



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**“ESCÂNDALO ÍNTIMO”: A INFLUÊNCIA DA IMAGEM NA
REPERCUSSÃO DOS CASOS DE TRAIÇÃO DE LUÍSA
SONZA E IZA**

DANIELA ARAUJO LOPES

Rio de Janeiro

2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**“ESCÂNDALO ÍNTIMO”: A INFLUÊNCIA DA IMAGEM NA
REPERCUSSÃO DOS CASOS DE TRAIÇÃO DE LUÍSA
SONZA E IZA**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Bacharel em Jornalismo.

DANIELA ARAUJO LOPES

Orientador(a): Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Coorientador(a): Prof. Ma. Júlia Amin

Rio de Janeiro

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

A474f	Sobrenome, Nome
	Título -- Rio de Janeiro, 2024.
	78 f.
	Orientador(a):
	Coorientador(a):
	Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
	Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola
	de Comunicação, Bacharel em Jornalismo, 2024.
	1. Palavra-chave. 2. Palavra-chave. 3.
	Palavra-chave. 4. Palavra-chave. 5. Palavra-
	chave. I. Sobrenome, Nome, orient. II. Sobrenome,
	nome, coorient. III. Título.


Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO


TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia o trabalho **Escândalo Íntimo: A influência da imagem na repercussão dos casos de traição de Luísa Sonza e Iza**, elaborado por **Daniela Araujo Lopes**.


Aprovado por

Documento assinado digitalmente
 **EDUARDO REFKALEFSKY**
Data: 12/02/2025 13:27:34-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>


Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Documento assinado digitalmente
 **JULIA AMIN VIEIRA ABI JAUDI**
Data: 13/02/2025 12:50:11-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Ma. Júlia Amin

Documento assinado digitalmente
 **MARIANNA FERREIRA JORGE**
Data: 11/02/2025 01:27:40-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dra. Marianna Jorge

Documento assinado digitalmente
 **PAULO ROBERTO PAULINO JUNIOR**
Data: 12/02/2025 09:37:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Paulo Paulino

Grau: 9,0

Rio de Janeiro, no dia 13/12/2024

Rio de Janeiro

2024

LOPES, Daniela Araujo. **'Escândalo Íntimo': A influência da imagem na repercussão dos casos de traição de Luísa Sonza e IZA'**. Orientador(a): Eduardo Refkalefsky. Coorientador(a): Júlia Amin. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2024.

RESUMO

Este trabalho analisa a influência da gestão de imagem na repercussão midiática dos casos de traição das cantoras Luísa Sonza e Iza, destacando como a construção da imagem pública de cada uma contribuiu para a distinta reação do público e da imprensa. Com a popularização das redes sociais, a vida íntima passou a ser mais exposta e consumida, intensificando a espetacularização do privado. Este estudo observa como essas plataformas transformaram a gestão de imagem, pautando a imprensa tradicional, moldando a percepção pública e aumentando a exposição pessoal. Foram examinadas matérias de grandes veículos da imprensa brasileira e utilizados embasamentos teóricos sobre espetacularização, intimidade e imagem na era digital para compreender o impacto dessas construções na recepção midiática de suas experiências pessoais. A análise comparativa entre Luísa e Iza mostra como suas imagens resultaram em julgamentos diferentes sobre suas vidas pessoais na mídia.

Palavras-chave: traição; mídia; Luísa Sonza; Iza

SUMÁRIO

1. Introdução	1
2. Espetacularização e Controle da Intimidade na Sociedade Contemporânea	5
2.1. Sociedade do Espetáculo	5
2.2. Vida íntima	8
2.3. A imagem na era digital	11
3. As Imagens de Luísa Sonza e Iza no Cenário Midiático	17
3.1. Luísa Sonza: Vida, carreira e imagem pública	17
3.2. Trajetória e imagem de Iza	24
3.3. Os casos de traição e as reações do público	29
4. Análise comparativa: Luísa Sonza X Iza	37
4.1. Repercussão dos casos na imprensa tradicional	37
4.2. Impacto na imagem das cantoras	57
4.3. Impacto na imagem dos homens envolvidos	59
5. Considerações finais	62
6. Referências bibliográficas	64

1 Introdução

A construção de imagem desempenha um papel essencial na comunicação, particularmente no que diz respeito a figuras públicas como artistas e celebridades, cujas vidas estão sob constante monitoramento. Em um cenário onde a exposição pública é quase inevitável, a gestão da imagem torna-se indispensável, especialmente em momentos de crise.

As redes sociais, por seu caráter instantâneo e global, como abordado por Manuel Castells em “A Sociedade em Rede” (1996), intensificam esse processo, transformando eventos pessoais em assuntos públicos extensivamente discutidos e compartilhados. Essas plataformas são canais pelos quais as crises se espalham rapidamente, sendo amplificadas pela interação das audiências e pela dinâmica própria de cada rede, como o compartilhamento de posts, a criação de memes e a viralização de conteúdos. Nesse contexto, a manutenção e a recuperação da imagem pública de uma figura conhecida exigem estratégias sofisticadas, capazes de abordar as complexidades de um ambiente digital onde as informações circulam de maneira descentralizada.

Este trabalho examinará, de maneira comparativa, a influência da imagem na recepção dos casos de traição envolvendo duas cantoras renomadas do cenário musical brasileiro, Luísa Sonza e Iza. Ambas passaram por episódios de traição, com suas experiências pessoais expostas de forma intensa nas redes sociais, gerando respostas diversas do público e da mídia tradicional. A escolha deste tema é relevante não apenas para a comunicação e a assessoria de imprensa, mas também para os estudos de mídia e para o entendimento das dinâmicas que envolvem a opinião pública e o comportamento das audiências digitais, cada vez mais engajadas e vocalizadas sobre os acontecimentos da vida privada de figuras públicas.

Em 2023, Luísa Sonza foi protagonista de um episódio muito discutido na mídia, ao revelar, durante uma entrevista televisiva, que havia sido traída pelo então namorado. O programa, que tinha como propósito a divulgação de seu novo álbum, acabou ganhando outra direção com o anúncio inesperado pelo público, gerando repercussão imediata nas redes sociais e na imprensa. O caso se transformou em uma oportunidade para o público discutir não somente temas como lealdade, confiança e relacionamentos, mas também questões pessoais da vida da cantora, transcendendo o objetivo promocional e se tornando um fenômeno midiático.

No ano seguinte, em 2024, a cantora Iza também se viu envolvida em uma situação semelhante, quando anunciou o fim de seu relacionamento por meio de um vídeo em suas próprias redes sociais, revelando ter sido traída. A resposta do público foi massiva, com milhões de visualizações e reações, demonstrando o poder de alcance e de mobilização das plataformas digitais. Ambos os casos exemplificam como as vidas privadas se transformaram em conteúdo de consumo público, um fenômeno que, como analisa Paula Sibilia (2016), converte a intimidade em espetáculo, amplificado pelas dinâmicas das redes sociais. Isso evidenciou a maneira como a imagem de figuras públicas e as redes sociais moldam a percepção do público e a cobertura midiática.

Este trabalho busca entender como as diferentes construções de imagem de Luísa Sonza e Iza influenciaram as respostas às suas crises pessoais, considerando que, apesar de serem ambas figuras de destaque e altamente midiáticas, as reações do público não foram idênticas. A hipótese levantada é a de que, apesar do apelo popular de ambas, as reações foram, em parte, condicionadas pela imagem que cada cantora cultivou ao longo de suas carreiras. Segundo Pimenta (2015), a imagem pode ser entendida como “representações que fazemos da realidade, com base em nosso repertório de experiências e nossa história de vida”. Essa análise permitirá observar como as percepções do público sobre essas imagens, amplificadas por narrativas nas redes sociais e reforçadas pelas associações atribuídas às figuras públicas, orienta os julgamentos e as reações aos eventos polêmicos na vida de figuras públicas nas plataformas digitais e, especialmente, na cobertura dos casos na imprensa tradicional.

A estrutura deste estudo é dividida em três capítulos principais. O primeiro capítulo realiza uma revisão teórica sobre a espetacularização da vida íntima e o controle na sociedade contemporânea, baseando-se nas perspectivas de Guy Debord (1967), Gilles Deleuze (1990) e Paula Sibilia (2016). Será explorada a transição de uma sociedade disciplinar, pautada por normas e instituições que regulam diretamente os corpos e comportamentos, para uma sociedade de controle, onde o capitalismo se torna mais sutil, porém mais intrusivo, operando por meio de mecanismos dispersos e integrados à vida cotidiana.

Nesse contexto, destaca-se o predomínio do espetáculo, momento em que a vida é mediada por representações da realidade em detrimento da própria realidade, conforme apontado por Guy Debord (1967). Isso se intensifica com a popularização das redes sociais, que não apenas estimulam a autoexposição dos indivíduos, mas também ampliam a vigilância sobre essa exposição, fenômenos abordados por Paula Sibilia (2016), Pablo Estebán Rodriguez

(2015) e Fernanda Bruno (2009). O avanço das plataformas digitais também reconfigurou o gerenciamento da imagem e as interações entre emissor e receptor de informações. Para compreender essas mudanças, serão discutidas a lógica do tempo real, abordada por Mário Rosa (2007), a diluição das barreiras entre quem produz e quem consome conteúdo, destacada por Henry Jenkins (2006), e a globalidade das comunicações, analisada por Manuel Castells (1996).

Além disso, o capítulo aborda as alterações no relacionamento com a mídia e na gestão da imagem pública ao longo do tempo, fundamentando-se em autores como Margarida Kunsch (2003) e Paul Argenti (2015). Será explorada a evolução da dinâmica tradicional, em que veículos de comunicação desempenhavam um papel central na produção de notícias, para um modelo mais descentralizado e interativo nas redes sociais, no qual a teoria do Agenda-Setting é contrastada com o conceito de Gatewatching. O papel das redes sociais será analisado como uma força que pauta notícias na mídia tradicional, ao mesmo tempo em que amplifica eventos pessoais e reforça o controle social sobre indivíduos expostos. Por fim, serão discutidas as consequências dessa amplificação para a percepção pública e o comportamento das figuras públicas, evidenciando como a gestão da imagem se tornou um processo complexo e multifacetado, influenciado pelas dinâmicas de controle e pelas novas formas de comunicação digital.

O segundo capítulo se dedicará às biografias e trajetórias de Luísa Sonza e Iza, focando na forma como suas imagens foram construídas ao longo do tempo. Será discutido como elementos de identidade, como gênero, raça, estética, discurso e valores, influenciaram na formação da imagem pública de ambas. Esses elementos, além de refletirem as características individuais de cada cantora, desempenharam um papel crucial na forma como o público e a mídia interpretaram os episódios polêmicos envolvendo ambas. A análise das trajetórias e das imagens que cada uma cultivou permitirá compreender as razões pelas quais o público e a imprensa reagiram de maneiras distintas aos seus casos de traição, ilustrando a importância de uma imagem pública cuidadosamente estruturada para a mediação de julgamentos sociais.

No terceiro capítulo, será realizada uma análise comparativa da cobertura midiática dos casos de traição de Luísa Sonza e Iza, examinando o tratamento dado por 3 diferentes veículos de comunicação brasileiros: Folha de S.Paulo, O Globo e Estadão, que são os jornais com o

maior número de assinantes do país, segundo o Instituto Verificador de Comunicação¹. Com base em matérias e artigos publicados na imprensa, serão identificadas as diferentes narrativas e abordagens adotadas pela mídia ao reportar sobre as cantoras após os anúncios de traição, observando se e como as imagens previamente estabelecidas por cada cantora, construídas a partir de elementos como suas trajetórias artísticas, posicionamentos públicos, estilo pessoal e interações nas redes sociais, influenciaram o tom, o foco e a interpretação das reportagens. Além disso, serão analisados os impactos na imagem das cantoras e dos homens envolvidos nos episódios, buscando entender se o fator de gênero influencia na percepção do público sobre crises.

Assim, o estudo contribuirá para o entendimento das interações entre imagem, mídia e público na era digital, onde a linha entre o privado e o público se torna tênue, e as crises pessoais se transformam em conteúdo de consumo e julgamento coletivo. Ao investigar as reações do público e da mídia tradicional, o trabalho destacará as complexidades envolvidas na gestão de imagem em contextos de alta exposição, proporcionando uma compreensão sobre as dinâmicas entre figuras públicas e as audiências em uma sociedade cada vez mais conectada e participativa.

¹ Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/com-assinatura-barata-jornais-turbinam-digital-em-2023/>. Acesso em: 3 dez. 2024

2 Espetacularização e Controle da Intimidade na Sociedade Contemporânea

Este capítulo aborda a passagem da sociedade disciplinar para a sociedade moderna, onde a imagem se torna um dos pontos centrais das relações sociais, políticas e culturais. A "sociedade do espetáculo" descreve como a realidade é mediada por imagens, levando à alienação e à substituição da realidade pelas aparências. A vida íntima, antes resguardada na esfera privada, é exposta e transformada em mercadoria através da mídia e das redes sociais, borrando as fronteiras entre o público e o privado. Na era digital, as imagens se proliferam de forma massiva e instantânea, criando uma cultura de superficialidade e simulação, onde a autenticidade se perde em favor de identidades visuais projetadas. A constante presença e consumo de imagens, facilitados pela tecnologia, configuram uma nova realidade, onde a imagem domina e redefine a percepção do mundo e da própria identidade. Nesse cenário, a gestão de imagem é vista como uma ferramenta essencial para a construção de uma imagem idealizada, especialmente em um contexto digital, onde a imagem se torna um capital que pode ser explorado e manipulado.

2.1. Sociedade do Espetáculo

O conceito de “sociedade do espetáculo” foi formulado pelo filósofo francês Guy Debord (1967) para descrever uma nova configuração social, política e cultural marcada pela transformação das relações e experiências por representações e aparências. Impulsionada pelos meios de comunicação de massa da época, como jornais, rádio e televisão, e pela lógica do capitalismo avançado, essa sociedade se caracteriza pela interdependência entre o acúmulo de capital e o acúmulo de imagens. Debord (1967) define o espetáculo como o ponto em que a vida cotidiana, as relações sociais e até a individualidade são mediadas e determinadas pela imagem, em detrimento das experiências diretas e autênticas. Mais do que a exibição de imagens, a sociedade do espetáculo transforma os mecanismos de poder e a subjetividade humana, substituindo a interação física por uma realidade superficial, onde o ato de ver se sobrepõe ao de viver.

De acordo com Debord (1967, p. 14), a sociedade do espetáculo “[...] não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. Nesse sentido, a imagem passa a ter um papel central na construção da realidade e da subjetividade humana. Em vez de interagir com a realidade, os indivíduos interagem cada vez mais com representações que a substituem. Dessa forma, o espetáculo reconfigura as dinâmicas de poder

e de subjetivação, em que a intimidade assume uma nova configuração, sendo integrada a um constante ato de vigilância mútua.

A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age parece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de outros que lhes apresenta. (Debord, 1967, p. 30)

Desse modo, na sociedade capitalista, o poder espetacular não está restrito a momentos isolados, mas se dissemina por toda a vida social. Ele combina a produção e o consumo de mercadorias e imagens, configurando uma forma difusa de dominação que permeia a existência cotidiana (Debord, 1967).

Mesmo sem uma previsão das redes sociais como as conhecemos hoje, Debord já anteviu aspectos da contemporaneidade. Atualmente, vive-se em um estado constante de observação da vida alheia, onde o privado é exibido e consumido como espetáculo. As redes sociais tornaram-se plataformas de exibição pessoal, em que momentos íntimos são convertidos em conteúdo público, promovendo uma ilusão de proximidade e autenticidade. Esse processo reflete o conceito da sociedade do espetáculo (1967), no qual as relações sociais são mediadas por imagens que substituem a experiência direta. No entanto, o espetáculo não se limita à mera exposição, ele está conectado com os interesses econômicos que alimentam esse ciclo de produção de imagens e consumo, transformando a privacidade em um bem de mercado. Nessa lógica, como outrora era compreendido, o parecer sobrepõe-se ao ser, criando uma desconexão entre a realidade e sua representação. A alienação surge como consequência desse processo, uma vez que os indivíduos passam a se identificar mais com as imagens que projetam — e consomem — do que com suas vivências.

O conceito de Debord dialoga com a noção de controle que viria a ser explorada por Gilles Deleuze.

Em seu ensaio *Post-scriptum sobre as Sociedades de Controle* (1990), Deleuze aponta que, com o avanço das tecnologias digitais e da sociedade de consumo, a sociedade disciplinar, descrita por Michel Foucault (1977), sofreu uma transição para uma “sociedade de controle” (1990). Enquanto a sociedade disciplinar se organiza em torno de instituições rígidas, como prisões, fábricas e escolas, e delimita o espaço e o tempo de acordo com regras normativas, a sociedade de controle opera de maneira difusa, por meio de redes e fluxos de informação que monitoram e influenciam os comportamentos de forma constante e mais sutil, sem depender de barreiras físicas.

