michael Jackson na mídia televisiva e os produtos gerados graças à ação da Indústria Cultural. Esta discussão só se torna possível mediante o processo de construção de ídolos e sua mitificação nos meios de comunicação, em particular na TV, que ocorre através da veiculação de informações que transformam essas personalidades em vedetes da atualidade. Estes seres mitológicos são divindades criadas e projetadas pela mídia e sustentadas pela Indústria Cultural.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria Cultural; Espetáculo; Cultura de Massa; Sensacionalismo; Michael Jackson

INTRODUÇÃO

No dia 25 de junho de 2009 o mundo inteiro foi surpreendido pela notícia da morte do cantor Michael Jackson, considerados por muitos o Rei do Pop. Artista revolucionário e de talento inquestionável, Michael deixou uma lacuna no cenário POP, um legado musical e feitos nunca superados como a vendagem do álbum clássico

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Acadêmico do 8º semestre de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá

Email: evandro.contact@hotmail.com

³ Jornalista, doutor em Comunicação pela ECO da Universidade Federal do Rio de Janeiro; docente da Universidade Estácio de Sá e orientador da pesquisa



Thriller. Foram 106 milhões de cópias vendidas no mundo inteiro, segundo cálculos da Sony BMG.

Quase dois anos após sua morte a máxima popular “Rei Morto, rei posto” não se aplica a Michael Jackson. Seus álbuns continuam no topo dos mais vendidos, suas músicas ganham novas versões, os filmes do astro foram relançados em DVD e o especial “This is it”⁴ arrastou uma multidão de fãs saudosos aos cinemas e vendeu milhares de cópias ao redor do mundo. Em sua apresentação na TV aberta deu a Rede Globo, que o exibiu num domingo após as 23h, a maior audiência registrada no dia e horário da exibição do especial.

O funeral com requinte de superprodução, que teve a participação de grandes nomes do showbizz e cobertura midiática nunca antes vista, aconteceu quase dois meses após a morte de Michael Jackson. Foi num grande estádio de Los Angeles com direito sorteio de ingressos e filas quilométricas de fãs na tentativa de darem o último adeus ao Rei do Pop.

Desde a época em que integrava o Jackson Five, Michael Jackson que ingressou na banda como vocalista, chamava atenção pelo jeito inusitado de dançar e por suas habilidades vocais, o que o transformou num garoto prodígio.

Com uma carreira totalmente televisiva e contrato assinado pela Motown⁵, os Jackson 5 se tornaram referência no movimento Black Music e sinônimo de sucesso graças aos milhões de discos vendidos, aos inúmeros produtos licenciados e até mesmo a criação de um desenho animado, Jackson Five, exibido pela Rede ABC de 1971 a 1973.

Em 1971 Michael Jackson se lança em carreira solo iniciando uma verdadeira revolução na música pop mundial. Após o lançamento de *On the Wall*, seu primeiro trabalho de estúdio dá sequência aos recordes de vendas ao redor do mundo, contratos publicitários milionários são assinados pelo cantor e suas canções permanecem por semanas no topo das paradas de sucessos.

⁴ Documentário que registrou os bastidores dos ensaios da turnê de mesmo nome e que marcaria o retorno do cantor aos palcos depois de uma década de ausência

⁵ Gravadora norte-americana com casting formado por artistas negros de renome como Marvin Gaye, Stevie Wonder e Diana Ross



Artista performático, suas coreografias são copiadas por todos, seus videoclipes, verdadeiras superproduções dirigidas por cineastas de Hollywood fazem história e se tornam carros chefes na divulgação de suas músicas, além de difundir na música pop uma nova linguagem e estética. O desenho Jackson 5ive, sucesso absoluto no mundo inteiro no início da década de 70, seria reexibido na TV brasileira em 1985⁶, auge da carreira solo de Michael Jackson.

Junto com a carreira bem sucedida e cheia de recordes nunca superados por nenhum outro artista vieram à tona graças à especulação e ação da imprensa, em especial a televisiva, os escândalos familiares, a mudança radical na aparência do astro, as manias bizarras de Michael e as acusações de abuso sexual. A carreira em baixa levou Michael a se afastar dos palcos por dez anos. A notícia da turnê “This is it”, que marcaria seu retorno ao show bizz, foi divulgada maciçamente pela mídia, principalmente pela televisiva e recebida com euforia e histeria por fãs no mundo inteiro.

