

ANÁLISE DE DISCURSO SOBRE JUSTIN BIEBER NO JORNAL *FOLHA DE S.PAULO*: REPRESENTAÇÕES DO CANTOR EM SUAS QUATRO VISITAS AO BRASIL

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Coordenadoria de Fomento à Pesquisa - Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Vitória de Paula Thomas de Almeida ¹
Apoio: PIVIC Mackenzie

Anderson Gurgel Campos ²

Centro de Comunicação e Letras (CCL) ¹
Centro de Comunicação e Letras ²

< vitoriapaula.almeida@mackenzista.com.br >
< anderson.campos1@mackenzie.br >

RESUMO

O presente trabalho analisa como a *Folha de S.Paulo* construiu a imagem de Justin Bieber nas coberturas de 2011, 2013, 2017 e 2022, anos em que o artista esteve em turnê no Brasil. Utilizando método misto, combinando o levantamento quantitativo de menções no acervo impresso com o qualitativo a partir da Análise de Discurso em dois níveis, o textual: léxico/rótulos e o estrutural: título, lide e organização. O objetivo deste artigo é identificar que enquadramentos prevalecem e compreender como a *Folha de S.Paulo* moldou a figura do cantor canadense. O estudo apoia-se em Cremilda Medina, Stuart Hall, Eni Orlandi e Maria Cláudia Pimentel, que oferecem teorias da comunicação, análise de discurso, representação midiática e celebridade. A relevância deste estudo está em compreender como a imprensa tradicional faz a cobertura de celebridades, neste caso de Justin Bieber, e em como os efeitos de sentido são produzidos pela estrutura da notícia.

Palavras-chave: Justin Bieber, Angulação, Efeitos de Sentido, Celebridade, Análise de Discurso

ABSTRACT

This study analyzes how *Folha de S.Paulo* constructed the image of Justin Bieber in the coverage of 2011, 2013, 2017, and 2022, years when the artist was on tour in Brazil. Using a mixed method, combining the quantitative survey of mentions in the print archive with the qualitative approach through Discourse Analysis at two levels, the textual: lexicon/labels and the structural: headline, lead, and organization. The aim of this article is to identify which frames prevail and to understand how *Folha de S.Paulo* shaped the figure of the Canadian singer. The study is based on Medina (1978), Hall (2016), Orlandi (2005), and Pimentel (2005), who offer theories of communication, discourse analysis, media representation, and celebrity. The relevance of this study lies in understanding how the traditional press covers celebrities, in this case Justin Bieber, and also how meaning effects are produced by the structure of the news.

Keywords: Justin Bieber, Framing, Meaning Effects, Celebrity, Discourse Analysis

1. INTRODUÇÃO

O Brasil recebeu Justin Bieber em quatro momentos: 2011, 2013, 2017 e 2022. Cada uma dessas passagens retrata um momento diferente na vida e carreira do cantor. O ano de 2011 marcou a primeira vez que Bieber veio ao Brasil, com apenas 17 anos, para apresentar sua turnê *My World*. Em 2013, no auge dos seus 19 anos, o canadense retornou ao país com a *Believe Tour*. Pode-se considerar, devido a episódios de pichação no Rio de Janeiro e abandono do palco em São Paulo, que esse foi o período de maior instabilidade na imagem do cantor que demonstrava uma personalidade diferente daquela de dois anos atrás. Os anos de 2017, com a *Purpose World Tour*, e 2022, com a *Justice World Tour*, encontraram um Justin Bieber adulto e com novos ideais, porém em 2022 o canadense vivia um momento delicado com sua saúde mental e precisou cancelar metade da turnê, incluindo o show em São Paulo.

Desde o início de seu sucesso, a vida de Bieber foi amplamente retratada pela mídia e imprensa internacional, em especial, a brasileira. Neste cenário, o recorte temporal escolhido permite a análise de materiais jornalísticos que mostram como a imagem de Justin Bieber foi desenvolvida pela imprensa tradicional, representada neste estudo pelo jornal *Folha de S.Paulo*, nos períodos em que o cantor frequentou o Brasil.