O modelo panóptico abre caminho para a sociedade de controle, na qual o mútuo monitoramento ganha destaque em relação à disciplina. Essa lógica, que individualiza o consumidor e transforma a observação em permanente, torna-se a base para a vigilância descentralizada característica das redes de informação. Nesse contexto, a dinâmica do confinamento amplia-se a uma modulação, em que os indivíduos são governados por mecanismos de controle que não se restringem mais às instituições tradicionais. Essa dinâmica reflete uma nova subjetividade, em um cenário no qual o controle se apresenta como uma força quase imperceptível, mas onipresente.

Na passagem da sociedade disciplinar para a sociedade de controle, Deleuze descreve uma mudança no capitalismo. Ele afirma que "as conquistas de mercado se fazem por tomada de controle e não mais por formação de disciplina" (Deleuze, 1990, p. 3), sugerindo que o controle, antes exercido por instituições que disciplinavam o corpo e a mente dos indivíduos, desloca-se para formas mais sutis de influência. Esse novo modelo de controle não se impõe por regras explícitas ou punições diretas, mas através de um controle disseminado, que se infiltra nas esferas mais privadas da vida cotidiana.

Ao trazer o pensamento de Deleuze para a contemporaneidade, o controle não se manifesta mais de forma física e explícita, como na sociedade disciplinar, mas por meio da captura de dados e da construção de perfis detalhados. Nesse contexto, a vida privada dos indivíduos se converteu em um produto de consumo, explorado pelas grandes corporações tecnológicas. O compartilhamento de dados pessoais, muitas vezes realizado sem a total compreensão de seus impactos, alimenta um ciclo que consolida a estrutura de controle digital. Informações que vão desde interações cotidianas até preferências mais íntimas são coletadas e analisadas por empresas como Meta e Google. Esse processo não apenas gera lucros diretos, mas também permite a criação de conteúdos que se alinham aos gostos e hábitos dos indivíduos. Ao reforçar uma conexão constante e quase ininterrupta com as plataformas digitais, esse sistema aprofunda a dependência dos indivíduos, enquanto as fronteiras entre o público e o privado se tornam cada vez mais fluidas.

O controle, portanto, se dá por meio da criação de um ambiente que parece espontâneo e personalizado, mas que, é orquestrado para manter o indivíduo engajado e constantemente conectado. Dessa forma, a sociedade de controle se torna ainda mais traiçoeira pois, em vez de ser imposta de fora para dentro, ela é capturada inconscientemente, fazendo com que o próprio indivíduo se torne cúmplice de sua própria captura e subordinação.

Dessa maneira, a economia de consumo é estruturada de modo a tornar o ato de consumir quase inevitável, transformando o consumidor em parte de um ciclo contínuo de

adesão. A liberdade prometida pelo acesso pleno e “democrático” nas redes sociais revela-se, assim, mais como um mecanismo de dependência e conformidade, em que o indivíduo é guiado por escolhas orientadas.

Na sociedade do espetáculo e de controle, as relações sociais se tornam mediadas pela exposição contínua e pela vigilância sutil. A imagem pública e as identidades são cada vez mais fabricadas e performáticas, permitindo que o espetáculo e o controle se reforcem mutuamente. Essa exposição torna-se particularmente evidente e intensifica-se nas redes sociais, onde as celebridades e indivíduos comuns compartilham aspectos de suas vidas, enquanto são monitorados, analisados e avaliados em tempo real. A construção da identidade pública e privada é transformada em espetáculo, reforçando o ciclo de consumo e produção de representações da realidade.

Assim, ao considerar a sociedade do espetáculo como um fenômeno que ganha lugar e relevância em uma sociedade predominantemente de controle, compreende-se que a espetacularização das imagens e das identidades desempenha uma função não apenas cultural, mas também política. Essa espetacularização é parte de uma estrutura de controle mais ampla, que influencia e regula a vida cotidiana, moldando percepções e comportamentos em escala global, sobretudo por meio das redes sociais.

2.2. Vida íntima

Na sociedade contemporânea, caracterizada pela espetacularização e por formas de controle implícitas, a compreensão da vida íntima enfrenta um dilema. Se antes era resguardada e preservada na esfera privada, com a popularização das redes sociais, essa privacidade foi gradativamente substituída por uma exposição constante. A intimidade, que outrora era protegida, tornou-se agora matéria de consumo público.

Em “O Show do Eu: A Intimidade do Espetáculo” (2016), Paula Sibilia realiza uma análise crítica da sociedade contemporânea e examina como a intimidade se transforma em uma performance pública. A autora parte do conceito de “sociedade do espetáculo” de Guy Debord, aprofundando-o ao considerar as mudanças do século XX e XXI, e como essas transformações impactam a percepção da vida privada.

Tanto as paredes como os pudores que costumavam proteger a intimidade em boa parte desses espaços – outrora considerados pessoais – sofreram a infiltração das ubíquas redes, que logo permitiriam a circulação de um fluxo crescente de presenças virtuais e olhares reais. (Sibilia, 2016, p. 21)

Sibilia observa que, na era digital, as subjetividades são moldadas para atender à

necessidade de exibir a própria vida nas redes sociais, com motivações que variam desde a busca por reconhecimento até o desejo de autenticidade. A autora reflete sobre como as tecnologias e as redes sociais transformam o "eu", convertendo-o de algo íntimo para algo exposto, público e frequentemente manipulado. Além disso, ela argumenta que a vida privada, antes protegida, tornou-se um ativo para consumo social, promovido e amplificado pelas redes sociais.

Tanto na internet como fora dela, uma característica da sociedade globalizada do século XXI é que a capacidade de criação costuma ser capturada pelos tentáculos do mercado, que atacam como nunca essas forças vitais e, ao mesmo tempo, não cessam de transformá-las em mercadorias. (Sibilia, 2016, p. 17)

Como aponta Sibilia, essa exposição da intimidade vai além de uma simples busca por reconhecimento, inserindo-se em um processo de controle, no qual o indivíduo é condicionado a exibir suas intimidades como um produto consumido por outros, alimentando uma espiral de visibilidade e validação.

Esse fenômeno se intensifica com a atuação de grandes conglomerados tecnológicos, que controlam plataformas de visibilidade e exploram algoritmos sofisticados para direcionar conteúdos e monitorar interações. Sibilia aprofunda a ideia da “extimidade”, conceito que descreve a fusão entre o íntimo e o exterior, revelando o impulso de tornar públicas as esferas mais íntimas, exibindo-as sob a lógica do espetáculo e do consumo (2015). Assim, o que antes era privado passa a ser compartilhado e visibilizado, ao ponto de se tornar um objeto público de consumo, observação e julgamento.

Vemos como a esfera íntima se converte numa sorte de espetáculo éxtimo. Um teatro, ou mais geralmente uma janela em forma de tela eletrônica, onde cada um tenta se exibir da melhor maneira possível [...] para montar a performance do que se é. Em muitos casos, esse esforço por projetar o show da própria personalidade na maior quantidade de vitrines persegue uma meta que tem se tornado inquestionável [...]: a de se auto-promover conquistando um bom número de “seguidores”, visualizações, comentários, cliques no botão “curtir” e outros sinais de sucesso inspirados na lógica do espetáculo e do mercado” (Sibilia, 2015, p. 137)

Nas redes sociais, a experiência pessoal passa a ser mediada por dados e algoritmos que “filtram” o que deve ser visto, transformando a exposição íntima em um produto mercadológico. Nesse sentido, cada curtida, compartilhamento e interação torna-se um fragmento da identidade do indivíduo que, acumulados, formam uma identidade digital voltada para a geração de lucro. Pablo Estebán Rodríguez, em *Espectáculo do Dividual: Tecnologias do eu e vigilância distribuída nas redes sociais* (2015), aprofunda essa ideia ao tratar da fragmentação do 'eu' em dados que permitem a criação do “dividual”. Diferente do indivíduo,

que possui uma identidade íntegra e única, o individual é composto por múltiplos dados capturados e classificados para consumo e monitoramento.

Esses fragmentos servem à vigilância distribuída (Bruno, 2009, p.1), na qual os próprios usuários se tornam agentes de sua exposição, guiados por algoritmos que alimentam a presença regular e “transparente” de sua vida nas redes e a necessidade de validação e pertencimento. Assim, criam uma contínua vigilância sobre si mesmo.

Trata-se de uma vigilância que tende a se tornar incorporada a diversos dispositivos, serviços e ambientes que usamos cotidianamente, mas que se exerce de modo descentralizado, não hierárquico e com uma diversidade de propósitos, funções e significações nos mais diferentes setores: nas medidas de segurança e circulação de pessoas, informações e bens; nas estratégias de consumo e marketing; nas formas de comunicação, entretenimento e sociabilidade; na prestação de serviços etc. (Bruno, 2009, p. 1)

Nesse contexto, a própria rede e as expectativas de seus membros passam a regular o comportamento dos indivíduos, que ajustam suas ações e imagens conforme os parâmetros de aceitação e visibilidade. Na prática, os mecanismos de controle e o espetáculo se entrelaçam, promovendo a vida íntima como um espetáculo contínuo em que o indivíduo é, ao mesmo tempo, o agente e o objeto de observação.

Dessa forma, as grandes plataformas monetizam a experiência pessoal, promovendo um espetáculo contínuo e lucrativo da vida privada. Esse processo reflete o “espetáculo” de Guy Debord (1967), para quem a exibição da vida e das relações humanas substitui a experiência direta e autêntica. Em um contexto de vigilância distribuída, a imagem e o consumo da imagem se tornam o centro das interações sociais, ofuscando a realidade. Por outro lado, a perspectiva de Deleuze (1990) sobre o “controle” também se aplica de forma contundente.

Em vez de um controle centralizado e físico, como no modelo disciplinar, vive-se em um controle difuso, em que a vigilância acontece por meio da autoexposição. Nas redes sociais, as normas e comportamentos são normatizados, com a cobrança implícita de que os indivíduos compartilhem mais de suas vidas, com o objetivo de se manterem conectados, aceitos e validados socialmente. Esse processo cria um ciclo vicioso, onde a autoexposição é, ao mesmo tempo, um mecanismo de controle social e uma forma de busca por status e reconhecimento.

Para Sibilia (2016), a sociedade atual se caracteriza por uma busca incessante por autenticidade e visibilidade. A autora descreve como, na era digital, as pessoas passam a construir uma “versão pública” de si mesmas, criando um “eu” que é, simultaneamente, autenticado pela exposição e alimentado pela expectativa de aprovação e reconhecimento alheios. Essa construção da identidade digital é influenciada pela necessidade de agradar e obter

validação, o que, para a autora, pode ser entendido como uma forma de mercantilização da vida pessoal (2016).

Sibilia também examina a forma como a exibição da intimidade nas redes sociais mistura realidade e ficção, produzindo novas versões da realidade, mas que são performáticas, transformando-as em espetáculos de si (2016). Este “eu” performático, que se mostra nas redes sociais, exhibe intencionalmente aspectos da vida íntima como forma de gerar uma imagem que pareça autêntica e crível, mas que é cuidadosamente curada e administrada. Nesse processo, cada pose, cada foto, cada postagem são minuciosamente pensados para criar uma narrativa que pareça genuína, mas que, na verdade, segue uma lógica de consumo do cotidiano. Nesse contexto, “as identidades nas redes sociais seriam o produto das operações de subjetivação baseadas na interatividade e na simulação digitais que geram transformações nos si mesmos segundo cânones performativos.” (Rodriguez, 2015, p. 63).

Em “Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível” (2015), Paula Sibilia examina a relação entre o corpo do artista e sua obra no contexto da arte contemporânea, destacando como a mídia e o mercado influenciam essa dinâmica. A partir da década de 1960, com a ascensão da body art e da performance, o corpo do artista passa a ser visto como parte central da sua criação. A arte, transformada em algo amplamente midiático e consumível, resultou em uma espécie de “eclipse autoral”, onde a imagem e a performance do artista se tornam mais importantes do que a obra em si. Nesse contexto, a noção de autenticidade na arte é redefinida, com o artista tornando-se uma figura performática, cuja imagem pública é consumida pelo mercado. A performance, portanto, deixa de ser uma expressão genuína do interior do artista e se torna, muitas vezes, uma estratégia de busca por visibilidade e relevância, ajustada para atender às demandas da mídia e do mercado.

A autenticidade que se apresenta nas plataformas digitais não é, portanto, um reflexo da realidade, mas uma versão idealizada, que segue as normas de um espetáculo social, onde a validação é mediada pela recepção do público e pelo mercado. Assim, especialmente nas redes sociais, a própria existência se transforma em uma performance voltada para o olhar do outro, direcionada pela necessidade de validação e pelo culto à aparência (Sibilia, 2016).

A relação entre essa espetacularização da intimidade e o controle é reforçada pela ideia de que as plataformas incentivam e normatizam o comportamento dos usuários. O “eu visível” que Sibilia descreve em Autenticidade e performance: a construção de si mesmo como personagem visível (2015) é forjado na interseção entre autenticidade e performance, onde o indivíduo atua como um “personagem visível” de sua própria vida, produzindo uma imagem pública cuidadosamente gerida, mas que se propõe natural. Esse fenômeno é evidenciado pelas

práticas de compartilhamento da vida privada por usuários nas plataformas digitais, cuja autenticidade se torna um ativo essencial para a construção de uma relação de confiança com o público. Assim, o público passa a ser um elemento crucial da validação da identidade do sujeito, que é legitimada pelo espetáculo de sua própria intimidade.

Nesta cultura da visibilidade, das aparências e do espetáculo, não há mais motivos para mergulhar naquelas sondagens em busca dos sentidos profundos dentro de si; em seu lugar, tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos do outro e, sobretudo, o cobiçado fato de ser visto. (Sibilia, 2007, p. 101)

Portanto, na sociedade atual, a vida íntima não só é divulgada, mas também é performatizada, sendo cuidadosamente planejada e exibida em plataformas que reforçam normas e expectativas de autenticidade e transparência. Esse processo reflete a fusão entre o espetáculo e o controle: a intimidade é, ao mesmo tempo, produto e ferramenta, estimulando a vigilância distribuída e alimentando a necessidade de visibilidade e pertencimento social.

2.3. A imagem na era digital

Como discutido nos subcapítulos anteriores, os avanços das redes sociais e da tecnologia transformaram a vida privada em um produto de consumo público. Nesse novo cenário, os indivíduos buscam exibir suas melhores características. A popularização das plataformas digitais provocou uma mudança profunda no panorama da comunicação, exigindo que as dinâmicas de interação com a mídia se adaptassem a essa nova realidade.

Como destaca a relações-públicas Margarida Kunsch (2003), no âmbito institucional, as organizações precisam estabelecer relações com a imprensa devido ao seu papel de amplificar e formar opiniões.

Há que se desenvolver atividades especiais junto aos jornalistas, um público multiplicador e líder de opinião, considerado da maior importância para a extensão das informações que se pretende levar à sociedade como um todo. Esse trabalho, que consiste basicamente em estabelecer 'relações com a imprensa', se conhece hoje como 'assessoria de imprensa'. (Kunsch, 2003, p. 124).

Esse contexto, levou a assessoria de imprensa, tradicionalmente voltada para veículos como jornais, revistas, rádio e televisão, a se adaptar a um novo cenário. Antes mais restrita ao campo das Relações Públicas, a assessoria de imprensa passou a envolver mais o trabalho de profissionais com experiência em jornalismo, tendo em vista a necessidade das empresas em dialogar com a mídia.

Considerando que a maior parte do trabalho envolvia lidar com a mídia impressa, muitas empresas contrataram ex-jornalistas para lidar com a tarefa. O ex-jornalista transformado em assessor de imprensa levou para as empresas o primeiro perito especializado na área de comunicação. (Argenti, 2014, p. 58)

Nas décadas anteriores, a mídia tradicional, composta por veículos de comunicação de massa, exercia um papel central na formação de opinião e na difusão de informações, como sugere a teoria do Agenda Setting. Esse conceito, desenvolvido em 1972 pelos professores Maxwell McCombs e Donald L. Shaw no texto *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, propõe que os meios de comunicação tradicionais determinam os temas que estão em pauta nas conversas cotidianas do público e dos consumidores de notícias. Dessa forma, os receptores de notícias costumam dar mais relevância aos assuntos pautados pela mídia tradicional, o que influencia a formação de opinião e a transmissão de informações.

Logo, as assessorias de imprensa das instituições buscavam, por meio de um contato estratégico com os jornalistas, emplacar na imprensa narrativas favoráveis a seus assessorados. De acordo com a teoria do Agenda-Setting, isso permitia influenciar o público a formar uma opinião positiva sobre a empresa, com base nas informações veiculadas pela mídia, o que tornava o controle da narrativa mais gerenciável. Nesse modelo, as organizações mantinham controle sobre as mensagens transmitidas ao público, moldando a percepção desejada.

Neste cenário, os profissionais da área desempenhavam uma de suas principais funções: a gestão de imagem, entendida como um processo estratégico para construir e manter uma percepção pública positiva de uma pessoa, organização ou marca. Paul Argenti (2014, p. 81) define a imagem como “o reflexo da identidade de uma organização. Em outras palavras, é a organização sob o ponto de vista de seus diferentes públicos”. No ambiente corporativo, a imagem está alinhada à identidade e aos valores institucionais, contribuindo diretamente para fortalecer a reputação organizacional.