Após a morte de Michael, a ação sensacionalista da mídia televisiva se concentra nos programas sobre a trajetória do Rei do Pop e nos produtos da Indústria Cultural, devolvendo a Michael, que estava à beira do ostracismo e que antes era mais lembrado pelas suas esquisitices, o status de ícone maior da música Pop.

O que causou a morte de Michael Jackson, a responsabilização do médico que tratava do astro e sua dependência em analgésicos, a herança deixada pelo ídolo, a disputa familiar pela guarda dos filhos, a data e o local do funeral. Estas pautas dominaram os noticiários televisivos mundiais e no Brasil em particular teve ampla veiculação nos telejornais, principalmente nos exibidos pela Rede Globo de Televisão.

Em paralelo a discussão sobre os efeitos, a atuação da mídia televisiva e o sensacionalismo nos telejornais globais em torno da morte de Michael Jackson, este artigo procura também entender ação da Indústria Cultural através dos subprodutos lançados após sua morte: relançamentos de CD's, DVD's, filmes e em especial o documentário “This is it”.

⁶ Exibido diariamente na extinta TV Manchete.

A MORTE COMO NOTÍCIA

Segundo BARBOSA (2004) a morte, de maneira bem generalizada sempre teve seu espaço nos jornalísticos, principalmente nos veículos televisivos. Dependendo de quem morreu, se a notícia causa comoção e se é capaz de mobilizar a opinião pública, a morte como produto da notícia pode garantir desdobramentos; o que resulta em altos índices de audiência. Isso se reflete na notícia sobre a morte de um simples cidadão vítima de morte violenta e trágica.

Mortes trágicas e violentas são capazes de aguçar a curiosidade alheia por causa do seu poder de sensibilizar a sociedade na cobrança de providências do Estado. A mídia televisiva, objeto de análise deste trabalho, cumpre cabalmente seu papel nesse processo até o esgotamento e desaparecimento desta notícia ou até que surja um novo fato de maior repercussão.

Embora cause comoção, mobilize a sociedade e a opinião pública, o cenário é diferente quando o morto é alguém célebre como chefes de estado, príncipes, reis, estrelas do esporte e do showbizz. Vivos, essas personalidades com ideais inimitáveis e modelos imitáveis habitam o imaginário público, mas são humanos como outros quaisquer na existência privada, o que provoca a curiosidade e a ação devastadora da mídia.

A hipótese de que a ação da mídia televisiva sensacionalista nos casos de morte destas personalidades também faz a transição dessas personalidades para o Olimpo, transformando os antes simples mortais em agora semideuses é viável; em específico no caso de Michael que graças à mídia reencontra o status de artista nunca superado no que diz respeito a sua carreira.

Há também a hipóteses da ação da Indústria Cultural, que sempre movida pela exploração, pelo lucro e graças ao apelo midiático lança subprodutos. Nos dias seguintes ao falecimento de Michael Jackson desapareceram das prateleiras milhares de produtos e outros tantos milhares foram despejados no mercado.

Outra questão levantada é que o enquadramento da morte de Michael Jackson excluiu e retirou da pauta dos telejornais e do centro das atenções outros assuntos de



grande relevância no Brasil e no mundo e que temporariamente perderam importância graças à comoção gerada pela morte do astro.

A TV COMO PRINCIPAL VEÍCULO DE INFORMAÇÃO

Apesar do crescimento das mídias digitais, a convergência das mídias convencionais no ciberespaço e a crescente migração de audiência para a internet, a televisão é veículo de comunicação que ainda agrega a maior audiência. No Brasil, onde chegou em 1950, a televisão até os dias atuais é o meio de comunicação com maior penetração em grande parte nos lares brasileiros.

É o principal veículo de massa, de indiscutível importância na cultura popular e com poder de alcance inquestionável, além de ser um braço forte da Indústria Cultural. A TV, através de seus atores sociais dita padrões de comportamento e consumo, é parte da construção da identidade política, social e cultural do indivíduo.