Na *Folha de S.Paulo*, a primeira aparição de Justin Bieber ocorreu em 2010; ao longo desse ano, ele foi mencionado 32 vezes. Em 2011, ano de sua passagem pelo Brasil, o número saltou para 233 menções. Em 2013, quando retornou ao país, foram 96 menções. Em 2017 e 2022, registraram-se 53 e 21 menções, respectivamente. Esses números referem-se ao acervo digital da edição impressa da *Folha de S.Paulo*, a partir da busca pelo termo exato “Justin Bieber”, no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de cada um dos quatro anos analisados, não foram excluídas duplicatas.

Ainda assim, apesar da ampla cobertura midiática, observa-se uma lacuna em relação à análise sistemática dos discursos utilizados pela imprensa ao longo das visitas ao Brasil. Uma vez que a imprensa tem o poder da informação nas mãos é preciso estar atento à forma como ela é compartilhada, visto que, muitas vezes, pode comprometer a interpretação individual do leitor, como afirma Shaw (1979), “A mídia, ao descrever e detalhar o que existe no mundo, apresenta às pessoas uma lista do que pensar e sobre o que falar” (Shaw, 1979, p.97).

Para este artigo, adota-se o termo discurso na definição de Stuart Hall, a partir de Foucault, de que ele “governa a forma com que o assunto pode ser significativamente falado e debatido, e também influencia como ideias são postas em prática e usadas para regular a conduta dos outros” (Hall, 2016, p.80).

O discurso será observado em dois eixos: primeiro o textual, ou seja, as escolhas léxicas, adjetivos e rótulos. Depois, a construção estrutural por meio dos títulos, lides e a angulação das matérias. Para, então, fazer a comparação entre os quatro anos.

Para dar conta do que se propôs, foi feito um levantamento quantitativo: com a contagem de quantas vezes o termo exato “Justin Bieber” aparece no acervo digital da edição impressa da *Folha de S.Paulo*. A ideia inicial era cobrir 2010–2022, mas o volume passava de 700 menções e impediria aprofundar a leitura. Por isso, foram mantidos os quatro anos em que ele esteve no Brasil (2011, 2013, 2017 e 2022), considerando de 1º de janeiro a 31 de dezembro de cada ano. As duplicatas não foram excluídas da contagem, porque interessa a visibilidade total do nome no período.

Na parte qualitativa, utiliza-se análise de discurso em dois níveis. No textual, observa-se o léxico, os adjetivos, rótulos e metáforas, na angulação, os títulos, lides e a organização das informações na visão de Medina (1978). A amostra inclui reportagens, entrevistas, críticas/resenhas, colunas e notas de serviço. Para cada peça, foi feita uma pasta com data, editoria/gênero e microcitações enfatizadas.

A leitura dialoga com Hall (2016) e Orlandi (2005) para tratar discurso como produção e regulação de sentidos e com Pimentel (2005) para entender “celebridade” como persona midiática. Com as referências teóricas estabelecidas, a análise concentrou-se em dois exemplares de cada ano, escolhidos por sintetizarem a linha predominante da cobertura em cada período. Reconhece-se que a quantidade de exemplares não permite generalizar os resultados para todas as menções localizadas, mas o recorte adotado possibilita observar tendências de representação do cantor na imprensa entre 2011, 2013, 2017 e 2022.

A pesquisa parte da questão central: de que modo a Folha de S.Paulo construiu a imagem de Justin Bieber nas coberturas de 2011, 2013, 2017 e 2022? O objetivo deste artigo é analisar, por meio de análise de discurso, como o jornal Folha de S.Paulo moldou a figura do cantor canadense.

Este artigo é relevante porque, ao analisar as publicações de 2011, 2013, 2017 e 2022, mostra como a *Folha de S.Paulo* enfatiza escolhas lexicais, títulos, lides e angulações na cobertura de Justin Bieber quando esteve no Brasil. Além disso, ao examinar de forma sistemática a agenda e os enquadramentos das publicações, o estudo busca compreender os efeitos de sentido produzidos pelo jornal sobre a imagem do artista.