Historicamente, a construção e a gestão de imagem eram focadas, essencialmente, em empresas e instituições, que buscavam influenciar a percepção pública através da imprensa tradicional. Segundo Argenti (2014, p.58), “A função de Relações Públicas [...] surgiu para atender a uma necessidade. Embora as empresas não tivessem uma estratégia específica para comunicação, muitas vezes tinham de responder a públicos externos, querendo ou não”. Nesse contexto, a comunicação era unidirecional, facilitando o controle das empresas sobre a mensagem transmitida ao público e limitando a resposta deste, o que permitia uma gestão de imagem mais centralizada e menos vulnerável à opinião pública espontânea.

Contudo, com a expansão das plataformas digitais, o cenário mudou, as dinâmicas de gerenciamento e construção de imagem se expandiram e diversificaram, adaptando-se às

características das redes sociais. Antes disso, o sociólogo espanhol Manuel Castells já previa os rumos que a sociedade tomaria com o avanço da internet. No lançamento de seu clássico *A Sociedade em Rede* (1996), o autor descreveu a ascensão da internet e anteviu muitos dos problemas e benefícios que surgiriam dessa transformação. Sua teoria central gira em torno do conceito de "sociedade em rede", um novo paradigma social que emergiu com a revolução da tecnologia da informação. Ele argumenta que essa revolução não só alterou a estrutura social, econômica e política, mas também gerou uma interconexão global de redes. Para Castells, a informação, ao fluir livremente dentro dessa nova estrutura, reconfigura o poder, a cultura e a comunicação (Castells, 1986).

Em uma de suas passagens pelo Brasil, o sociólogo comentou sobre a democratização decorrente da internet. Em entrevista à *Veja*, Castells (2024) afirmou que o estado democrático está diretamente ligado à abertura das instituições para permitir a livre expressão e o protesto dos cidadãos em nível global. Nesse sentido, ele destacou que a internet rompeu o monopólio do poder de comunicação, já que as plataformas de mídia social são de propriedade de empresas.

Portanto, a comunicação passou a ser marcada pela interação constante e pela participação ativa do público, que agora responde, comenta e influencia diretamente a percepção coletiva. Esse novo ambiente trouxe tanto desafios quanto oportunidades, exigindo estratégias flexíveis e personalizadas para acompanhar a velocidade e a dinamicidade das redes sociais. A presença online tornou-se essencial para a reputação organizacional, demandando uma abordagem de gestão de imagem contínua e proativa, focada no engajamento direto com o público. Para isso, a comunicação deve ser ágil e autêntica, respondendo de forma assertiva a críticas e desafios, sem perder de vista uma narrativa coerente e alinhada aos valores da marca.

Uma das transformações impulsionadas pelas redes sociais foi a ascensão da exposição de si mesmo. Retomando o pensamento de Paula Sibilia (2016), o âmbito íntimo se transformou em um espetáculo público, moldado pelos celulares ou outros dispositivos digitais, onde cada indivíduo busca exibir a melhor versão de si. Nesse sentido, a gestão e a construção de imagem, antes voltada ao universo corporativo e institucional, ampliou-se para a esfera individual. Vale destacar que o gerenciamento de imagem se estendeu à gestão das empresas, levando os integrantes da alta direção, especialmente os CEOs, a se tornarem extensões da organização. Como afirma Argenti (2011, p.66), “Em muitos aspectos, os próprios CEOs são uma personificação da marca corporativa. Como tal, seu comportamento e comentários podem facilmente afetar de maneira significativa o desempenho financeiro da empresa”.

Na virada do milênio, diversos escândalos financeiros no mundo corporativo aumentaram a expectativa do público em relação à transparência, à capacidade de resposta e à responsabilidade social das empresas (Argenti, 2011). Essa pressão foi refletida na gerência das organizações, cujos integrantes passaram a ser vistos como representantes dos valores organizacionais. Dessa forma, a gestão de imagem de CEOs e outros porta-vozes tornou-se imprescindível, pois passou a refletir diretamente na reputação e no desempenho das organizações.

Com a passagem de uma gestão de imagem voltada para as organizações para uma gestão de imagem individual, exige-se uma nova compreensão sobre o conceito de imagem. Nas plataformas digitais, a imagem pessoal se tornou um reflexo dinâmico e multifacetado, sendo gerida de forma tanto proativa quanto reativa, devido à velocidade e ao volume das interações. Nesse sentido, Pimenta (2015, p.140) define a imagem como “representações que fazemos da realidade, com base em nosso repertório de experiências e nossa história de vida”. Isso significa que a construção da imagem pessoal não se limita apenas ao desejo de ser percebido de determinada maneira, mas também envolve a forma única como cada indivíduo se interpreta, influenciado por suas vivências e valores.

Com o fluxo constante de conteúdo digital, a gestão da imagem tornou-se uma tarefa que exige adaptação e reflexão em tempo real. Esse novo cenário revela uma era em que identidade e imagem são simultaneamente construídas e consumidas, o que torna a gestão da imagem cada vez mais dinâmica e estratégica.

Outro fator importante impulsionado pelas redes sociais é a crescente influência dos conteúdos que circulam nelas sobre o cotidiano das pessoas. Nesse contexto, a teoria do Agenda Setting deu espaço à teoria do Gatewatching (2005), um conceito proposto pelo pesquisador Axel Bruns, que explora o envolvimento do público na produção e na disseminação das informações. Em seu livro *Gatewatching: Produção colaborativa de notícias online* (2005), Bruns destaca a importância da seleção cuidadosa das notícias que serão publicadas. Para o autor, o valor do gatewatching está na curadoria da informação, alinhando-se aos interesses do público.

Nesse cenário, muitos veículos de comunicação monitoram as redes sociais para identificar os temas mais discutidos, com a expectativa de que, ao abordar esses assuntos, as matérias terão maior interesse e repercussão. Como consequência, os assessores de imprensa passaram, também, a acompanhar de perto as redes sociais. Esse monitoramento trouxe novos desafios, dada a quantidade e a complexidade das informações circulando nas plataformas.

Com o avanço das redes sociais, a produção de conteúdo tornou-se mais acessível e democrática. Essas plataformas não apenas ampliaram o alcance das mensagens, mas também permitiram que qualquer indivíduo se tornasse um emissor de informações, alterando profundamente a dinâmica de comunicação. Segundo Henry Jenkins, em *Cultura da Convergência* (2009), a linha entre o produtor de conteúdo e o consumidor se torna cada vez mais tênue. Nesse novo cenário, qualquer pessoa pode criar e compartilhar conteúdo nas redes sociais, quebrando as barreiras que antes limitavam a produção a meios tradicionais.

Com isso, tornou-se mais fácil e acessível a criação de novos meios de comunicação. Como destaca Argenti (2011, p.61), “A proliferação de veículos de comunicação on-line, incluindo portais Web, sistemas de mensagens instantâneas e blogs, acelerou o fluxo de informações e o acesso do público em velocidades recordes”. Esse fenômeno resultou em uma comunicação muito mais fluida e descentralizada, na qual informações, notícias e até boatos sobre um assessorado podem surgir em múltiplos canais, fugindo da estrutura unidirecional tradicional. Consequentemente, o controle da imagem passou a contar com novos obstáculos, já que a informação pode ser disseminada de diversas formas e por diversos agentes, dificultando o rastreamento.

Outro importante aspecto impulsionado pelas redes sociais é a velocidade com que a informação circula, agora operando sob a lógica do “tempo real”.

Vivemos não apenas num novo ambiente social: passamos a viver, de uma década para cá, num novo ambiente moral, com novas regras de comportamento, com novas exigências, onde transgressões que antes podiam passar despercebidas podem agora ser expostas em tempo real, em escala global (Rosa, 2007, p. 62)

Essa rapidez na disseminação de informações exige um trabalho mais ágil das assessorias de imprensa, uma vez que, a qualquer momento, uma crise pode surgir e se espalhar rapidamente, exigindo respostas velozes para evitar danos à imagem. Esse cenário é um grande desafio para as organizações e seus líderes, que, em sua maioria, foram formados em um ambiente histórico e tecnológico diferente do atual. Como destaca Mário Rosa (2007, p.62), “boa parte daqueles responsáveis pela liderança e a visibilidade de suas carreiras e organizações nos tempos de hoje foram criados num ambiente histórico e tecnológico que não existe mais”.

Nesse contexto, as assessorias de comunicação precisam monitorar não só diversos canais, mas fazê-lo constantemente, a fim de detectar qualquer indício de crise ou problemas emergentes e agir de forma rápida e eficaz, protegendo a imagem das organizações e das figuras públicas que representam.

Portanto, na era das redes sociais, a construção de imagem ultrapassa a noção de uma “simples” construção de narrativas; ela envolve uma compreensão profunda das dinâmicas sociais e das expectativas do público. Nesse novo paradigma, onde a privacidade e a visibilidade se encontram de maneira fluida e muitas vezes difusa, a forma como os indivíduos e organizações gerenciam sua imagem precisa ser estratégica. A exposição nas redes sociais, ao mesmo tempo que pode resultar em um aumento significativo de seguidores e maior conexão com o público, também apresenta riscos. É essencial que o conteúdo a ser compartilhado seja cuidadosamente planejado, pois uma exposição desproporcionada ou mal gerida pode desencadear crises, enquanto uma comunicação estratégica, quando realizada no momento certo, é essencial para consolidar uma imagem positiva e alcançar mais sucesso.

3 As imagens de Luísa Sonza e Iza no cenário midiático

O capítulo examina como as imagens das cantoras foram construídas ao longo de suas carreiras, considerando o papel da mídia e do público na definição de valores como autenticidade, empoderamento e vulnerabilidade. Além disso, analisa os casos de traição envolvendo as cantoras Luísa Sonza e Iza, explorando as estratégias adotadas por ambas para moldar as narrativas em torno dos episódios.

3.1. Luísa Sonza: vida, carreira e imagem pública

Luísa Gerloff Sonza, cantora e compositora branca de 26 anos, conquistou um lugar de destaque na cena musical brasileira. Nascida em Tuparendi, no Rio Grande do Sul, começou cedo a demonstrar sua paixão pela música, começando a cantar em festivais locais ainda na infância. Com apenas sete anos, ela foi convidada a se juntar como vocalista à banda local Sol Maior.

Aos 16 anos, em 2014, Luísa começou a gravar vídeos caseiros nos quais cantava versões acústicas de músicas populares e compartilhava-os em sua conta no Instagram. Pouco tempo depois, Luísa decidiu expandir sua presença para o Youtube. Seu trabalho nessa rede social a fez ganhar notoriedade na internet, abrindo portas para uma carreira promissora. Em 2016, Luísa iniciou um relacionamento com o youtuber e comediante Whindersson Nunes, que conheceu através do Instagram. A união com o humorista trouxe uma visibilidade ainda maior para Luísa na mídia. Na época, Whindersson era um dos influenciadores mais populares do país e havia sido apontado pelo jornal O Globo como “o segundo youtuber mais influente do mundo, atrás apenas do sueco conhecido como PewDiePie”.

A crescente fama da cantora resultou em seu primeiro perfil de destaque, publicado no caderno Ela do Jornal O Globo, com a manchete ‘Tenho 20 anos e 13 de estrada. Que artista tem essa bagagem?’, diz Luísa Sonza, o atual fenômeno das redes sociais.” A reportagem enfatizou a popularidade de Luísa entre o público jovem e a forma como sua presença nas redes crescia independente de seu relacionamento com Whindersson.

Algumas pessoas não têm a menor ideia de quem seja Luísa Sonza. [...] Se a pergunta for feita a alguém com menos de 30 anos, a situação muda de figura. Casada há sete meses com o humorista Whindersson Nunes [...] a gaúcha de Tuparendi, cidade a 500 quilômetros de Porto Alegre, já fazia sucesso na Internet muito antes de conhecer o marido, graças aos seus *covers* de cantores como Justin Bieber, Anitta e Projota.²

² Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/gente/tenho-20-anos-13-de-estrada-que-artista-tem-essa-bagagem-diz-luisa-sonza-atual-fenomeno-das-redes-23065030>. Acesso em 16 dez. 2024.

Em 2017, Luísa Sonza começou a consolidar sua carreira musical com uma série de conquistas importantes. Primeiro, ela recebeu o Prêmio Multishow na categoria de Melhor Cover da Web. No mesmo ano, Luísa assinou um contrato de gravação com a Universal Music Brasil, uma das maiores gravadoras do Brasil.

Com a gravadora, Luísa lançou seu primeiro extended play (EP) auto-intitulado, em outubro de 2017. O EP foi um marco em sua carreira e incluiu o hit "Rebolar", seu primeiro grande sucesso. Como é comum em lançamentos de grande impacto, o clipe de "Rebolar" gerou críticas, principalmente por sua sensualidade, algo que muitos internautas acharam discrepante em relação à imagem mais reservada que Luísa tinha em seus vídeos de covers.

Figura 1: Trecho do clipe “Rebolar”



Fonte: Youtube³

Isso evidencia que persistem, até hoje, valores conservadores e arcaicos na sociedade, os quais estabelecem ideais sobre como uma mulher deve se portar, vestir-se e agir, exigindo que seja recatada e não vulgar. Simone de Beauvoir, em *O Segundo Sexo* (1949), argumenta que muitos mitos sobre a mulher foram historicamente construídos pelo discurso masculino, que moldou um ideal do feminino conforme seus próprios interesses. Por isso, qualquer ação que desvie desse padrão tende a ser criticada e julgada.

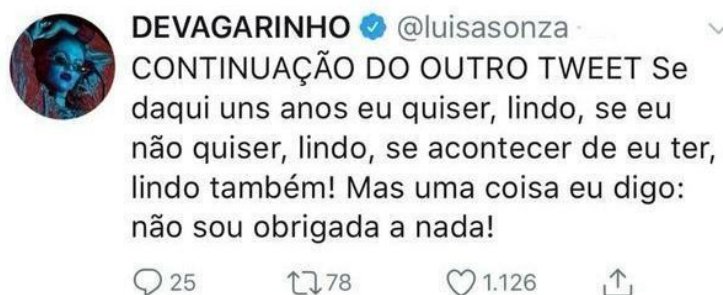
Ainda em 2017, Whindersson pediu a cantora em casamento. Luísa e o comediante se casaram em fevereiro do ano seguinte. Em junho de 2018, Luísa Sonza lançou o single "Devagarinho", sua primeira canção a entrar no Top 50 do Spotify Brasil. No segundo semestre

³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=EQN_FCOyy0Q. Acesso em: 9 nov. 2024.

daquele ano, Luísa lançou o single "Boa Menina", que também caiu no gosto do público. O single tem uma mensagem de empoderamento feminino, como observa uma matéria da Rolling Stones (2018): “O vídeo tem como protagonista uma mulher que não deixa que ninguém a diga o que precisa fazer, ela simplesmente vive, sem se importar com opiniões.”

Com o aumento de sua visibilidade e a ampliação de seu público, Luísa Sonza passou a enfrentar uma série de críticas, muitas das quais estavam profundamente ligadas a questões de machismo e valores sociais enraizados na sociedade. Um exemplo disso foi a enxurrada de comentários negativos que a cantora recebeu após declarar, em uma entrevista à TV Vogue, em 2018, que não tinha vontade de ter filhos biológicos. No entanto, Luísa rebateu as críticas em seu perfil no Twitter: "não sou obrigada a nada".

Figura 2: Tweet de resposta de Luísa Sonza a críticas



Fonte: Revista Vogue⁴

A imagem de Luísa como uma mulher empoderada e livre gerou desconforto em muitas pessoas. Esse impacto remete às reflexões de Beauvoir (1949), que apontam a existência de padrões rígidos sobre o papel e o comportamento das mulheres na sociedade. Um desses padrões é a maternidade biológica, vista por grande parte da sociedade como algo natural para as mulheres. Nesse contexto, quando Luísa se posiciona contra esse modelo estabelecido, passa a ser percebida como uma ameaça à preservação desses padrões.

Luísa sempre se posicionou como uma grande aliada da luta feminista, reafirmando esse compromisso em uma entrevista ao Portal Terra em 2021: “O feminismo é a minha

⁴ Disponível em: <https://vogue.globo.com/celebridades/noticia/2018/08/luisa-sonza-rebate-criticas-por-nao-querer-ter-filhos-nao-sou-obrigada-nada.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

principal luta”. No entanto, Luísa também já foi alvo de críticas por “esvaziar” pautas importantes da luta, associando a ideia de desconstrução a questões superficiais. Em 2018, Revista Veja publicou uma matéria, intitulada "Luísa Sonza é criticada após citar liberdade e desconstrução por corte de cabelo", destacando que, embora o corte fosse apenas uma mudança de visual, a cantora o acompanhou de uma reflexão sobre seu processo de libertação. “[...] Isso vai muito além de um corte de cabelo. Eu me libertei, me desconstruí, me permiti experimentar, arriscar e aceitar o novo...”, escreveu Luísa em suas redes sociais.