É também uma grande formadora de opinião, em alguns casos na base da manipulação e alienação cultural e responsável por levar conteúdo, entretenimento e informação aos telespectadores.

O telejornalismo, um dos produtos mais influentes da TV, através de suas reportagens pauta o cotidiano do telespectador. O sensacionalismo presente na maioria dos jornalísticos na televisão e em programas do gênero é responsável pelos maiores índices de audiência e se sustentam em parte da especulação, violências, tragédias e exploração à exaustão da degradação humana.

A MITIFICAÇÃO

A mídia projetou o pequeno Michael ainda no Jackson Five em celebridade por causa de suas habilidades musicais e jeito inovador de dançar. Por causa de sua freqüente exposição nos veículos de massa, o jeito Jackson Five de ser passou a fazer parte do imaginário da maioria dos meninos negros norte-americanos. Estava presente na atitude, no estilo black power do cabelo, nas roupas e até nas coreografias dos irmãos Jackson.

Os meninos de Indiana, antes do estrelato simples mortais e agora parte do Olimpo, são transformados em mitos pela ação ostensiva da mídia. Eles se tornam referências, modelo de cultura e semideuses graças ao papel que encarnaram.

MORIN (2000) explica que na Grécia Antiga, o Olimpo era o templo e a morada dos mitos e semideuses, dotados de natureza humanas e sagradas. Na visão de Morin, na modernidade a mídia através dos jornais, revistas, cinema e TV são o verdadeiro Olimpo.

As estrelas de cinema, da música e da TV, os astros do esporte, reis, príncipes, magnatas e os campeões são os olímpianos modernos. A informação transforma esses olímpianos em verdadeiras vedetes da atualidade, o que faz do Olimpo o produto da cultura de massa já que transforma estes simples mortais em divindades.

Por causa da exposição nos meios de comunicação de massa e ação da imprensa a vida deles começa a participar da vida cotidiana dos simples mortais. Eles são magnetizados no real e no imaginário, tem ideais inimitáveis e modelos imitáveis. (MORIN, 2000, pág. 106)

Em diversos estágios de sua carreira solo Michael continuou encarnando papéis diferentes no público e no privado. Artisticamente era sobre-humano, inatingível, insuperável nos seus feitos. No privado era humano.

Os meios de comunicação de massa ao mesmo tempo em que investiram na carreira de Michael e o projetaram como mito mergulhavam em sua vida privada para extrair o máximo de sua identificação humana e intimidade através da perseguição de fotógrafos e jornalistas.



O ESPETÁCULO

O espetáculo também esteve presente na carreira de Michael, que propositalmente o utilizou como estratégia de divulgação de seus discos. Prova disso é a revolução que *Thriller*, o disco com maior vendagem na história fonográfica, provocou no cenário musical graças ao seu clipe, considerado na época inovador.

O videoclipe até então considerado obsoleto, a partir da década de 80 passa a ser considerado prioridade pelas gravadoras como estratégia de divulgação de seus discos. Desponta no mercado a MTV⁷, canal musical que chegou a exibir com exclusividade os maiores clipes da carreira de Michael Jackson, rendendo altos índices de audiência para o canal e expressiva vendagem dos discos do Rei do Pop.

A cultura da mídia promove espetáculos cada vez mais sofisticados para conquistas da audiência e aumenta o poder e o lucro da Indústria Cultural. A música popular é influenciada pelo espetáculo, o que impulsiona a sua produção e distribuição em larga escala. (KELLNER, 2003, pág. 119)

DEBORD (1967) numa crítica ao capitalismo define o espetáculo como uma sociedade de consumo organizada em torno da produção e do consumo de imagens, mercadorias e produtos.

A cada novo lançamento de Michael Jackson a lógica do espetáculo se manteve na tentativa de mobilização, domínio dos meios de comunicação de massa, incentivo ao consumo e por consequência geração de lucros.

A mudança radical no visual de Michael Jackson, os traumas de infância e o seu envolvimento em escândalos sexuais são pontos contraditórios de sua carreira, mas nunca deixaram de ser explorados pela mídia. Os pontos mais obscuros da carreira de Michael Jackson foram expostos em noticiários à exaustão até o surgimento de novos fatos bombásticos.