O artigo organiza-se da seguinte forma: na seção 2, apresenta-se uma breve contextualização sobre o início da carreira do cantor canadense. Ainda, o referencial teórico sobre jornalismo e indústria cultural, discurso e produção de sentido, e celebridade como construção midiática. A seção 2 também reúne os resultados, a discussão por período (2011, 2013, 2017 e 2022) e uma síntese comparativa entre os quatro momentos. Por fim, a seção 3 apresenta as conclusões e, na sequência, a seção 4 com as referências bibliográficas.

2. DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

2.1 Justin Bieber

Justin Bieber emergiu como um fenômeno musical ao longo dos anos, passando de um jovem talentoso do YouTube para um ícone global da música pop. Em 2007, aos 13 anos, Bieber começou a postar vídeos de suas performances musicais no YouTube, com o apoio de sua mãe. Na plataforma, ele já possuía ouvintes e apoiadores de sua voz. Seu talento chamou a atenção de Scooter Braun, empresário da indústria musical, que convidou o prodígio para uma audição que logo resultou no seu contrato com a gravadora Island Records.

A partir disso, Justin Bieber iniciou sua carreira profissional com o single de estreia, "One Time" (2009), que rapidamente se tornou um sucesso nas paradas musicais. Este lançamento foi seguido pelo seu primeiro álbum de estúdio, *My World 2.0* (2010), que apresentava hits como "Baby" e "Somebody to Love". O seu sucesso não se limitou apenas à música, ele se tornou uma sensação nas redes sociais, acumulando milhões de fãs pelo mundo.

Entretanto, sua trajetória pública não foi linear. Desde 2009, o canadense passou por mudanças expressivas: de "bom menino" e príncipe do pop a um jovem adulto envolvido em polêmicas e associado ao estereótipo de "bad boy", até atingir maior maturidade se aprofundando em temas como religiosidade, saúde mental e vida conjugal.

2.2 Jornalismo e Indústria Cultural

Parto de Medina (1978) para compreender o jornalismo como uma produção simbólica e um produto da indústria cultural. Dessa forma, tudo aquilo que é noticiado passa por um filtro de mercado e a informação ganha uma “embalagem” para o seu texto atrair cada vez mais pessoas. Entenda como embalagem, neste caso, a organização da notícia, a escolha léxica e a angulação. Assim, “nota-se especialmente na formulação dos textos, nos apelos visuais e lingüísticos, na seleção das fotos, a preocupação em corresponder a um “gosto médio” ou, em outros termos, em embalar a informação com ingredientes certos de consumo.” (Medina, 1978, p.75).

Se a informação se ajusta para se enquadrar ao mercado, pode-se analisar um padrão entre notícias de um mesmo personagem. Nas matérias da Folha de S.Paulo, Justin Bieber foi frequentemente chamado de “astro teen”, também citado em crônicas humorísticas e, a priori em 2011, visto como um fenômeno que lotou o estádio do Morumbi com apenas 17 anos. Ainda segundo Medina (1978), as produções jornalísticas que trazem grandes personalidades, atletas, políticos e artistas estão diretamente ligadas à indústria cultural.

Para este trabalho, as definições de Cremilda Medina apoiam a ideia de que o tema Justin Bieber é fortemente influenciado e, por outro lado influente, pelo mercado. Logo, a construção do texto torna-se um elemento a ser estudado e interpretado para compreender aquilo que está subentendido.

2.3 Análise de Discurso

Como mencionado na introdução, com base em Hall (2016), entendo discurso como prática que produz objetos de conhecimento e, ao mesmo tempo, regula o que pode ser dito sobre eles. No jornalismo, isso significa reconhecer que a cobertura de determinado assunto não apenas compartilha um fato, como organiza os temas, ângulos e a forma na qual será transmitido. Assim, quando a Folha de S.Paulo descreve Justin Bieber, não é somente uma notícia, mas um recorte do que deve ser internalizado e discutido pelo público.