Figura 3: Manchete da Revista Veja



Fonte: Revista Veja⁵

A matéria destacou comentários de internautas, como: “Gente, como essa menina é sonsa. Ela cortou três dedos de cabelo e faz legenda falando de ‘desconstrução’” e “Agora que a ‘militância’ chegou na galera superficial, qualquer coisa é desconstrução e lacração”. Outros comentários criticaram a cantora, associando sua aparência a padrões de beleza e acusando-a de se contradizer: “Desconstruídissima com seu preenchimento labial, seu alongamento de cílios e personal dia todinho só pra ela. Aff, peguei ranço dessa sonsa”.

Em junho de 2019, Luísa Sonza lançou seu álbum de estreia, Pandora. O álbum foi bem recebido pelo público e registrou 100 milhões de reproduções no Spotify Brasil em menos de três meses. Encerrando o ano em alta, Luísa foi capa da revista Forbes, que a destacou como um dos talentos nacionais promissores com menos de 30 anos, consolidando sua trajetória ascendente na música e na mídia brasileira.

⁵ Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/luisa-sonza-criticada-apos-citar-liberdade-desconstrucao-por-corte-de-cabelo-22651978.html>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Contudo, a popularidade de Luísa também trouxe desafios. Com o aumento de sua base de fãs, surgiu paralelamente uma onda de haters, que frequentemente direcionavam ataques machistas contra ela. Esses ataques intensificaram-se especialmente no início de 2020, após o anúncio do fim de seu relacionamento com Whindersson Nunes, um evento que ganhou ampla cobertura midiática.

Rumores de traição começaram a circular, intensificando o assédio virtual à cantora. Muitos fãs acreditaram que Luísa teria traído Whindersson com o cantor Vitão, com quem lançou a música “Bomba Relógio” pouco antes do fim do casamento. Essa especulação foi amplificada pela proximidade entre os dois artistas e pela rapidez com que o relacionamento de Luísa com Vitão se tornou público logo após o divórcio. Mesmo após a confirmação de ambos, Whindersson e Luísa, de que não houve traição, os internautas continuaram a afirmar que Luísa teria sido infiel. Em entrevista ao canal Hotel Mazzafera, em 2020, a cantora questionou: “Vem de onde? Vem das roupas que eu visto? Das músicas que eu canto? Vem daí um boato de traição?”

Em 2020, a cantora Luísa Sonza foi acusada de racismo pela advogada Isabel Macedo, que relatou o caso ao site Notícia Preta. Segundo a advogada, o episódio aconteceu dois anos antes, em 2018, durante uma festa em Fernando de Noronha. Isabel contou que, ao retornar do banheiro, se aproximou do palco para ouvir a música e aproveitar a festa. “Por acaso, parei atrás da Luísa. No evento, havia vários famosos, mas eu nem sabia quem ela era, nunca tinha ouvido falar”, relatou Isabel. Ela então narrou o momento em que Luísa se virou, bateu em seu ombro e disse: “Pega um copo d’água pra mim?” Isabel respondeu que não havia entendido e, então, Luísa repetiu a frase e completou: “Você não trabalha aqui?”⁶

Na ocasião, Luísa Sonza se pronunciou sobre a acusação em seu X (antigo Twitter), desmentindo a alegação e afirmando que nunca seria capaz de agir da maneira descrita por Isabel.

⁶ Os desdobramentos da acusação de racismo serão discorridos na página 24

Figura 4: Tweet de Luísa Sonza



Fonte: G1⁷

Em 2021, enquanto finalizava seu aguardado segundo álbum *Doce 22*, Luísa Sonza enfrentou uma enxurrada de ataques nas redes sociais, com críticas intensificadas por seu relacionamento com o cantor Vitão, que havia terminado após quase um ano, e pela acusação de racismo. Diante da crescente pressão e do impacto dos comentários negativos, em junho daquele ano, a equipe de Luísa anunciou que ela se afastaria temporariamente das redes sociais para proteger seu bem-estar. Essa decisão acabou adiando o lançamento de *Doce 22*.

Em julho de 2021, Luísa Sonza retornou às redes sociais para anunciar o lançamento de seu aguardado segundo álbum de estúdio, que veio a público no dia 18 de julho, coincidindo com o aniversário de 23 anos da cantora. O álbum ultrapassou 1 bilhão de reproduções nas plataformas digitais em apenas sete meses.

Em 2022, Luísa anunciou sua saída da Universal Music e, em seguida, assinou um contrato avaliado em US\$ 20 milhões com a Sony Music Brasil. Nesse ano, Luísa iniciaria a turnê *O Conto dos Dois Mundos*, mas anunciou que precisaria adiá-la para focar na resolução do processo por racismo, que havia se tornado público. No entanto, até aquele momento, a cantora ainda não havia se desculpado publicamente a Isabel, o que gerou críticas de muitos internautas em relação à sua postura.

Após algum tempo e pressão de internautas nas redes sociais, Luísa se pronunciou e reconheceu que cometeu racismo em um texto de retratação publicado no X (antigo Twitter). Uma matéria da *Veja*, com a manchete “Após tanto negar, Luísa Sonza confirma que cometeu

⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/09/18/luisa-sonza-se-pronuncia-apos-acusacao-de-racismo-eu-jamais-teria-esse-tipo-de-atitude.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

racismo”, publicada em outubro de 2022, destacou o pronunciamento e as reações dos internautas ao texto.

Figura 5: Texto de retratação de Luísa Sonza

TEXTO DE RETRAÇÃO

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

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

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

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

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

Fonte: Revista Veja⁸

Figura 6: Comentário de internauta

Falar “racismo estrutural” entra na cabeça de vcs como “eu fui MEIO racista, mas não sou racista não em, foi pela estrutura vcs que entenderam errado” chacota

8:46 PM · 5 de out de 2022 de Rio de Janeiro, Brasil ⓘ

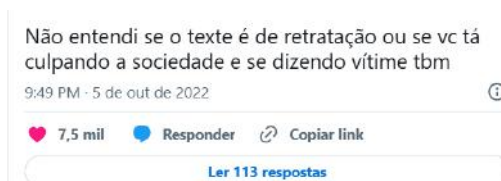
👍 4,4 mil 🗨 Responder 🔗 Copiar link

[Ler 33 respostas](#)

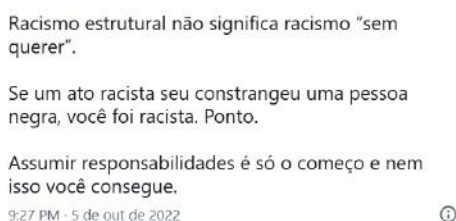
Fonte: Revista Veja⁹

⁸ Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/apos-tanto-negar-luisa-sonza-confirma-que-cometeu-racismo#google_vignette. Acesso em: 9 nov. 2024.

⁹ Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/apos-tanto-negar-luisa-sonza-confirma-que-cometeu-racismo#google_vignette. Acesso em: 9 nov. 2024.

Figura 7: Comentário de internauta

Fonte: Revista Veja¹⁰

Figura 8: Comentário de internauta

Fonte: Revista Veja¹¹

O ano de 2023 marcou o início de seu relacionamento com o streamer Chico Veiga, conhecido como Chico Moedas, com quem se envolveu durante a produção do álbum *Escândalo Íntimo*. Lançado em agosto, o álbum bateu recordes, acumulando mais de 15,6 milhões de streams nas primeiras horas, o que o consolidou como a maior estreia de um álbum por um artista brasileiro na plataforma. O álbum conta com colaborações de artistas de peso, como Demi Lovato e Caetano Veloso, além da faixa "Chico," uma declaração de amor ao seu então parceiro.

Naquele mês, também veio a público a informação de que a cantora havia chegado a um acordo com a advogada Isabel Macedo para encerrar o processo judicial em que foi acusada

¹⁰ Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/apos-tanto-negar-luisa-sonza-confirma-que-cometeu-racismo#google_vignette. Acesso em: 9 nov. 2024.

¹¹ Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/apos-tanto-negar-luisa-sonza-confirma-que-cometeu-racismo#google_vignette. Acesso em: 9 nov. 2024.

de racismo. Poucos meses após o lançamento do álbum e a divulgação de seu relacionamento, Luísa anunciou o fim da relação devido a uma traição por parte de Chico Moedas.

Luísa passou por diversos momentos polêmicos ao longo de sua trajetória, o que contribuiu para que uma parte significativa da audiência construísse uma imagem controversa a seu respeito. Essa percepção é fruto de uma carreira marcada por conquistas notáveis na música brasileira e por episódios polêmicos amplamente discutidos na mídia. A combinação de seu casamento com Whindersson Nunes, sua forte presença nas redes sociais e sua postura como uma artista empoderada e vocal em questões feministas colocaram Luísa sob os holofotes, tanto para elogios quanto para críticas.

Essa postura muitas vezes desafiadora gerou reações adversas, revelando os valores conservadores ainda presentes na sociedade. Episódios como as críticas à sensualidade no clipe "Rebolar", sua declaração sobre não querer filhos biológicos e as repercussões do caso de racismo amplificaram o julgamento público e alimentaram a polarização em torno de sua figura. Para muitos, suas ações representaram uma ameaça aos padrões tradicionais de comportamento feminino; para outros, críticas recaíram sobre supostas contradições em seu discurso de empoderamento.

3.2. Trajetória e imagem de Iza

Isabela Cristina Correia de Lima Lima, de 34 anos, mais conhecida pelo nome artístico IZA, tornou-se uma das vozes mais respeitadas da música pop e R&B no Brasil. Nascida no bairro de Olaria, no subúrbio do Rio de Janeiro, mudou-se para Natal, no Rio Grande do Norte, com sua família. Foi em Natal, onde era a única aluna negra da escola, que ela teve seu primeiro contato com o racismo. Esse foi o momento em que começou a questionar a sua aparência, pois não se via representada na sociedade ao seu redor nem nas imagens que a televisão apresentava.

IZA começou sua trajetória musical aos 14 anos, cantando em igrejas. Em 2015, passou a publicar covers de músicas em seu canal no YouTube, o que a levou a ser descoberta pela Warner Music, com quem assinou contrato em 2016 e deu início a sua carreira profissional. Em novembro de 2016, após assinar com a Warner Music, IZA lançou seu primeiro single promocional, "Quem Sabe Sou Eu", canção que fez parte da trilha sonora da novela *Rock Story*, da TV Globo. Nesse mesmo ano, Iza iniciou um relacionamento com o produtor musical Sérgio Santos, que colaborou na produção de vários de seus sucessos.

Em 27 de janeiro de 2017, IZA lançou seu primeiro single oficial, "Te Pegar", marcando o início de sua trajetória como artista no cenário musical. Em agosto, ela lançou seu segundo single oficial, "Esse Brilho É Meu", que foi escolhida como tema da campanha publicitária da L'Oréal, com foco em produtos para cabelos negros.

Desde o início de sua carreira, Iza tem utilizado sua visibilidade para abordar questões sociais, tanto em suas músicas quanto em suas redes sociais e entrevistas. A cantora sempre se mostrou comprometida com causas sociais, como destaca a matéria da Folha de São Paulo, publicada em 2021.

Figura 9: Manchete da Folha de São Paulo

'Meu microfone é uma arma para informar e educar', afirma cantora Iza

Cantora diz que seria hipocrisia não abordar questões políticas e sociais



Fonte:Folha de São Paulo¹²

Em 2021, Iza lançou a música "Let Me Be the One", uma colaboração com o norte-americano Maejor, que foi tema da campanha #BeTheOne, criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em parceria com a fundação Humanity Lab. O projeto buscou promover o entendimento sobre as condições de vida de refugiados e incentivar o desenvolvimento de novas políticas voltadas para essa população. Apesar do apoio da artista a diversas causas sociais, suas principais lutas são pelas questões raciais e de gênero.

Eu falo de temas como racismo ou empoderamento feminino porque é o que eu vivi, não posso fugir disso. Seria muita hipocrisia da minha parte viver tudo o que vivi e

¹² Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/musica/2021/08/meu-microfone-e-uma-arma-para-informar-e-educar-afirma-cantora-iza.shtml#:~:text=M%C3%BAAsica-,'Meu%20microfone%20%C3%A9%20uma%20arma%20para,e%20educar'%2C%20afirma%20cantora%20Iza.> Acesso em: 9 nov. 2024.

não falar sobre isso, não apontar as coisas que são importantes, não usar o meu espaço privilegiado para discutir esses temas.¹³

Além de ser uma artista de destaque, Iza também se consolidou como uma importante representante do movimento negro na mídia, onde a representatividade é historicamente escassa. Em *Racismo e Sexismo na Cultura Brasileira*, Lélia Gonzalez (1984) explora como a memória coletiva da negritude resiste ao apagamento imposto pela consciência dominante, que busca “domesticar” e silenciar vozes negras.

Nesse contexto, a posição de Iza como uma figura de visibilidade que discute a negritude em espaços tradicionalmente excludentes é de muita relevância. A própria artista reconhece o impacto dessa representatividade: “Tem sido especial demais saber que algumas pessoas me têm como representante, porque eu senti muita falta de me sentir representada quando era mais nova”¹⁴. Sua presença nesses espaços não apenas desafia estruturas históricas de exclusão, mas também inspira a ocupação de outras pessoas negras em posições de destaque.

Em outubro de 2018, IZA lançou a música “Pesadão”, em parceria com Marcelo Falcão, que integrou seu álbum de estreia, *Dona de Mim*. A canção se destacou nas paradas musicais, sendo uma das mais tocadas nas rádios brasileiras no segmento pop.

O sucesso de Iza em 2017 levou a cantora a ser reconhecida como “Artista Revelação” na matéria “Retrospectiva 2017: Cantora IZA se projeta com hit ‘Pesadão’ e vira revelação do ano”, publicada pelo portal G1: ‘IZA [...] sai de 2017 com o status de uma das revelações do ano e já se impõe como uma das apostas de 2018, quando vai lançar o primeiro álbum, *Dona de Mim*’.¹⁵

No início de 2018, Iza lançou “Ginga”, com participação do rapper Rincon Sapiência. Em abril, o álbum *Dona de Mim* foi finalmente lançado, contando com colaborações de Ivete Sangalo, Rincon Sapiência, Ruxell, Marcelo Falcão, Carlinhos Brown, Gloria Groove e Thiaguinho. Em setembro, a faixa-título do álbum, que aborda o empoderamento feminino, foi lançada. A canção narra as histórias de três mulheres guerreiras que enfrentam batalhas cotidianas: uma professora dedicada aos alunos, uma jovem mãe solteira que se desdobra para criar seu filho e uma advogada transsexual que luta contra a opressão nos tribunais. A música retrata o processo de autoconhecimento e afirmação de identidade da cantora, que a faz se sentir

¹³ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/iza-hipocrisia-viver-o-que-vivi-e-nao-falar-de-racismo-e-empoderamento/>. Acesso em: 16 dez. 2024.

¹⁴ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/iza-hipocrisia-viver-o-que-vivi-e-nao-falar-de-racismo-e-empoderamento/>. Acesso em: 16 dez. 2024.

¹⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/musica/blog/mauro-ferreira/post/retrospectiva-2017-cantora-iza-se-projeta-com-hit-pesadao-e-vira-revelacao-do-ano.ghtml>. Acesso em: 16 dez. 2024.

confortável e confiante com sua própria pele. No entanto, a mensagem vai além da experiência da mulher negra, refletindo sobre a luta de todas as mulheres por seus direitos e reconhecimento.

No mesmo mês, Iza recebeu sua primeira indicação ao Grammy Latino na categoria de Melhor Álbum de Pop Contemporâneo em Língua Portuguesa, com *Dona de Mim*. Em outubro, ela estrelou a capa da edição de 18 anos da Revista Quem, da editora Globo, marcando seu primeiro perfil de destaque, com a manchete: “Poderosa e cheia de atitude.”

Um ano após o lançamento de *Pesadão*, IZA se consolida como um dos maiores nomes da música no Brasil. A cantora de 28 anos, que publicou seu primeiro cover na internet em 2014, já acumula mais de 270 milhões de visualizações no YouTube, acaba de ser indicada ao Grammy Latino com o primeiro álbum, *Dona de Mim* [...] (Pacilio, 2018, Revista Quem).¹⁶

Ainda em 2018, Iza comemorou o Dia Internacional do Orgulho LGBTQI+ em parceria com a Warner Brasil, gravando a música “Um Amor Puro”, de Djavan, ao lado de Maria Gadú. No final do ano, a cantora celebrou sua união com o produtor musical Sérgio Santos, em uma grande festa realizada no bairro da Glória, no Rio de Janeiro.

Em maio de 2019, IZA foi anunciada como uma das técnicas da oitava temporada do programa *The Voice Brasil*. No mesmo ano, a cantora dublou a personagem Nala no filme *O Rei Leão*, da Disney.

Em 2020, IZA conquistou importantes reconhecimentos internacionais que solidificaram ainda mais sua posição como uma das artistas mais influentes do Brasil e do mundo. Ela foi incluída na prestigiada lista das “100 pessoas negras mais influentes do mundo” pela Organização das Nações Unidas (ONU), na categoria Mídia e Cultura. No mesmo ano, a revista *Time* a incluiu em sua seleção de “Líderes da Próxima Geração”, destacando-a como uma das figuras mais importantes da América Latina, em reconhecimento ao seu papel como referência de mudança social e racial.