Segundo KELLNER (2003), os megaespetáculos são aqueles fenômenos que dramatizam controvérsias e embates assim como a resolução de conflitos. Incluem

⁷ A MTV é um canal de televisão a cabo norte-americano sediado em Nova Iorque. Com uma programação originalmente dedicada totalmente a videoclipes de diferentes gêneros musicais, conduzidos por apresentadores conhecidos como VJs (*video jockeys*), a emissora gradualmente reduziu a quantidade de música transmitida, e passou a produzir uma variedade de *reality shows* e programas de televisão relacionados à cultura pop, que têm como alvo o público formado por adolescentes e jovens.



coberturas exageradas de eventos esportivos, políticos e outros acontecimentos. A própria produção de notícias também está sujeita a lógica do espetáculo, em uma época de sensacionalismo, tabloidização, escândalos e contestações políticas.

O anúncio da morte de Michael Jackson mobilizou a imprensa no mundo inteiro e desviou durante dias a atenção do público para as especulações sobre prováveis causas de sua morte, onde seu corpo seria sepultado, quem ficaria com a guarda de seus filhos.

A edição de 25/06/2010 do Jornal Nacional⁸, telejornal líder de audiência que apresenta as notícias nacionais e internacionais mais importantes do dia, dedicou maior parte do seu tempo à cobertura da morte de Michael.

Neste mesmo dia, representantes da oposição ao governo brasileiro no Senado faziam pressão pela renúncia do senador José Sarney (PMDB-AP), denunciado por envolvimento em corrupção no Senado. Este caso também teve pouco destaque nessa edição porque os olhos do telespectador estavam voltados para a notícia da morte de Michael Jackson.

Ainda de acordo com o autor, a vida política-social também é moldada para o espetáculo. Os conflitos sociais e políticos são crescentemente afastados das telas, que mostram assassinatos surpreendentes, ataques terroristas, escândalos sexuais de celebridades e políticos e a violência explosiva do cotidiano.

Para melhor compreender o enquadramento dado à morte de Michael Jackson no JN e demais jornais de cobertura nacional na TV GLOBO, além da edição especial do Globo Repórter⁹ no dia seguinte é preciso entender todos os mecanismos da Agenda Setting. A compreensão que as pessoas têm da realidade em parte são construídas pela mídia, ou seja, os meios de comunicação estabelecem que tipo de informação e como esta informação deve chegar ao público.

⁸ *Telejornal mais antigo da TV brasileira e de maior audiência*, produzido e exibido pela Rede Globo. Estreou em 1 de setembro de 1969 sob o comando de Hilton Gomes e Cid Moreira. Atualmente é apresentado por Fátima Bernardes e William Bonner.

⁹ Programa jornalístico semanal brasileiro, produzido e exibido pela Rede Globo, que vai ao ar nas noites de sexta-feira a partir das 22h00. Estreou em 3 de abril de 1973.



O JORNALISMO E O AGENDAMENTO DAS NOTÍCIAS

O agendamento de informação é feito por profissionais de notícias denominados gatekeepers (porteiros em português) cuja função é barrar determinadas informações e disseminar outras indiscriminadamente.

Historicamente, os interesses políticos e econômicos sempre pautaram as editoriais dos grandes veículos de comunicação. Estes fatores direcionam o olhar do telespectador para as notícias que devem ter a sua atenção ou ser totalmente negligenciado pelo grande público dizendo às pessoas não "o que pensar", mas "em que pensar".

ARBEX (2001) argumenta que “fatos” e ‘notícias’ não existem por si só, como entidades ‘naturais’. Ao contrário, são assim designados por alguém (por exemplo, por um editor), por motivos (culturais, sociais, econômicos, políticos) que nem sempre são óbvios. Mas essa operação fica oculta sob o manto mistificador da suposta ‘objetividade jornalística’.