Para tornar a minha análise mais tangível, apoio-me em Orlandi (2005) sobre Análise do Discurso em que a compreensão de um texto não está apenas nas palavras “ditas” imediatamente, mas na capacidade de localizar processos de significação presentes no texto. Segundo a autora, “a compreensão procura a explicitação dos processos de

significação presentes no texto e permite que se possam ‘escutar’ outros sentidos que ali estão” (Orlandi, 2005, p.26).

Neste artigo, esses efeitos de sentido são observados nos níveis textual, analisando palavras, adjetivos e rótulos, e no estrutural com os títulos, lides e a organização das informações. Esses conceitos são a base para comparar os anos 2011, 2013, 2017 e 2022.

2.4 Celebridade como objeto criado pela mídia

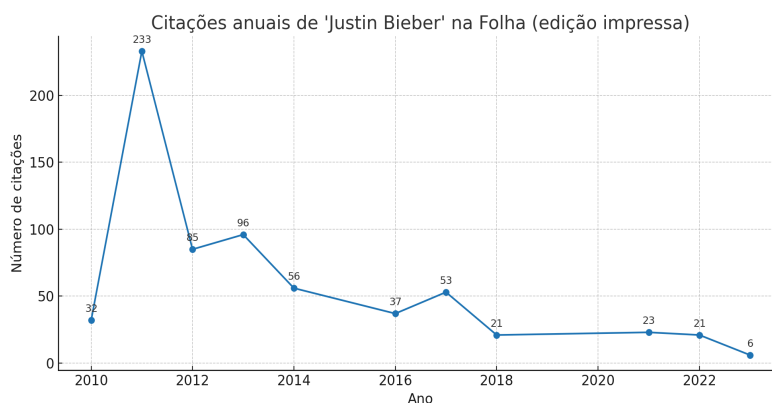
A palavra “celebridade” deriva do latim “celebritas”, que significa um grande público ou multidão. Com o passar do tempo, “celebridade” se transformou em um termo para se referir a pessoas famosas. No entanto, o conceito de celebridade também foi amplificado pela mídia para “indicar aqueles indivíduos que se transformaram em alvo privilegiado” (Pimentel, 2005, p.194).

Mais do que fama individual, de acordo com Pimentel (2005), ser uma celebridade está atrelado a uma posição na economia da atenção, produzida entre o indivíduo real e a persona criada para, ou pela mídia. Sendo persona midiática, “identificação da totalidade ‘eu e outro’, ‘eu e massa’ num rosto individualizado e personalizado” (Pimentel, 2005, p.197), ou seja, resultado da fusão entre o real e o construído.

2.5 Resultados Quantitativos

Primeiramente, apresentamos os dados numéricos levantados e o comparativo entre os anos anteriores e posteriores aos quatro em que Justin Bieber esteve no Brasil. Para facilitar a compreensão, temos a tabela abaixo:

Figura 1 – Tabela de citações anuais¹



¹ Imagem criada com auxílio de inteligência artificial. Os números do levantamento realizado e o título da imagem foram enviados ao Chat GPT e a partir do prompt “criar uma tabela numérica com os dados enviados acima” a figura foi criada.

Observa-se que os anos objetos de estudo 2011, 2013, 2017 e 2022 mostram que o cantor canadense foi pauta na *Folha de S.Paulo* mais vezes. Grande parte dessas citações estão atreladas a informações de serviço, cobertura prévia e após os shows. Como visto no gráfico, o acervo digital da edição impressa da *Folha de S.Paulo* mostra um pico em 2011 (233 citações), seguido de queda em 2012 (85) e um nível intermediário em 2013 (96). A partir de 2014, entra em queda (56) e volta a subir em 2017 (53), mas não comparado aos anos anteriores.