Ainda em 2020, Iza deu continuidade ao seu projeto musical com o lançamento da canção “Gueto”, parte do seu segundo álbum, *Grande*. A faixa celebra a cultura periférica e faz referências a Olaria, seu bairro natal no Rio de Janeiro. Além disso, Iza foi eleita pela *Ipsos* como a celebridade mais influente do Brasil, reforçando sua popularidade e sua influência no país.

¹⁶ Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Capa/noticia/2018/10/iza-sobre-o-sucesso-acho-que-nada-foi-sorte-trabalhei-muito-para-isso.html>. Acesso em: 16 dez. 2024.

Durante a 28ª edição do Prêmio Multishow de Música Brasileira, Iza apresentou um medley de "Gueto" com "Sem Filtro". Além disso, ela apresentou a cerimônia ao lado de Tatá Werneck, destacando-se como uma das principais artistas da música brasileira naquele ano. No Dia da Consciência Negra de 2021, Iza foi homenageada pela Mattel, a criadora da Barbie, que lançou uma versão exclusiva da boneca inspirada na cantora. A homenagem fez parte do projeto Mulheres Inspiradoras. Essa iniciativa da Mattel tem como propósito reconhecer mulheres que, com suas conquistas e impacto em suas respectivas áreas, se tornaram exemplos de empoderamento e inspiração para as novas gerações.

Em setembro de 2022, IZA lançou o EP Três, um projeto composto por três faixas que anteciparam o seu aguardado álbum. O lançamento foi estrategicamente pensado para sua apresentação no Rock in Rio 2022, onde IZA foi a primeira cantora negra brasileira a se apresentar no principal palco do festival. Ainda em 2022, IZA anunciou, por meio das redes sociais, o término de seu relacionamento com Sérgio Santos, com quem esteve por seis anos.

No início de 2023, IZA assumiu o namoro com o jogador de futebol Yuri Lima. No mesmo ano, a cantora revelou que havia descartado um álbum completamente pronto, afirmando que as músicas já não a representavam mais. Por isso, IZA iniciou a produção de um novo álbum, que foi criado em apenas cinco meses. Em agosto, o Afrodhit finalmente foi lançado. Poucos meses após o lançamento, o álbum lhe rendeu uma indicação ao Grammy Latino na categoria “Melhor Interpretação Urbana em Língua Portuguesa” com a canção “Fé”.

Em julho de 2023, IZA concedeu uma entrevista ao Fantástico, da TV Globo, que rapidamente gerou repercussão ao sugerir que o fim de seu casamento com Sérgio Santos não foi tão amistoso quanto parecia. Embora a artista não tenha comentado publicamente sobre os detalhes do término, informações divulgadas pela coluna de Lucas Pasin, do UOL, indicam que IZA se sentia diminuída em sua trajetória. Segundo fontes próximas ao ex-casal, Santos, que além de marido era também produtor musical da cantora, teria exercido uma influência exigente sobre seu trabalho, o que pode ter contribuído para o desgaste da relação. As especulações ainda apontam que, durante o processo de separação, o produtor teria solicitado o valor de R\$10 milhões, alegando ser corresponsável pelo sucesso da carreira da cantora. Até o momento, ambos não confirmaram publicamente esses detalhes e mantêm discrição sobre o encerramento da parceria tanto pessoal quanto profissional.

Em abril de 2024, foi anunciado que IZA estava grávida de seu primeiro filho com Yuri. A informação tomou conta dos noticiários e redes sociais naquele mês. Mesmo com a gestação, a artista manteve sua agenda de trabalho ativa. Em junho, IZA participou da 4ª edição do Lud Session, da cantora Ludmilla.

No mês seguinte, a cantora divulgou, por meio de um vídeo em seu Instagram, o fim do relacionamento devido a uma traição por parte de Yuri Lima. O caso parou a mídia tradicional e as redes sociais. Mesmo com turbulências pessoais, Iza recebeu novas indicações ao Grammy Latino: uma por Melhor Álbum Pop Contemporâneo em Língua Portuguesa, pelo Afrodhit, e outra por Melhor Música Urbana em Língua Portuguesa com “Fé nas Maluca”, em parceria com MC Carol.

Em setembro de 2024, surgiram rumores sobre uma possível reaproximação entre IZA e Yuri Lima, após notícias de que o jogador teria voltado a frequentar a casa da cantora. Em meio a uma série de reações nas redes sociais, IZA decidiu esclarecer os fatos e confirmar as especulações. Segundo sua assessoria, "Yuri voltou a frequentar a casa da Iza e é algo que as pessoas terão que se acostumar, a vê-lo lá, pois é onde a Nala vai morar. Eles não voltaram a se relacionar, mas ele é pai e vai estar muito presente nessa reta final, dando todo apoio". Em outubro deste ano, nasceu a filha do casal, Nala.

Iza sempre manteve uma postura discreta, o que influenciou diretamente a forma como o público a percebe. A ausência de polêmicas em sua carreira, combinada com seu compromisso com causas sociais relevantes, ajudou a construir uma imagem serena e longe de controvérsias. Essa postura refletiu-se na maneira como as pessoas se relacionam com ela, resultando em poucas críticas direcionadas à cantora.

3.3. Os casos de traição e as reações do público

Entre setembro de 2023 e julho de 2024, os casos de traição envolvendo as figuras públicas Luísa Sonza e Iza dominaram as manchetes e se espalharam rapidamente pelas redes sociais, tornando-se tópicos de intenso debate público. Ambas trouxeram os casos a público, porém de maneiras distintas que parecem estrategicamente planejadas. Esses anúncios foram parte de um esforço para moldar suas respectivas narrativas e influenciar a percepção pública. Ao controlar a forma e o momento de suas declarações, tanto Luísa quanto Iza buscaram narrar os acontecimentos sob suas próprias perspectivas, aproveitando o poder de distintos meios de comunicação para direcionar o discurso.

No caso de Luísa Sonza, a revelação foi feita em um dos programas matinais mais populares do Brasil, o Mais Você, apresentado por Ana Maria Braga. Durante uma entrevista ao vivo, Luísa compartilhou que havia sido traída por seu então parceiro, Chico Moedas, por meio da leitura de uma carta carregada de emoção. De acordo com Luísa, o momento não

estava previamente programado, e ela foi incentivada por Ana Maria a ler o texto. No entanto, a escolha de trazer à tona um assunto tão pessoal em um espaço ao vivo e de grande audiência gerou questionamentos sobre a intenção e autenticidade por trás da revelação.

A postura de Luísa ao longo do anúncio foi marcada por uma mistura de vulnerabilidade e força. Visivelmente emocionada antes mesmo de começar a leitura, ela estava com os olhos marejados, usando uma maquiagem leve e uma blusa preta simples, elementos que ajudaram a transmitir uma imagem de autenticidade e emoção.

Na carta lida ao vivo, Luísa criticou como a quebra de confiança nas relações é frequentemente minimizada como um “erro pontual”, questionando a normalização desse comportamento. Em seu discurso, ela destacou a profundidade da dor causada pela traição, que, segundo suas palavras, vai além de um deslize isolado. Entre os trechos mais marcantes, Luísa afirmou: “É uma dor impossível de explicar”. Respondendo à ideia de que suas reações seriam exageradas, disse: “Intensa demais? Intenso demais é alguém que larga tudo o que prometeu, se propôs, construiu a dois por um momento no banheiro sujo de um bar”.

Ela também criticou a desonestidade do ex-parceiro: “Mentem olhando no olho como se fôssemos uma ameoba que cai em qualquer coisa que eles podem dizer”, expondo o sentimento de manipulação. Em um tom de afirmação, declarou: “Meu amor, infelizmente, você mexeu com a mulher errada” e reafirmou sua decisão de não mais proteger quem a traiu: “Hoje eu me protejo e não vou te proteger”. Ao encerrar, destacou o rompimento definitivo: “Você, naquela noite, naquele bar, não me protegeu, mesmo que eu quisesse” e concluiu com: “Eu vou viver o amor, só não vai ser com você”. Após o anúncio, Chico Moedas confessou ter beijado uma antiga "affair" no banheiro do Galeto Sat's.

Apesar de afirmar que o momento não havia sido planejado, alguns detalhes sugerem um certo nível de preparo. Em trechos como “Hoje vocês não vencem” e “Hoje eu me protejo e não vou te proteger”, Luísa olhou diretamente para a câmera, estabelecendo uma conexão com o público que parece ter sido arquitetada. Em determinados momentos, ela esboçou um sorriso de canto, especialmente ao dizer “Meu amor, infelizmente você mexeu com a mulher errada”, o que conferiu um tom de autoconfiança, mas pouca autenticidade à sua fala. Esses gestos sugerem que, mesmo em um momento de vulnerabilidade, havia uma estratégia sobre a maneira como a mensagem seria transmitida e recebida. Esses elementos indicam que, embora Luísa tenha dito que não havia planejado o momento, a escolha de revelar sua dor em um programa de grande audiência permitiu que ela moldasse a narrativa em torno da traição.

Ao final da fala de Luísa, Ana Maria fez um comentário direto: “Qualquer outra pergunta vocês falem com o Chico, tá?”, redirecionando o foco da responsabilidade para o

criador de conteúdo. Esse desfecho permitiu que Luísa Sonza mantivesse o controle da narrativa demonstrando que ela pôde estabelecer limites sobre o que seria discutido¹⁷.

Ao optar por revelar a traição em um programa de grande audiência, Luísa Sonza conseguiu transformar um momento de vulnerabilidade em uma ferramenta de controle narrativo. Ao se antecipar às especulações e assumir a narrativa publicamente, ela reforçou sua imagem como uma mulher resiliente. A escolha de se abrir em um espaço ao vivo permitiu que ela evitasse possíveis vazamentos e distorções da mídia, garantindo que sua versão dos fatos fosse a primeira a ser ouvida.

Figura 10: Trecho do programa “Mais Você”



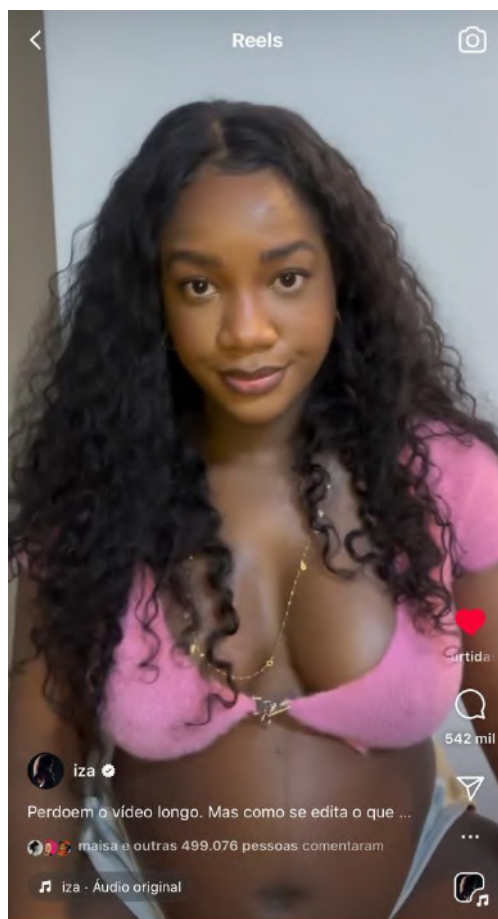
Fonte: Globoplay¹⁸

Iza também foi vítima de infidelidade por parte de seu companheiro, o jogador de futebol Yuri Lima. A cantora descobriu a traição enquanto estava grávida de seis meses de sua primeira filha, Nala. O relacionamento, que até então aparentava ser estável e bem-sucedido, foi abalado pela revelação. Iza foi informada pelo colunista Léo Dias sobre a situação e decidiu expor o ocorrido publicamente nas redes sociais.

¹⁷ Disponível em: <https://gshow.globo.com/tv/mais-voce/noticia/luisa-sonza-le-texto-em-que-fala-de-traicao-confira.ghtml>. Acesso em: 16 dez.2024.

¹⁸ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11961615/>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Figura 11: Trecho do vídeo de anúncio de IZA



Fonte: Instagram¹⁹

Em um vídeo de pouco mais de seis minutos, publicado em seu Instagram, a cantora Iza, visivelmente abalada, revelou a traição de seu então parceiro, o jogador Yuri Lima, enquanto estava grávida. Ela vestia um top rosa que destacava sua barriga, com uma maquiagem leve e quase natural, em um cenário de sua casa, o que transmite uma sensação de simplicidade e intimidade. A escolha desse formato de comunicação direta, olhando quase todo o tempo para a câmera, demonstra a seriedade e a pessoalidade da mensagem, permitindo que o público visse seu sofrimento, mas também sua resiliência.

¹⁹

Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C9Qfg75PPKE/?igsh=MW9ldnFqOWo5OWFvNg%3D%3D>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Desde o início do vídeo, Iza deixou claro que a exposição não fazia parte de sua personalidade. "Quem me conhece sabe que eu sou uma pessoa que preza por privacidade, que evita esse tipo de situação pública", afirmou. No entanto, a artista explicou que, diante das circunstâncias, sentiu necessidade de se pronunciar para proteger sua versão dos fatos. A cantora ressaltou que essa foi uma decisão difícil, mas necessária, especialmente porque estava prestes a se tornar mãe e precisava preservar sua tranquilidade.

Ao anunciar o término, Iza fez questão de mencionar o nome do ex-parceiro de forma direta: "Eu e Yuri Lima, o jogador, não somos mais um casal". Ao enfatizar a palavra "jogador" com um leve sorriso irônico, ela pareceu expor um desdém contido, sugerindo uma crítica à postura de Yuri durante o relacionamento. Em seguida, expressou seu desejo de encerrar o assunto ali, pedindo respeito ao seu momento, dada sua gravidez.

Iza previu que uma enxurrada de especulações, vazamentos e tentativas de ganho de visibilidade por parte de terceiros envolveria após a publicação do vídeo. "O que vai acontecer a partir de agora é um circo, um show de horrores... isso é inevitável", desabafou.

A artista revelou que a traição aconteceu de forma virtual: Yuri mantinha contato com uma antiga affair por meio de videochamadas, trocas de fotos íntimas e mensagens de teor sexual, lembrando momentos do passado com a pessoa em questão.

Ainda durante o vídeo, Iza fez questão de pedir desculpas à família de Yuri, demonstrando respeito apesar da decepção. Ela reforçou que, sem confiança, é impossível sustentar um relacionamento e que, considerando sua gravidez, precisava de sossego e estabilidade emocional, encerrando o vídeo com um pedido para que o público respeitasse seu espaço.

O modo como Iza e sua equipe escolheram lidar com a situação demonstra uma estratégia de gerenciamento de imagem consciente e, ao mesmo tempo, pessoal. Ao optar por um vídeo emocional e sincero diretamente em suas redes sociais, a cantora não apenas controlou a narrativa, mas também estabeleceu uma conexão direta com seus seguidores. Ao se posicionar antes que os rumores se alastrassem, ela demonstrou transparência. Além disso, ao antecipar possíveis vazamentos e fofocas, ela minimizou, em parte, os efeitos negativos de uma exposição não controlada, destacando um gerenciamento estratégico de crise.

A necessidade de gerenciar cuidadosamente a própria imagem é algo que também marcou a trajetória de Luísa Sonza, que precisou equilibrar sua postura pública com as pressões externas, enquanto lidava com críticas e julgamentos. A imagem de Luísa Sonza como cantora pop autônoma e desinibida, que desafia os padrões tradicionais do que é considerado "feminino", gerou grande visibilidade, mas também críticas constantes. Desde o início de sua

carreira, Sonza adotou uma postura que combinava sensualidade com independência, tornando-se alvo de vigilância, especialmente em relação à sua vida pessoal. Esse contexto levou a que, ao expor a traição, a mídia e o público conectassem o episódio à sua imagem já construída, resultando em julgamentos e comentários machistas, em que a cantora foi acusada, mesmo sendo a vítima da situação.

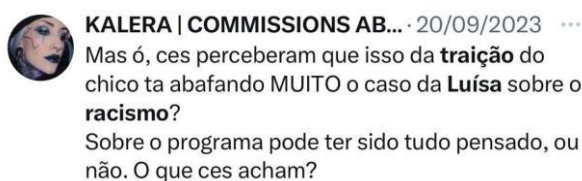
Figura 12: Tweet de internauta sobre a traição de Luísa Sonza



Fonte: Twitter²⁰

Além disso, o público resgatou a acusação de racismo envolvendo Luísa e argumentou que a revelação da infidelidade não passava de uma “cortina de fumaça” para desviar a atenção do processo judicial, o que intensificou o julgamento público.

Figura 13: Tweet de internauta sobre o anúncio da traição e o caso de racismo



Fonte: Twitter²¹

O público também começou a especular que o anúncio da traição por parte de Luísa Sonza pudesse ser uma estratégia de marketing para promover seu novo álbum. Isso porque, Escândalo Íntimo inclui uma faixa intitulada Ana Maria, uma colaboração com Duda Beat, cantora que também estava presente no programa Mais Você (de Ana Maria Braga) quando

²⁰ Disponível em: <https://x.com/bielcoisaruim/status/1704536864743362899?s=48>. Acesso em: 9 nov. 2024.