Para DEBORD:

As experiências cotidianas são pautadas pelo espetáculo, que pode ser um instrumento para a pacificação e despolitização. Graças à alienação dos espetáculos, o telespectador submisso e passivo se afasta da vida produtiva, se distraíndo das tarefas mais urgentes da vida real. (DEBORD, 1967, pág. 44)

O período de ostracismo, os escândalos e, sobretudo a morte de Michael Jackson e seus desdobramentos renderam e ainda rendem muitas pautas a imprensa sensacionalista, especificamente a televisiva.

Historicamente sustentado pela especulação, notícias de forte apelo emocional e exagero, o telejornalismo sensacionalista explora imagens de grande impacto para assegurar a audiência.

Ainda segundo ARBEX (2001), a mídia cria diariamente a sua própria narrativa e a apresenta aos telespectadores ou aos leitores como se essa narrativa fosse a própria história do mundo. Os telespectadores, embalados pelo “estado hipnótico” diante da tela de televisão, acreditam que aquilo que vêem é o mundo em estado “natural”, é “o próprio mundo”



EDIÇÃO ESPECIAL DO GLOBO REPÓRTER: WHO'S BAD?

A edição especial do Globo Repórter de 26/06/2010, dia seguinte à morte de Michael Jackson, passou a limpo a vida do astro numa tentativa de humanizar a sua figura e gerar ainda mais comoção em torno de sua morte.

Com depoimento de pessoas próximas ao astro, inclusive de alguns brasileiros, a tônica do programa era expor a fragilidade de Michael, suas virtudes. A jornalista Glória Maria, única repórter brasileira a conseguir falar com o Rei do Pop com exclusividade na última vez em que ele esteve no Brasil revelou que Michael aparentava fazer parte de um mundo que era só dele.

O programa destacou também a sua luta e em defesa de causas humanitárias em países pobres, a sua visita ao jovem que foi atropelado por sua comitiva durante sua estada em São Paulo com turnê Dangerous. O programa também lembrou sua passagem pelo Morro Dona Marta¹⁰ e Pelourinho¹¹ para a gravação do polemico clipe *They don't care about us*, dirigido por Spike Lee¹². Com a exibição deste programa, o Globo Repórter alcançou sua maior audiência desde 2006.

Trazendo a pauta do programa para o campo teórico e contextualizando com a análise de Edgar Morin, o olimpismo nasce dos papéis encarnados ou dos trabalhos heróicos. A cultura de massa através dos veículos de comunicação produz seus heróis e semideuses que se comunicam com a humanidade corrente através de sua dupla natureza humana e divina, são ideais inimitáveis e modelos imitáveis.

¹⁰ Favela situada em Botafogo, bairro da Zona Sul do Rio de Janeiro; teve seu cotidiano marcado pela violência e domínio do tráfico de drogas retratados em livros e documentários.

¹¹ Bairro soteropolitano localizado no Centro Histórico. Possui um conjunto arquitetônico colonial (barroco português) preservado e tombado como Patrimônio Histórico da UNESCO.

¹² Cineasta, escritor, produtor e ator norte-americano. Entre seus filmes se destacam *Malcolm X* (1992) e *Faça a coisa certa* (1989). Também é um reconhecido documentarista e ensina cinema na Universidade de Nova Iorque. É considerado pela mídia especializada como um diretor polêmico.



A MORTE DO REI DO POP À SERVIÇO DO CONSUMO

O mercado, estimulado pelo capitalismo se apropria do evento da morte de Michael Jackson para lançar uma série de produtos visando estimular o consumo e o lucro com a comoção.

O próprio especial do Globo Repórter é um desses produtos. Em 2008, a edição histórica de 25 anos de Thriller encalhado nas lojas começou a desaparecer dos estoques dias após o falecimento de Michael, inúmeras biografias não autorizadas e outros CD's foram relançados, DVD's dos shows se esgotaram e Moonwalker, filme estrelado por Michael em 1988 foi relançado em seguida.

Porém, dois produtos eram aguardadíssimos: o sorteio de ingressos para o funeral do cantor e o lançamento de "This is it", documentário que registrou os bastidores do show homônimo que marcaria o retorno de Michael aos palcos numa turnê de cinquenta shows.