Em 2011, Justin Bieber foi a principal atração de um festival, em São Paulo, nomeado “Z Festival”, a última edição ocorreu em 2018. Além disso, Bieber realizou shows no Rio de Janeiro e em Porto Alegre, essa foi a única vez que a turnê saiu do eixo RJ-SP.

Em 2013, houve menos cobertura prévia da turnê *Believe Tour* pela Folha de S.Paulo, que se dividiu com os episódios envolvendo a polícia – como será exemplificado ao longo do artigo. No ano de 2017, o foco voltou à vida profissional. Em 2022, o nome aparece associado à saúde e aos cancelamentos de shows da *Justice World Tour* após o Rock in Rio.

2.6 Resultados Qualitativos

2.6.1 Primeira vez no Brasil

Figura 2 – Matérias sobre Bieber 2011²³



² Compilação da autora, matéria na íntegra disponível em:

<https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=18909&keyword=%22justin+bieber%22&anchor=5727659&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=8340df80d34a25d0850b746fa03d359b> Acesso em: 15 jul. 2025

³ Compilação da autora, matéria na íntegra disponível

em: <https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=18878&keyword=%22justin+bieber%22&anchor=5722381&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=5e562a6dcde638cc1ad2886a6adf545b> Acesso em: 15 jul. 2025

As publicações deste ano aproveitaram a natureza da curiosidade e do evento inédito no país. Justin Bieber estava mobilizando diversos fãs com os seus shows, alcançando marcas como, por exemplo, ser o artista mais influente nas mídias digitais, segundo a escala de Klout. As matérias escolhidas referem-se ao show de São Paulo e a potência econômica que o nome do cantor carregava.

Nos dois casos, a valorização da música é deixada de lado e os discursos dão ênfase nos aspectos mercadológicos. Analisando as matérias individualmente, na primeira à esquerda, no nível composicional, o título já orienta o tom da leitura: “arrasta 40 mil pessoas para ouvir gritos e playback”, delimita a angulação da notícia na escala (40 mil) e na autenticidade de Bieber ao usar *playback*. O corpo do texto segue o mesmo foco com frases como: “dançou muito e cantou poucas músicas para valer” e “autor de *Baby*, o *hit* mais rentável de 2010”. Além disso, o público do canadense é feminilizado com o uso de pronomes ou adjetivos femininos: “as fãs”, “delas”, “enlouquecidas”, “elas gritavam”, “o jovem mandava beijos para as meninas”, essa escolha reforça o estereótipo dos ouvintes de Justin Bieber como sendo predominantemente meninas jovens.

Na segunda matéria, a metáfora “menino midas” indica a angulação do texto e transforma Justin Bieber em valor econômico. A expressão o compara com o personagem do Rei Midas, aludindo que tudo que leva o nome Justin Bieber se torna ouro e traz riqueza.

A linha-fina ao lado do título: “terceira celebridade mais lucrativa do globo; entenda o sucesso (comercial)” e o foco em números “o perfume ‘Someday’ faturou R\$ 4,8 milhões em três semanas”, vendas de esmaltes, exibição do documentário “Never Say Never” reduz a persona de Bieber a uma marca rentável e máquina de receita. Quando ele é lembrado como artista, a frase é usada novamente para questionar a autenticidade do cantor: “E ELE CANTA?”.

2.6.2 Cadê o bom menino?

Figura 3 – Matéria sobre Bieber 2013⁴

Em 2013, a angulação da *Folha de S.Paulo* tira Justin Bieber do foco das apresentações e do mercado para avaliar moralmente as atitudes do garoto. De acordo com Hall (2016), voltamos ao discurso como produtor e regulador daquilo que será discutido pela sociedade, neste caso, o comportamento do canadense. Os dois exemplares convergem com essa ideia, visto que Justin Bieber sai do quadro de “astro teen”, “ídolo” e “Midas”, tornando-se um “problema” a ser detido.