²¹ Disponível em: <https://x.com/iamkalera/status/1704610815611957285?s=48>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Luísa fez a revelação. Além disso, o disco contém três interlúdios que, juntos, formam a frase: 'Todas as histórias de amor dão errado.

Essa onda de críticas reforçou estereótipos negativos que já vinham sendo associados a Luísa e que refletiam sua imagem pública, evidenciando o peso da percepção que o público tinha da cantora na repercussão do caso.

Por outro lado, IZA sempre cultivou uma imagem pública discreta, focada principalmente em seu trabalho. Seu posicionamento como uma artista que valoriza o empoderamento e a conscientização social, aliado a uma postura serena nas redes, construiu para ela uma imagem de equilíbrio e controle.

Quando expôs a traição de seu companheiro, Iza também foi alvo de comentários negativos e, assim como Luísa, muitos internautas sugeriram que ela merecia a traição já que surgiram boatos de que a cantora teria traído seu ex-marido com Yuri Lima. No entanto, a reação pública foi, em grande parte, mais acolhedora, como fica evidente ao comparar os comentários nos posts de ambas no Instagram após os respectivos anúncios de traição: enquanto os comentários no post de Luísa são predominantemente piadas envolvendo Chico ou insinuações de que ela merecia a traição, os de Iza, em sua maioria, expressam apoio e mensagens de encorajamento.

Figura 14: Comentários em postagem de Luísa sobre participação no Mais Você



Fonte: Instagram²²

²²

Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cxa8Wc5OxYw/?igsh=MXM2dzMyajRqb2w5bA%3D%3D&img_index=1. Acesso em: 9 nov. 2024.

Figura 15: Comentários em vídeo de Iza anunciando a traição



Fonte: Instagram²³

²³ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C9Qfg75PPKE/?igsh=MW9ldnFqOWo5OWFvNg%3D%3D>. Acesso em: 9 nov. 2024.

4. Análise comparativa: Luísa Sonza X Iza

Este capítulo apresenta uma análise comparativa da cobertura midiática dos casos de traição envolvendo as cantoras Luísa Sonza e Iza, com foco na construção das imagens das artistas e sua influência na forma como os meios de comunicação abordaram os acontecimentos. A pesquisa se baseia em matérias publicadas até uma semana após os casos, analisando dois textos publicados em cada um dos seguintes veículos: Folha de S. Paulo, O Globo e Estadão, para cada cantora. Também são analisados o impacto dos casos na imagem das cantoras e o reflexo desses acontecimentos na imagem dos homens envolvidos.

4.1. Repercussão dos casos na imprensa tradicional

Os casos de Luísa e Iza dominaram as notícias e redes sociais, mas a repercussão na mídia foi diferente, influenciada, em grande parte, pela maneira como cada artista gerenciou sua imagem ao longo da carreira. Essa diferença impactou tanto a narrativa da mídia quanto a reação do público e a exposição midiática.

A imagem é crucial para figuras públicas, especialmente em crises. Ao se tornar celebridade, a pessoa passa a ser alvo de expectativas, sejam de fãs, críticos ou curiosos. O gerenciamento de imagem visa criar e manter uma percepção positiva, o que afeta diretamente como a pessoa será vista em situações adversas.

Quando ocorre um escândalo, como um caso de traição, a imagem construída anteriormente pode suavizar ou intensificar a cobertura da mídia. Em seu artigo “A mulher emocional: potências e riscos da feminilidade no discurso jornalístico”, Tatiane Leal (2017) analisa como o jornalismo retrata as emoções e subjetividade feminina em matérias sobre carreira. Ela argumenta que “discursos jornalísticos [...], para além de representações, trazem invenções do feminino que participam da construção da subjetividade dos indivíduos contemporâneos”. Isso evidencia como a narrativa dos veículos de comunicação molda a percepção sobre as figuras públicas.

No caso de Luísa Sonza, sua imagem, marcada por atitudes que desafiam padrões tradicionais e envolvimento em polêmicas, como seus relacionamentos amorosos e a acusação de racismo, influenciou a maneira como a mídia abordou seu episódio de traição. Por outro lado, Iza, que construiu uma imagem reservada e, no geral, positiva, além de um histórico de apoio a causas sociais, teve sua imagem refletida de forma diferente pela imprensa.

Para entender a influência da imagem na repercussão dos casos de Luísa Sonza e Iza, serão analisadas matérias dos jornais Folha de São Paulo, O Globo e Estadão, os veículos com maior

número de assinantes, segundo o Instituto Verificador de Comunicação. A análise abrangerá o período de uma semana após os episódios de traição associados às cantoras.

O período de análise da cobertura sobre Luísa foi de 20 a 27 de setembro de 2023, começando no dia em que a cantora revelou a traição. Durante esse intervalo, os três veículos publicaram, no total, 102 matérias on-line, que mencionam Luísa Sonza e Chico Moedas: 27 na Folha, 41 em O Globo e 34 no Estadão. Na Folha de S.Paulo, das 27 matérias publicadas, 17 delas, quase 63%, adotaram um tom negativo quanto à cantora. Muitos textos apresentaram uma abordagem cômica ao relatar o episódio, enquanto outros analisaram a estratégia de Luísa ao expor a traição no programa *Mais Você*. Outras, por sua vez, sequer abordam o caso de traição, focando em outros assuntos ligados à cantora, geralmente tratados de maneira negativa. Um exemplo disso é uma reportagem que destaca a multa recebida por Luísa Sonza após realizar um show não autorizado na Avenida Paulista. Os artigos de opinião, em sua maioria, trazem narrativas irônicas e fazem referências ao sensacionalismo para se referir ao anúncio da traição de Luísa Sonza, com alguns dos textos usando adjetivos como “espetaculoso” para se referir ao anúncio.

Das matérias publicadas por O Globo, quase 70% adotaram uma narrativa polêmica ou negativa em relação a Luísa Sonza. Assim como na Folha de S.Paulo, diversas matérias destacaram os memes gerados pelo caso. Além disso, algumas reportagens enfatizaram o breve período de relacionamento do ex-casal, como exemplifica a manchete: “Romance entre Luísa Sonza e Chico Moedas durou quatro meses; relembre principais momentos”. Apesar do tom majoritariamente crítico, algumas matérias e artigos de opinião enfatizaram o apoio dos fãs à cantora.

No Estadão, 25 matérias abordaram o caso de traição envolvendo Luísa Sonza. Destas, 17 (68%) apresentaram um tom negativo em relação à cantora. Como em outros veículos, foram publicados textos sobre os bares mencionados no caso e outros pontos polêmicos envolvendo Sonza, como o episódio de racismo. No entanto, o Estadão se destacou pela publicação de artigos de opinião que adotaram um tom ainda mais crítico em comparação a outros meios. Exemplos de manchetes incluem: “Tudo que sei sobre Luísa Sonza foi contra minha vontade” e “Luísa Sonza mergulha em exposição midiática, vende feminismo válido, mas esburacado”, artigos de Renato Essenfelder e Dora Guerra, respectivamente. Um dos artigos do Estadão chegou a usar a expressão “romance de streaming” para descrever o relacionamento da cantora com Chico, sugerindo uma visão de superficialidade ou encenação.

No caso de Iza, o período analisado foi de 10 a 17 de julho de 2024, em que foram publicadas um total de 68 matérias on-line mencionando a cantora ou Yuri: 21 na Folha de São

Paulo, 34 em O Globo e 13 no Estadão. Dessas, 64 traziam os nomes dos envolvidos nas manchetes.

Na Folha de S.Paulo, 17 matérias mencionaram o nome de IZA nas manchetes. Destas, apenas cerca de 23% adotaram uma narrativa polêmica em relação à cantora. A maioria das publicações destacou o anúncio de IZA sobre a traição, enfatizando seu estado de gravidez, o que reforça sua vulnerabilidade. Outras matérias abordaram o apoio de fãs e celebridades, destacando palavras da própria cantora, como: “Me fazem forte mesmo quando não preciso”. Além disso, todos os artigos de opinião adotaram um tom de empatia e apoio à artista. Já as matérias com um tom mais polêmico concentraram-se em narrativas envolvendo a mulher com quem Yuri trocava mensagens.

Das 34 matérias publicadas no O Globo, apenas quatro adotaram um tom polêmico sobre o episódio, representando menos de 12%. Três dessas matérias focaram em explicar quem é a mulher com quem o jogador trocava mensagens, enquanto a quarta tratou do término turbulento do relacionamento anterior de Iza com Sérgio Santos. A maioria dos textos destacou as mensagens de apoio de fãs e famosos à cantora, apresentou Yuri ao público e relatou o anúncio da traição.

O Estadão publicou apenas três matérias com tom negativo, correspondendo a cerca de 23%. Todas abordaram Kevelin Gomes, apontada como pivô da separação entre Iza e Yuri. Já os textos com tom positivo ou neutro destacaram declarações de Iza sobre sua filha, Nala, como: “Quero que ela cresça feliz”, além de explicações sobre quem é Yuri e, assim como em outros veículos, mensagens de apoio à cantora.

Nas seguintes páginas, serão analisadas mais profundamente as duas matérias mais relevantes, segundo o Google²⁴, publicadas em cada um dos veículos mencionados nos períodos mencionados.

A primeira matéria analisada sobre o caso de Luísa Sonza, na Folha de S.Paulo, intitulada “Fala de Luísa Sonza sobre traição no Mais Você não alavanca a audiência da Globo”, aborda o impacto limitado da entrevista da cantora no programa de Ana Maria Braga, destacando que, mesmo com o tema da traição, a audiência foi inferior à de outros programas da grade. O enfoque na audiência, mais do que no conteúdo do desabafo de Luísa, reflete como a mídia associa a relevância do tema ao interesse público.

²⁴ Para determinar as matérias mais relevantes, foi utilizada a opção 'Classificados por relevância' na aba de pesquisa do Google.

Figura 16: Manchete da Folha de São Paulo

Fala de Luísa Sonza sobre traição no Mais Você não alavanca audiência da Globo

Cantora aproveitou a participação no programa para anunciar o fim do romance que rendeu a faixa 'Chico', de seu último álbum

Fonte: Folha de S. Paulo²⁵

A matéria traz apenas um trecho da carta de Luísa, em que ela critica a normalização da traição e relata a dor causada por essa experiência, sem dar grande destaque ao anúncio em si. Além do texto, as imagens desempenham um papel significativo na construção da narrativa. Enquanto a foto de Luísa e Ana Maria chorando reforça sua vulnerabilidade e sensibilidade, o carrossel de fotos de Chico, sorridente e descontraído em cenas alegres e românticas, cria uma percepção mais leve e simpática do influenciador. Esse contraste pode favorecer a empatia do público por Chico, enquanto reduz a seriedade das emoções de Luísa.

Figura 17: Imagem apresentada na matéria da Folha de S. Paulo

Fonte: Folha de S. Paulo²⁶

²⁵ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/09/fala-de-luisa-sonza-sobre-traicao-no-mais-voce-nao-alavanca-audiencia-da-globo.shtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

²⁶ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/09/fala-de-luisa-sonza-sobre-traicao-no-mais-voce-nao-alavanca-audiencia-da-globo.shtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Ao final, a Folha inclui uma fala de Ana Maria em defesa da cantora, na qual a apresentadora demonstra empatia, destacando Luísa como uma mulher intensa e apaixonada.

No próximo artigo de opinião, de Rosana Hermann, a narrativa sobre Luísa Sonza mescla empatia e críticas à exposição pública de suas emoções. A manchete "Por que Luísa Sonza fez o 'exposed' de Chico Moedas na TV?" sugere um questionamento às intenções da cantora, insinuando motivações estratégicas para o anúncio da traição.

Figura 18: Manchete do artigo da Folha de S. Paulo

Por que Luísa Sonza fez o 'exposed' de Chico Moedas na TV?

Para jovens como ela, não há diferença entre chorar para a lente do celular ou para as câmeras



Fonte: Folha de S. Paulo²⁷

O subtítulo reforça essa visão ao associar a exposição de Luísa à superficialidade e ao estereótipo geracional: “Para jovens como ela, não há diferença entre chorar para a lente do celular ou para as câmeras”. O artigo inicia com um tom cômico, destacando a curta duração do relacionamento (64 dias) e insinuando que isso não justificaria uma reação tão pública. A escolha do programa "Mais Você" como plataforma para o anúncio é vista com ironia,

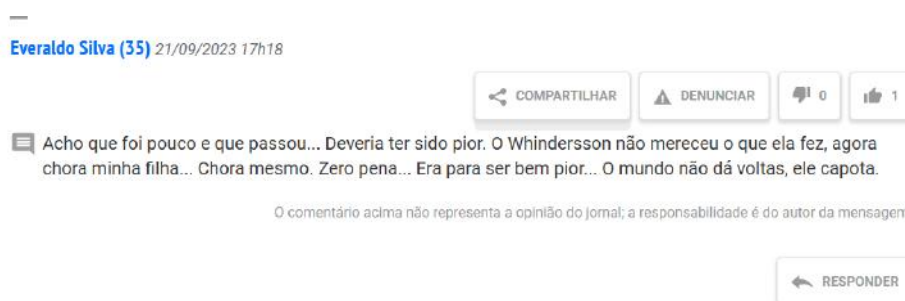
²⁷ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/rosana-hermann/2023/09/por-que-luisa-sonza-fez-o-exposed-de-chico-moedas-na-tv.shtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

sugerindo cálculo midiático para gerar um "tsunami de reações" nas redes, mesmo reconhecendo a solidariedade recebida.

O texto posiciona Luísa como alguém que transforma a dor pessoal em espetáculo midiático, explorando a espetacularização e a capitalização da vida íntima. A crítica à cultura da instantaneidade é combinada com a percepção de que essas plataformas permitem controlar a própria narrativa.

Na barra de comentários, a percepção pública sobre Luísa permanece influenciada por sua separação de Whindersson Nunes. Comentários punitivos sugerem que parte do público interpreta a traição de Chico como um "castigo merecido" por supostos erros passados. Esses comentários revelam como a imagem de Luísa ainda é moldada por eventos anteriores, interferindo na recepção de sua nova crise.

Figura 19: Comentário de leitor no artigo da Folha de S. Paulo



Fonte: Folha de S. Paulo²⁸

Na análise do O Globo, foram identificadas 41 matérias que mencionam Luísa Sonza e Chico Moedas; dessas, 39 trazem o nome de um ou ambos diretamente nas manchetes.

A primeira matéria analisada do O Globo aborda o anúncio da traição feito por Luísa Sonza no programa Mais Você. O título, “Luísa Sonza expõe traição e confirma término com Chico Moedas: 'Mexeu com a mulher errada'”, enfatiza um tom de enfrentamento e empoderamento feminino. A expressão destacada atribui assertividade à resposta de Luísa, alinhando-a a uma narrativa de força pessoal diante da crise.

Figura 20: Manchete de matéria do O Globo

²⁸ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/rosana-hermann/2023/09/por-que-luisa-sonza-fez-o-exposed-de-chico-moedas-na-tv.shtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Luísa Sonza expõe traição e confirma término com Chico Moedas: 'Mexeu com a mulher errada'

Luísa Sonza faz Ana Maria Braga chorar ao revelar, ao vivo, fim de relacionamento com namorado, para quem criou a canção de sucesso 'Chico'

Fonte: O Globo²⁹

Após contextualizar o cenário da revelação ao vivo, o texto foca em falas transcritas da cantora, como “Só quem já foi traída sabe a dor que se sente” e “Eles acreditam que somos burras, frágeis e fáceis de convencer e de manipular”. Essas escolhas ressaltam o aspecto emocional e conflituoso do discurso, amplificando a narrativa de dor e superação.

A reação de Ana Maria Braga, que chorou ao ouvir o relato, também é destacada para intensificar o caráter dramático do episódio, humanizando a apresentadora e adicionando emoção ao relato. Por fim, a única foto utilizada, mostrando Luísa e Chico juntos no festival The Town, contrasta a imagem pública de felicidade do casal com a realidade do término, criando um impacto visual que reforça a narrativa de traição.

Figura 21: Imagem apresentada na matéria do O Globo



²⁹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2023/09/20/luisa-sonza-expoe-traicao-e-confirma-termino-com-chico-moedas-mexeu-com-a-mulher-errada.ghtml>. Acesso em: 09/11/2024.

Fonte: O Globo³⁰

A segunda matéria do O Globo, com a manchete "Citado em música que Luísa Sonza fez para Chico, Bar da Cachaça se solidariza com cantora e diz que não opina sobre 'vida dos envolvidos'", destaca o posicionamento do bar, deslocando o foco da crise pessoal de Luísa.

Figura 22: Manchete de matéria do O Globo

Citado em música que Luísa Sonza fez para Chico, Bar da Cachaça se solidariza com cantora e diz que não opina sobre 'vida dos envolvidos'

Bar da Lapa viralizou em música feita pela cantora em homenagem ao influenciador

Fonte: O Globo³¹

O Bar da Cachaça, personagem secundário na situação, torna-se central, enquanto a história da cantora é relegada a segundo plano. O texto dedica várias linhas à descrição do bar, seus produtos e o Galeto Sat's, local da traição, enfatizando elementos periféricos e contribuindo para a espetacularização do episódio. A crise de Luísa é tratada como entretenimento, despersonalizando os envolvidos e apresentando o caso de forma leve, como uma fofoca. A narrativa da matéria reforça o conceito de Gatewatching, que propõe que os veículos exploram temas alinhados ao interesse do público.