Podemos analisar a audiência do programa e os demais produtos sob a ótica da Indústria Cultural. Criado pela Escola de Frankfurt, o termo Indústria Cultural surge em substituição a Cultura de Massa, já que segundo seus teóricos, não existe uma cultura genuína e espontânea produzida pelas massas e sim uma cultura imposta.

Influenciados pelo Marxismo, estes pensadores denunciavam a transformação da Cultura em produtos adaptados para consumo da grande massa graças às técnicas de reprodução e processos industriais.

Indústria Cultural é a integração deliberada a partir do alto de seus consumidores. O consumidor não é o rei como a Indústria Cultural gostaria de fazer crer, ele não o sujeito da dessa indústria, mas seu objeto. (ADORNO, 1997, pág. 289)

A discussão a respeito dos Meios de Comunicação de Massa e a Indústria Cultural põe em lados opostos duas correntes de pensadores: Apocalípticos e Integrados, segundo ECO (1979). Na visão Apocalíptica os meios de massa não



promovem a renovação do gosto, mas se guiam pelo o que é de fácil difusão e assimilação, se baseia pela lei da oferta e da procura; uma prática capitalista.

De acordo com a visão integrada os meios de comunicação de massa colocam os bens culturais a disposição de todos, o que proporciona ao individuo a recepção de informações além de inseri-lo no contexto cultural.

Tal como aconteceu com Marylin Monroe¹³ e Elvis Presley¹⁴, que se tornaram modelo de comportamentos e símbolos de uma geração que influenciaram pessoas mundo afora, o rei do pop se transforma numa marca valiosa e garantia de vendas de inúmeros produtos. Michael Jackson após sua morte se tornou uma marca capaz de movimentar bilhões de dólares e garantia de altos índices de audiência graças à comoção gerada e o apelo midiático.

A prova disso é o desaparecimento de produtos das prateleiras e o lançamento de outros, a exemplo de inúmeras biografias não autorizadas, leilão de pertences do ídolo como as luvas brancas com brilhantes usados por ele durante a turnê de Thriller. Especialistas acreditam que a tendência natural é que novos recordes sejam batidos nos próximos anos e que Michael Jackson se torne muito mais valioso morto do que vivo reforçando a idéia de que o ídolo morreu, mas o mito, graças a Indústria Cultural e a ação dos veículos de massa, está mais vivo do que nunca.

¹³ É uma das mais famosas estrelas de cinema de todos os tempos, um símbolo de sensualidade e um ícone de popularidade no século XX. Nasceu em 1º de Junho de 1926 e morreu em 5 de Agosto de 1962.

¹⁴ Cantor e ator americano conhecido mundialmente como o Rei do Rock. Nasceu em 08 de Janeiro de 1935 e morreu em 17 de Agosto de 1977



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise da repercussão da notícia sobre a morte de Michael Jackson nos telejornais e em especial na edição do Globo Repórter de 25/06/2009 podemos destacar pontos importantes a serem mencionados. Mostrar o lado mais frágil e humano de Michael Jackson através de depoimentos de familiares, amigos e colaboradores próximos ao astro só aumentam a comoção gerada com a sua morte.

Percebemos que graças à ação da mídia e veiculação da notícia de sua morte, o cantor é reconduzido ao status de ícone da música pop e seus feitos nunca superados por nenhum outro artista são explorados aos extremos. Os escândalos protagonizados pelo cantor não passaram despercebidos, mas foram explorados em proporções bem menores.

Para os veículos de comunicação pouco interessava se Michael era inocente ou culpado; a premissa dos programas era levar ao conhecimento dos telespectadores histórias que o público pouco conhecia a respeito do astro.

Posteriormente, os esforços da mídia sensacionalista e dos meios de comunicação de massa se concentraram em revelar detalhes sobre a causa de sua morte. A saúde debilitada do cantor e sua dependência em analgésicos, algo muito comum a astros e estrelas do showbiz, também foram, amplamente abordados.

Na sequência destas pautas outros temas foram levantados e debatidos como o excesso de cirurgias plásticas do astro, causadoras da mudança radical no seu visual, o uso indiscriminado de medicamentos e a responsabilidade dos médicos, já que o médico particular do astro passou a ser considerado o provável responsável pela morte de Michael Jackson.