³⁰ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/noticia/2023/09/21/citado-em-musica-de-luisa-sonza-bar-da-cachaca-se-solidariza-com-cantora-e-diz-que-nao-opina-sobre-vida-dos-envolvidos.ghhtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

³¹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/noticia/2023/09/21/citado-em-musica-de-luisa-sonza-bar-da-cachaca-se-solidariza-com-cantora-e-diz-que-nao-opina-sobre-vida-dos-envolvidos.ghhtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Figura 23: Imagem apresentada na matéria do O Globo



Fonte: O Globo³²

Figura 24: Imagem apresentada na matéria do O Globo

³² Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/noticia/2023/09/21/citado-em-musica-de-luiza-sonza-bar-da-cachaca-se-solidariza-com-cantora-e-diz-que-nao-opina-sobre-vida-dos-envolvidos.ghml>. Acesso em: 9 nov. 2024.



Fonte: O Globo³³

Os pronunciamentos dos bares reforçam essa abordagem. O Bar da Cachaça expressou solidariedade a Luísa pelo Instagram, mas distanciou-se ao afirmar que não opinaria sobre a "vida dos envolvidos". Já o Galeto Sat's usou o ocorrido para promover o restaurante, abordando o caso de forma cômica e capitalizando sobre a situação.

No Estadão, 26 das matérias registradas trazem os nomes de Luísa Sonza e/ou Chico nas manchetes, destacando a visibilidade midiática do caso e o interesse público que gerou. A primeira matéria analisada, intitulada "Advogada que processou Luísa Sonza posta desabafo: 'Preciso virar essa página'", foca na acusação de racismo e no processo judicial contra Luísa Sonza, sem mencionar a traição.

Figura 25: Manchete de matéria do Estadão

Notícia • Estadão / E+ / Gente

Advogada que processou Luísa Sonza posta desabafo: 'Preciso virar essa página'

'Não é fácil. Choro, medito e oro para me fortalecer', diz Isabel Macedo, que chegou a um acordo na Justiça após acusação de racismo à cantora

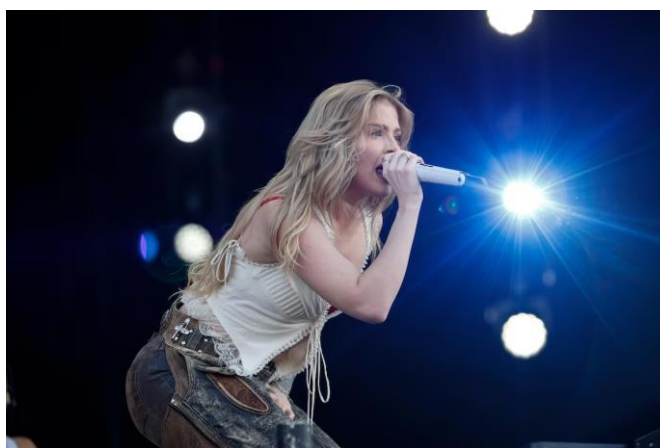
³³ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/noticia/2023/09/21/citado-em-musica-de-luisa-sonza-bar-da-cachaca-se-solidariza-com-cantora-e-diz-que-nao-opina-sobre-vida-dos-envolvidos.ghml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Fonte: Estadão³⁴

O destaque dado às falas da advogada Isabel Macedo constrói uma narrativa de empatia, sugerindo que o episódio foi um trauma em sua vida. Citações como “Choro, medito e oro para me fortalecer” enfatizam sua fragilidade emocional, contrastando com a aparente indiferença de Luísa, o que pode polarizar a percepção do leitor. A fala de Isabel sobre amadurecimento também reforça a narrativa de superação.

O texto inclui duas imagens: uma de Luísa Sonza no festival The Town, sugerindo "impunidade" diante do caso, e outra com prints dos desabafos de Isabel. A imagem de Luísa, associada à sua visibilidade, reforça a oposição simbólica entre a cantora, bem-sucedida, e Isabel, mais vulnerável. Essa construção narra uma vilanização implícita de Sonza e um resgate de Isabel pela fragilidade.

Figura 26: Imagem apresentada na matéria do Estadão



Fonte: Estadão³⁵

Esse efeito é retomado ao final da matéria, quando o Estadão lembra que, em 2020, Luísa negou as acusações de racismo, destacando sua reflexão sobre o racismo estrutural, mas

³⁴ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/luisa-sonza-advogada-isabel-macedo-processo-racismo-acordo-texto-instagram-nprec/#:~:text=A%20advogada%20Isabel%20Macedo%20processou,e%20eu%20tinha%20viajado%20sozinha..> Acesso em: 9 nov. 2024.

³⁵ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/luisa-sonza-advogada-isabel-macedo-processo-racismo-acordo-texto-instagram-nprec/#:~:text=A%20advogada%20Isabel%20Macedo%20processou,e%20eu%20tinha%20viajado%20sozinha..> Acesso em: 9 nov. 2024.

sem apresentar atitudes concretas contra ele. Sua declaração de arrependimento, sem ações diretas, pode parecer insuficiente: “A nossa educação é racista, a nossa estrutura é racista, a nossa sociedade funciona de forma racista”. Por fim, a matéria revela que Luísa ofereceu um acordo financeiro a Isabel, sem divulgar os valores, possivelmente para evitar danos à sua imagem pública.

A segunda matéria, intitulada “Advogada que processou Luísa Sonza por racismo confirma acordo e acusação comenta caso; veja”, trata do desfecho do processo movido por Isabel Macedo contra Luísa Sonza. Publicada pelo Estadão, a reportagem é objetiva e informativa, detalhando o acordo judicial e a retratação pública da cantora.

Figura 27: Manchete da matéria do Estadão



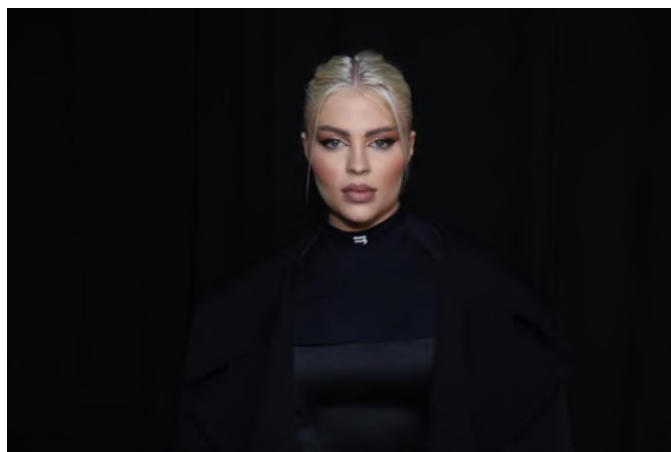
Fonte: Estadão³⁶

A matéria inclui uma linha do tempo do caso, desde 2018 até a resolução em 2024, destacando que Luísa negou as acusações inicialmente e só se retratou mais tarde. Esse foco na demora de Luísa em reconhecer o problema reforça a narrativa de uma reação defensiva. Embora a cantora tenha se retratado e buscado o acordo, a matéria enfatiza mais suas respostas tardias e reações controversas, e a citação sobre o racismo estrutural parece diluir sua responsabilidade, sugerindo que suas ações foram mais reativas do que proativas.

Além disso, a foto escolhida pela matéria, com Luísa vestindo preto e com uma maquiagem pesada, cria uma imagem tendenciosa, associando-a a uma imagem de “vilã”.

³⁶ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/advogada-processou-luisa-sonza-racismo-acordo-acusacao-comenta-caso-veja-nprec/?srsltid=AfmBOorLubP9DPjDuYYHJ777duQM4X09MagdWW6Hfn0DtbYKq52WQwhO>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Figura 28: Imagem apresentada na matéria do Estadão



Fonte: Estadão³⁷

Os três veículos, ao priorizarem temas adicionais e enfoques “polêmicos”, evidenciam como a imagem pública construída por Luísa ao longo dos anos influencia o tom e a abordagem da mídia. Sua exposição constante e envolvimento em polêmicas anteriores resultam em uma cobertura que é, muitas vezes, menos favorável e mais crítica.

A cobertura do caso de traição envolvendo Iza pareceu adotar um tom mais empático em comparação com a de Luísa Sonza, o que reflete algumas diferenças na abordagem da imprensa e na percepção das figuras públicas envolvidas.

O período escolhido para a análise da cobertura sobre IZA foi de 10 a 17 de julho de 2024, começando no dia em que a cantora publicou o vídeo anunciando o término com Yuri. Durante esse intervalo, os três veículos publicaram um total de 68 matérias on-line mencionando IZA ou Yuri: 21 na Folha de São Paulo, 34 em O Globo e 13 no Estadão. Dessas, 64 traziam os nomes dos envolvidos nas manchetes. O volume de matérias sobre o caso de IZA foi significativamente menor do que o de Luísa Sonza, o que já evidencia uma diferença na cobertura. Um dos possíveis motivos é o pedido de IZA para que “respeitassem o momento” dela. Além disso, sua vida, historicamente mais reservada, oferece menos elementos para polêmicas ou especulações, ao contrário do caso de Luísa.

Das 21 matérias publicadas na Folha, 17 têm o nome de Iza ou Yuri nas manchetes. A primeira matéria analisada, intitulada “Como Iza, que foi traída grávida, expurgou último término com ‘Afrodhit’”, cria um tom de solidariedade ao destacar a traição sofrida por Iza

³⁷ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/advogada-processou-luisa-sonza-racismo-acordo-acusacao-comenta-caso-veja-nprec/?srsltid=AfmBOorLubP9DPjDuYYHJ777duQM4X09MagdWW6Hfn0DtbYKq52WQwhO>. Acesso em: 9 nov. 2024.

enquanto grávida, intensificando o peso emocional do ocorrido e gerando empatia. O termo "expurgou" sugere que a cantora usou a música como uma forma de cura e fortalecimento, transformando sua dor em arte, o que a retrata como resiliente.

Figura 29: Manchete de matéria da Folha de S. Paulo

Como Iza, que foi traída grávida, expurgou último término com 'Afrodhit'

Músicas do álbum, como 'Nunca Mais', 'Que se Vá' e 'Tédio', repercutem o fim do casamento da artista e de Sérgio Santos

Fonte: Folha de S. Paulo³⁸

A matéria explora como Iza canalizou suas experiências pessoais em seu álbum Afrodhit, destacando faixas como "Nunca Mais" e "Que se Vá", que são apresentadas como reflexões sobre suas vivências, mesmo que a cantora tenha negado que as letras sejam sobre um ex-específico. A escolha de focar na arte em vez de expor sua vida pessoal respeita a privacidade da cantora, alinhando-se à sua imagem de artista reservada e centrada em sua música.

³⁸ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2024/07/iza-que-foi-traida-gravida-e-se-separou-expurgou-ultimo-termino-com-afrodhit.shtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

A matéria também contrasta o comportamento público de Iza, discreta após o término com Sérgio Santos, com o tom mais duro e ressentido das músicas, destacando a complexidade emocional da cantora.

O próximo artigo de opinião analisado apresenta um tom de união e empatia, evidenciado pelo título "Somos todas Iza!".

Figura 30: Manchete de artigo da Folha de S. Paulo

Somos todas Iza!

Não dá para imaginar o que Iza está sentindo, mas dá para enviar boas vibrações, torcer para que ela fique bem



Fonte: Folha de S. Paulo³⁹

A autora Rosana Hermann adota uma abordagem emocional, conectando-se diretamente com o público através de perguntas retóricas, como “Como pode?”, para expressar indignação. Ao afirmar que não é possível imaginar o que Iza está sentindo, mas é possível

³⁹ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/rosana-hermann/2024/07/somos-todas-iza.shtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

enviar boas vibrações, a matéria reforça um apoio ativo à cantora, criando um senso de solidariedade.

Iza é retratada como uma mulher talentosa e admirada, contrastando com o ex-marido, Yuri Lima, descrito de forma negativa, com termos como “homem sem escrúpulo” e “judas”. A matéria constrói uma narrativa clara de vilão e vítima, destacando o apoio à Iza por figuras públicas como Luana Piovani, Anitta e Giovanna Ewbank.

O uso de humor, como o comentário "O Yuri Lima ganhou na mega sena e perdeu tudo no jogo do tigrinho", acrescenta leveza ao texto, enquanto reforça a união do público em torno de Iza. A autora sugere que a superação de Iza seja uma inspiração para outras mulheres, transformando a dor em exemplo de força e resiliência.

No O Globo, todas as matérias que saíram no período selecionado mencionaram Iza ou Yuri nas manchetes. A matéria mais relevante, segundo o Google, foi a de manchete: "'Conversa com Bial' exibirá entrevista editada de Iza após cantora revelar traição e anunciar fim do relacionamento com Yuri Lima". A gravação ocorreu antes da revelação, o que exigiu ajustes na edição.

Figura 31: Manchete de matéria do O Globo

'Conversa com Bial' exibirá entrevista editada de Iza após cantora revelar traição e anunciar fim do relacionamento com Yuri Lima

Fonte: O Globo⁴⁰

A decisão de transmitir o episódio, mesmo editado, reflete a necessidade de equilibrar os interesses comerciais com a sensibilidade do momento. A nota oficial da Globo sobre o processo de edição reforça a transparência da emissora.

A reportagem também menciona a reação dos fãs, que pediram para que a entrevista não fosse transmitida devido ao estado emocional de Iza. O apoio a Iza é reforçado com a

⁴⁰ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/play/noticia/2024/07/11/conversa-com-bial-tera-entrevista-com-iza-editada.ghhtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

citação de celebridades como Anitta, Lázaro Ramos, Astrid Fontenelle, Fernanda Rodrigues e Luana Piovani, mostrando a solidariedade do meio artístico.

Um elemento interessante do texto é a escolha da imagem de Iza para ilustrar a matéria. A foto mostra Iza grávida, mas é uma imagem que transmite a sensação de força e independência.

Figura 32: Imagem apresentada na matéria do O Globo



Fonte: O Globo⁴¹

Na segunda matéria analisada do O Globo, o ponto principal é a gratidão expressa por Iza nas redes sociais após expor o caso de traição, com a manchete "Iza agradece apoio após expor traição de Yuri Lima: 'Me sentindo abraçada'". A matéria mostra que Iza expressou surpresa e conforto pelo apoio de fãs, amigos e colegas, dizendo que estava “se sentindo abraçada”.

⁴¹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/play/noticia/2024/07/11/conversa-com-bial-tera-entrevista-com-iza-editada.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

Figura 33: Manchete de matéria do O Globo

Iza agradece apoio após expor traição de Yuri Lima: 'Me sentindo abraçada'

Grávida de seis meses, cantora expôs na última quinta (11) caso de traição do jogador de futebol

Fonte: O Globo⁴²

A matéria também apresenta a versão de Yuri Lima, que assumiu sua responsabilidade e se referiu às suas ações como “erro” e “fraqueza”. Ele alegou que suas palavras foram influenciadas pelo ego e negou encontros com Kevelin, com quem trocava mensagens de teor sexual, após iniciar o relacionamento com Iza. Após o anúncio, a cantora recebeu apoio de fãs e figuras públicas, reforçando sua imagem de respeito e admiração, mesmo em meio à turbulência emocional.

Além disso, a imagem escolhida para ilustrar o texto, de Iza grávida abraçando a barriga, transmite compaixão diante do caso.

Figura 34: Imagem apresentada em matéria do O Globo



Fonte: O Globo⁴³

⁴² Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2024/07/11/iza-agradece-apoio-apos-expor-traicao-de-yuri-lima-me-sentindo-abracada.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

⁴³ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2024/07/11/iza-agradece-apoio-apos-expor-traicao-de-yuri-lima-me-sentindo-abracada.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

No Estadão, todas as matérias publicadas no intervalo de 10 a 17 de julho mencionaram o nome de Iza ou Yuri. A primeira matéria mais relevante, segundo o Google, é a manchete "Iza desabafa sobre traição de Yuri Lima: 'Vai ser um show de horrores'; ela está grávida do jogador". O título transmite empatia, destacando tanto a traição quanto a gravidez de Iza. A citação "vai ser um show de horrores" envolve o leitor no sofrimento da cantora.

Figura 35: Manchete de matéria do Estadão

Notícia • Estadão / E+ / [Gente](#)

Iza desabafa sobre traição de Yuri Lima: 'Vai ser um show de horrores'; ela está grávida do jogador

A cantora publicou um vídeo nas redes sociais explicando como a traição foi revelada; entenda o caso e veja o vídeo

Fonte: Estadão⁴⁴

A matéria usa falas diretas de Iza, retiradas de um vídeo nas redes sociais, humanizando-a e reforçando sua imagem como vítima. Mesmo tentando manter sua privacidade, Iza decidiu expor sua situação devido à gravidade do caso. O texto enfatiza sua resiliência e dignidade, destacando que ela tentou controlar a narrativa antes que se transformasse em um "circo".

⁴⁴ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/iza-gravida-traicao-yuri-lima-fim-namoro-video-nprec/>. Acesso em: 9 nov. 2024.

A inclusão de um pedido de desculpas de Iza à família de Yuri também reforça sua imagem de pessoa ética e sensível, mostrando que, apesar da dor, ela se mantém generosa e empática.

A segunda matéria analisada do Estadão foca na participação de Iza no programa *Conversa com Bial*, onde ela compartilha expectativas sobre a maternidade e seu próximo álbum. Com a manchete “Quero que ela cresça feliz, com uma autoestima maravilhosa”, a matéria destaca os desejos de Iza para a filha, oferecendo um contraponto positivo ao impacto emocional da traição. Isso coloca Iza como uma mulher focada na criação de um ambiente saudável para sua filha e reforça sua imagem de resiliência.

A edição da entrevista para excluir menções a Yuri Lima é uma tentativa de proteger a imagem de Iza, evitando a associação direta com o escândalo e preservando sua narrativa como figura pública respeitável. O resumo da traição é tratado brevemente no final do texto, priorizando a narrativa de resiliência. As fotos escolhidas também transmitem simpatia, com Iza sorrindo e segurando a barriga, reforçando a imagem positiva da cantora.

Figura 36: Imagem apresentada em matéria do Estadão



Fonte: Estadão⁴⁵

⁴⁵ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/iza-gravida-traicao-yuri-lima-fim-namoro-video-nprec/>. Acesso em: 9 nov. 2024.

A imagem de Iza como uma pessoa empática e reservada parece ter levado a mídia a adotar uma abordagem mais respeitosa em relação à sua vida pessoal. Esse tratamento reflete o respeito que Iza conquistou, tanto pelo talento quanto pelo comportamento reservado, distinguindo-a de outras celebridades, frequentemente alvo de abordagens midiáticas mais invasivas.

A diferença de tom entre as matérias relacionadas a Iza e Luísa parece se alinhar com a imagem pública que cada uma construiu ao longo de suas carreiras. Enquanto Iza é amplamente vista como uma figura mais reservada e discreta, Luísa é conhecida por uma personalidade pública mais expansiva e pelo enfrentamento de questões controversas de maneira aberta. Esses perfis distintos podem influenciar a forma como a imprensa molda suas coberturas.

As matérias analisadas refletem o fenômeno da espetacularização, com a mídia moldando as identidades públicas das cantoras por meio de imagens e narrativas. A exposição de suas vidas pessoais, especialmente as relações amorosas, exemplifica a ideia de Paula Sibilia sobre a perda do caráter "privado", que se torna cada vez mais visível com as tecnologias. As narrativas midiáticas, frequentemente moldadas pelas tendências nas redes sociais, estão alinhadas ao conceito de Gatewatching, em que a escolha de temas e ângulos é influenciada pelos interesses e discussões em plataformas digitais.

Dessa forma, as matérias analisadas não apenas evidenciam a sociedade do espetáculo, mas também a sociedade de controle, em que, ao exporem suas vidas privadas na mídia — tanto na imprensa tradicional quanto nas redes sociais — as artistas se inserem em um ciclo constante de exposição, transformando suas "intimidades" em produtos de consumo.

4.2. Impacto na imagem das cantoras

A imagem, somada ao espetáculo midiático e à presença nas redes sociais, desempenha um papel crucial na forma como o público julga as situações pessoais das celebridades. A maneira como esses eventos privados são abordados pela mídia e pelas plataformas digitais não só afeta a percepção pública das artistas, mas também pode refletir a maneira como essas figuras públicas foram construídas ao longo do tempo.

O caso das traições de Luísa Sonza e Iza ilustra como o impacto da mídia vai além das questões pessoais e se reflete em suas imagens públicas, sendo muitas vezes influenciado por estereótipos e construções sociais relacionadas ao gênero.

No caso de Luísa Sonza, o anúncio da traição de Chico Moedas foi seguido por uma onda de repercussões que misturaram apoio com deboches e ataques. Após a revelação pública do término, a cantora foi alvo tanto de solidariedade quanto de um discurso negativo nas redes sociais. Por um lado, ela recebeu apoio de muitos fãs que a apoiaram no difícil momento. No entanto, uma parte significativa da resposta pública se transformou em uma série de piadas e memes.

Essa recepção é vinculada aos boatos de que Luísa havia traído seu ex-marido, Whindersson Nunes e que parecia servir como justificativa para a traição de Chico. Além disso, alguns internautas chamaram a traição de "reparação histórica", comentário que se refere à acusação de racismo que Luísa havia enfrentado anteriormente.

A imagem pública de Luísa passou a ser vinculada à figura de alguém que, para parte do público, parecia estar constantemente em busca de atenção e tentando se vitimizar. Esse estigma foi intensificado por sua postura nas redes sociais, como no caso de uma foto que a cantora postou em que se vestia de “coroa”.

Figura 37: Luísa Sonza fantasiada de “coroa”



Fonte: Instagram⁴⁶

Por outro lado, o caso de Iza, embora também envolvesse uma situação de traição, foi tratado de maneira bastante distinta pela mídia e pelos fãs. Desde o anúncio público de que havia sido traída, Iza parecia ser mais acolhida pelas redes sociais e pela mídia em geral. O vídeo em que anunciou o episódio acumulou milhões de visualizações e milhares de comentários, sendo em sua maioria de apoio e solidariedade.

A imagem pública de Iza, mais associada a uma imagem de força e autenticidade, pareceu gerar uma identificação mais direta com seu público, que não apenas a defendeu, mas também demonstrou carinho por sua postura calma e focada no trabalho.

No entanto, apesar do apoio, Iza também enfrentou críticas e especulações, especialmente de parte do público masculino. Alguns internautas, movidos por preconceitos de gênero e motivados por rumores infundados, chegaram a afirmar que a cantora "merecia" ser traída devido à alegada traição de Iza com Yuri enquanto ainda estava em um relacionamento com seu ex, Sérgio Santos. Esse tipo de comentário revela como, no imaginário coletivo, as mulheres são muitas vezes culpabilizadas ou vistas com desconfiança quando envolvidas em dinâmicas relacionais.

Em outro momento, quando começaram a circular rumores sobre a reconciliação de Iza com Yuri, ela sofreu uma onda de ódio, mostrando o quanto a vida pessoal das mulheres é constantemente monitorada e julgada, muitas vezes de forma cruel e sem espaço para “falhas” humanas.

Apesar das críticas, Iza seguiu com sua agenda de trabalho, o que destacou sua dedicação e profissionalismo diante de um grande desafio pessoal. No entanto, pós o nascimento de sua filha, Nala, Iza se manteve discreta e distante dos holofotes, focando em sua vida privada.

Para ambas as artistas, as imagens públicas foram moldadas pela forma como os casos de traição foram tratados. A imagem pública de Luísa foi mais afetada por críticas duras, frequentemente ligadas ao machismo, enquanto Iza foi mais protegida, embora também tenha enfrentado críticas.

⁴⁶

Disponível em:
https://www.instagram.com/p/C3MEoJrMkAO/?igsh=MXVyODdjZ2hheHNidg%3D%3D&img_index=1.
Acesso em: 9 nov. 2024.

Isso revela como a sociedade adota uma abordagem desigual em relação a figuras femininas, especialmente no campo da fama, em que as mulheres são mais vulneráveis a estigmas de vitimização ou traição, sem o mesmo acolhimento dado a homens em situações semelhantes.

4.3. Impacto na imagem dos homens envolvidos

Os anúncios de traição afetaram de forma desigual as imagens públicas de Luísa Sonza e Iza, com os homens envolvidos, como Yuri Lima, frequentemente tendo suas imagens preservadas ou até fortalecidas. Enquanto as cantoras enfrentaram julgamentos negativos, os homens, em geral, foram vistos com mais compreensão ou até admiração em algumas narrativas sociais, resultando em uma repercussão mais neutra ou positiva.

Yuri Lima, por exemplo, teve sua imagem afetada de forma menos severa. Apesar de perder um contrato publicitário e enfrentar críticas nas redes sociais, sua popularidade cresceu, com um aumento de 150 mil seguidores em um dia após o anúncio da traição. Em agosto de 2024, ele havia alcançado 622 mil seguidores.

Após o episódio, Yuri rescindiu seu contrato com o Mirassol “em comum acordo” com o clube, de acordo com o portal GE, mas continuou a atrair o interesse de outros clubes, como a Ponte Preta, embora tenha recusado a proposta. Desde então, tem se mantido discreto, sem aparições significativas na mídia, além de rumores sobre um possível retorno com Iza e o nascimento de Nala.

O caso de Chico Moedas, por outro lado, é um exemplo ainda mais explícito de como o público pode acolher positivamente figuras masculinas em casos de traição. Chico ganhou visibilidade ao participar das lives de Casimiro Miguel, mas foi o relacionamento com Luísa Sonza e o anúncio da traição que impulsionaram sua popularidade. O lançamento da música “Chico” lhe rendeu quase 300 mil seguidores em duas semanas. Após a traição, sua popularidade cresceu ainda mais, com cerca de dez mil seguidores ganhados em um único dia, mesmo após a suspensão temporária de sua conta no Instagram.

No fim de 2023, a imagem de Chico foi associada à música “Aquariano Nato.”, dos MCs Saci e Pretchako. Um vídeo de 21 segundos, conhecido como “edit do Chico Moedas,” viralizou no X, antigo Twitter, mostrando imagens dele em momentos descontraídos ao som dos versos da canção, que dizem: “ ‘Nós’ é o terror do Kama Sutra/ Aquariano nato quebra a cama dessas puta/ comi sua amiga, me desculpa”. O hit, que faz referência a uma figura sedutora e infiel, contribuiu para reforçar o estigma do “homem traidor”, mas de maneira

curiosamente positiva para Chico, que se tornou símbolo de desejo e carisma para muitos seguidores.

Figura 38: Print do edit de Chico



Fonte: X (Twitter)⁴⁷

Em 2024, Chico lançou o canal "Aqueles Caras", com vídeos que atingiram até 8 milhões de visualizações e conquistaram quase 3 milhões de inscritos, além de gerar contratos publicitários para o grupo.

Assim, tanto Yuri quanto Chico saíram dos escândalos com suas imagens públicas preservadas ou até fortalecidas, contrastando com as reações negativas enfrentadas por Luísa Sonza e Iza.

⁴⁷ Disponível em: <https://x.com/steimas/status/1748446054356267395?s=46>. Acesso em: 9 nov. 2024.

5. Considerações finais

Este trabalho se propôs a investigar a influência das construções de imagem pública sobre a percepção de crises pessoais, especificamente nos casos de Luísa Sonza e Iza, duas figuras proeminentes do cenário musical brasileiro. Partindo dos fundamentos teóricos da espetacularização e da sociedade de controle, foi explorado como as redes sociais têm ampliado a exposição pública da vida privada e como a gestão de imagem se tornou uma prática essencial para figuras públicas. A partir de uma análise comparativa, ficou evidente que, embora ambas as artistas enfrentem intensa exposição, as reações do público e da mídia divergem significativamente, em parte devido à imagem que cada uma cultivou ao longo de suas trajetórias.

As plataformas digitais, ao permitirem uma rápida disseminação de informações, exercem um papel fundamental na maneira como o público percebe e reage a eventos pessoais de figuras públicas. Em uma sociedade onde a mídia social configura um novo espaço de espetáculo, a privacidade se torna cada vez mais restrita e permeável à interpretação coletiva. Este estudo evidenciou que, enquanto Luísa Sonza e Iza compartilharam experiências de traição, a resposta do público foi moldada pelas diferentes imagens associadas a cada cantora. Isso reflete a capacidade das redes sociais de não apenas amplificar esses eventos, mas de

também servir como um canal onde o público reforça narrativas e estereótipos preexistentes, moldando a reputação das personalidades envolvidas.

O caso de Luísa Sonza exemplifica como a exposição midiática pode tanto impulsionar uma carreira quanto atrair críticas. Em uma cultura que valoriza a autenticidade, a exposição de aspectos íntimos da vida pessoal, como as declarações feitas no programa *Mais Você*, pode ser interpretada pelo público como vulnerabilidade e honestidade. No entanto, essa mesma exposição pode ser alvo de críticas que associam tal atitude a estratégias de autopromoção, o que, em um ambiente digital, pode polarizar as opiniões dos fãs e críticos. A análise da trajetória de Luísa revela que sua imagem pública, marcada por uma postura forte e combativa, influenciou a forma como o público percebeu seu relato sobre a traição, provocando reações diversas que refletem o poder da espetacularização na consolidação e distorção da imagem pública.

Iza, por sua vez, ao anunciar o término de seu relacionamento e a traição por meio de um vídeo nas redes sociais, utilizou um recurso direto de comunicação com o público que, mesmo transmitindo um relato pessoal, reforçou sua imagem de integridade e equilíbrio. Como uma artista que construiu sua imagem baseada em autenticidade e responsabilidade social, a reação do público e da mídia foi majoritariamente solidária, evidenciando que a imagem prévia da cantora influenciou diretamente a recepção de sua crise pessoal. Esse contraste entre as recepções dos casos de Luísa e Iza sugere que a construção e manutenção de uma imagem pública coerente são fatores decisivos para o apoio do público em situações de crise.

Além disso, as reações aos casos de traição revelam estereótipos de gênero persistentes e as pressões distintas que homens e mulheres enfrentam no cenário midiático. A imagem pública das cantoras, embora moldada por suas próprias ações e escolhas, também é influenciada pelas expectativas sociais que recaem sobre as mulheres, especialmente em situações de crise conjugal ou de imagem. Nesse contexto, a análise das reações midiáticas e do público destaca como a espetacularização de crises pessoais impacta não apenas a vida das figuras públicas, mas também reforça normas sociais e estereótipos de gênero.

Portanto, este estudo contribui para a compreensão do papel das redes sociais na amplificação de crises e na formação da opinião pública sobre figuras públicas, especialmente quando questões de vida íntima são expostas. A espetacularização da vida privada, como vimos, é um reflexo das dinâmicas contemporâneas da sociedade de controle, onde a vida íntima se torna objeto de consumo público e julgamento. Ao longo da pesquisa, ficou evidente que o impacto da mídia digital na construção da imagem pública é mais profundo do que o

simples aumento da visibilidade; ele influencia diretamente o julgamento social e a credibilidade das figuras públicas, ampliando a complexidade da gestão de imagem.

Por fim, os achados deste estudo ressaltam a necessidade de uma abordagem crítica sobre as expectativas sociais e os impactos das mídias digitais, sugerindo que, em uma sociedade onde o controle e o julgamento social são constantes, figuras públicas devem estar cada vez mais preparadas para lidar com a espetacularização de suas vidas e para gerenciar crises com transparência e estratégia.

Contudo, vale destacar que ainda existem outros temas a serem explorados em pesquisas futuras sobre temas relacionados à espetacularização da vida privada e a imagem nas redes sociais. Uma possível linha de aprofundamento seria ampliar a análise dos casos de traição, considerando como escândalos e crises de imagem impactam personalidades nas redes sociais. Outra possibilidade de estudo envolve investigar a influência de algoritmos e da lógica das plataformas digitais na amplificação e moldagem da narrativa em torno de escândalos de traição. Por fim, sugere-se explorar as diferenças na percepção do público sobre casos de traição, observando como as reações variam quando o envolvido é homem ou mulher, para entender melhor as expectativas e julgamentos relacionados ao gênero e à moralidade no espaço público.

6. Referências bibliográficas

- ARGENTI, Paul. **Comunicação Empresarial: A Construção da Identidade, Imagem e Reputação**. São Paulo: Elsevier, 2014.
- BRUNS, Axel. **Gatewatching: Collaborative Online News Production**. New York: Peter Lang, 2005.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. [S.l.]: [s.n.], [s.d.].
- BRUNO, Fernanda. **Mapas de crime: vigilância distribuída e participação na cibercultura**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 29, p. 58-71, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1967.
- DELEUZE, Gilles. **Post-scriptum sobre as sociedades de controle**. In: DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1990.
- FOUCAULT, Michel. **Sociedade disciplinar**. In: FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1977.
- GONZÁLEZ, Lélia. **Racismo e sexismo na cultura brasileira**. 1984.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.
- KUNSCH, Margarida M. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- LEAL, Tatiane. **A mulher emocional: potências e riscos da feminilidade no discurso jornalístico**. Revista Rumores, São Paulo, n.21, v. 11, 2017.
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald L. **The Agenda-Setting Function of Mass Media**. Public Opinion Quarterly, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972.
- PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**. 8. ed. São Paulo: Alínea, 2015.
- RODRIGUEZ, Pablo Estebán. **Espectáculo do dividual: Tecnologias do eu e vigilância distribuída nas redes sociais**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 27, p. 113-123, 2015.
- ROSA, Mário. A reputação sob a lógica do tempo real. *Organicom*, v. 4, n. 7, p. 58-69, 2007.
- SIBILIA, Paula. **Autenticidade e performance: a construção de si como algo visível**. Revista Fronteiras. 2015.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. 2016.
- SIBILIA, Paula. **O universo doméstico na era de extimidade**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 22, n. 3, p. 1-14, 2015.