No campo comportamental, tiveram espaço nos programas televisivos os traumas vividos por Michael na infância devido à rigidez de sua criação e os constantes conflitos com seu pai Joe Jackson, as exaustivas horas de ensaio e a agenda repleta de compromissos, o que o impedia de ser uma criança como outra qualquer. Anos antes o próprio Michael, ao construir a sua Neverland¹⁵, reconhecera a infância perdida por

causa da carreira no Jackson Five em depoimento no documentário “Living with Michael Jackson¹⁶” em várias entrevistas concedidas, justificando assim a sua fixação por crianças, parques de diversões e zoológicos.

É importante lembrar que não é novidade o fato de que junto com a mobilização destes veículos, inúmeros produtos foram lançados no mercado com o propósito de perpetuar a imagem do Rei do Pop no imaginário do público, seguindo uma lógica semelhante à morte de Elvis Presley. Até hoje, a mansão de Graceland¹⁷, onde o Rei do Rock morou até falecer em 1977, é visitada por fãs do mundo inteiro. O mesmo já começa acontecer em Neverland, que recebe diariamente uma romaria de fãs desde a morte de Michael Jackson.

Concluimos este estudo afirmando que os veículos de comunicação continuam pautando o cotidiano das pessoas através de suas editorias. Esta ação ao mesmo tempo em que mobiliza e monopoliza a atenção dos telespectadores, determina o que tem relevância e o que não tem na vida das pessoas, orientando o seu pensamento e desviando o foco de informações.

É importante ressaltar também que os assuntos, os seus desdobramentos abordados pela mídia sensacionalista são tratados até o seu esgotamento ou surgimento de outro fato que gerem repercussão maior. A notícia da morte de Michael Jackson cumpriu cabalmente este ritual.

¹⁵ O rancho *Neverland* (em português, Terra do Nunca) é o nome dado ao rancho que pertencia ao cantor Michael Jackson. Localiza-se no Condado de Santa Bárbara, na Califórnia, Estados Unidos. Em maio de 1988, Michael Jackson se mudou da residência da família Jackson, para o rancho recém-adquirido. A propriedade, de 2.7 mil acres, foi batizada de *Neverland* - uma referência ao livro *Peter Pan* (1906), de J. M. Barrie. O astro morou sozinho no rancho por 17 anos em busca de privacidade. Não funcionou. Pelo contrário, o isolamento só fez com que aumentasse o interesse do público e, conseqüentemente, da imprensa sobre a vida dele.

¹⁶ *Living with Michael Jackson* é um documentário produzido pela emissora britânica Granada Television, no qual o jornalista Martin Bashir entrevistou Michael Jackson. O documentário causou repercussão na mídia, graças às declarações do cantor durante as entrevistas concedidas ao jornalista. Foi exibido no Brasil em 2003.

¹⁷ Localizada na cidade de Memphis, estado do Tennessee, foi a residência oficial de Elvis Presley de 1957 até 1977. Logo em seguida se tornou alvo da visita de milhões de pessoas de todo o mundo, se tornando quase como um santuário em homenagem ao cantor. É visitada com bastante frequência por celebridades do mundo da música, cinema e televisão, principalmente dos EUA.



REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA:

KELLNER, Douglas. “**Cultura da Mídia e Triunfo do Espetáculo**”. In: MORATES, Denis (org). Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro, Ed. Mauad, 2006.

ADORNO, Theodor W. “**A Indústria Cultural**”. In: COHN, Gabriel (org.), Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo, Ed. Nacional, 1997.

ECO, Umberto. “**Apocalípticos e Integrados**”. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1979.

MORIN, Edgar. “**Os Olímpianos**”. In: **Cultura de Massas no Século XXI – Vol. 1 – Neurose**. Ed. Forense Universitária, 2000.

ARBÉX, José Júnior. “**Shownarlismo: a notícia como espetáculo**”. São Paulo, Ed. Casa Amarela, 2001.

BARBOSA, Marialva. A morte imaginada. In:”**GT Comunicação e Sociabilidade na XIII Compós**”. UMESP: São Paulo, 2004.

DEBORD, Guy. **Society of the Spetacle**. Detroit: Black and Red, 1967.