A termo “Garoto Problema” na manchete age, segundo Orlandi (2005), estruturando a forma como os efeitos de sentido serão apresentados, antes de ter acesso ao texto, o leitor é conduzido pelo juízo de valor que o jornal coloca no indivíduo, distanciando o fã do aspecto musical.

Na Ilustrada, a manchete “Caindo de Maduro” se opõem à foto de Bieber “voando” ao fundo, caracterizando uma antítese, por definição no dicionário Michaelis “coisa ou ideia que se opõe”, entre a ascensão cênica e a queda simbólica. Na coluna de opinião, o título “Ídolo canadense precisa descobrir a melhor hora para sair de cena” é um exemplo da teoria de Pimentel (2005) que reforça a celebridade como texto em circulação, neste caso, uma persona midiática atualizada como marca em declínio.

⁴ Compilação da autora, matéria na íntegra disponível em:

<https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=19671&keyword=%22justin+bieber%22&anchor=5902649&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=89a6db4e6261e186b7e48ed4ba483662> Acesso em: 15 jul. 2025

De acordo com Medina (1978), a embalagem, ou seja, angulação, escolhida privilegia os desgastes e a imagem estética de Bieber em detrimento da avaliação musical, como fica explícito no infográfico “a voz é a mesma, mas o cabelo...”.

Logo, assim como em 2011, a valoração da música não é a ênfase das publicações. Durante a primeira vinda ao Brasil, a imagem de Justin foi construída como a de uma estrela em ascensão com uma cobertura muito maior (233 menções, contra 96 em 2013), porém na visão mercadológica. Em 2013, o centro dos discursos passa a ser a conduta do cantor, marcada pela expressão “Garoto Problema”.

2.6.3 É muito tarde para pedir desculpas?

Figura 4 – Matérias sobre Bieber 2017⁵⁶



Assim como visto na cobertura do show em 2013, o cantor recebe críticas quanto sua presença de palco. O título, parte fundamental para a construção dos efeitos de sentido (Orlandi, 2005), novamente define um prejulgamento: “faz show em SP com lugares vazios e sem espontaneidade”. A embalagem, título, olho e lide, encaminha a leitura reforçando a “falta de espontaneidade” e que os fãs são atraídos pelo uso de “truques” de iluminação e projeção, até esse momento não foram comentados detalhes musicais.

No aspecto textual, o léxico é frisado por termos depreciativos, como: “lugares vazios”, “sem espontaneidade”, “frases prontas”, “truques” e “compilado”. Esses termos,

⁵ Compilação da autora, matéria na íntegra disponível em:

<https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=20913&keyword=%22justin+bieber%22&anchor=6049354&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=8e7bf03a1140d925a4748c9abb32e1ff> Acesso em: 11 jul. 2025

⁶ Compilação da autora, matéria na íntegra disponível em:

<https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=20906&keyword=%22justin+bieber%22&anchor=6048681&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=7b2441707dd9c158295aef1ee470d90b> Acesso em: 11 jul. 2025

seguindo a análise de Orlandi (2005), descolam o sentido da apreciação estética para um teste na qualidade artística de Bieber.

Em paralelo, a editoria de moda retorna com o rótulo usado em 2011 de “ídolo teen”. O texto é objetivo e coloca a persona de Justin Bieber como um objeto de desejo dos fãs. O contraste entre as matérias aponta como editoriais diferentes enxergam um mesmo objeto, para o jornalismo cultural da Ilustrada Justin Bieber fez um show previsível e calculado, mas para o mundo da moda, a marca Justin Bieber segue como referência no mercado.

2.6.3 Uma nova persona

Figura 5 – Matérias sobre Bieber 2022⁷⁸



Em 2022, último ano de show no Brasil até o momento, a *Folha de S. Paulo* reposicionou Justin Bieber como adulto. Os fatores que contribuíram para isso foram: a religiosidade e saúde. A persona midiática de Bieber sofreu mais uma atualização (Pimentel, 2005), afastou-se do “fenômeno teen” e aproximou-se da figura adulta e religiosa.

⁷ Compilação da autora, matéria na íntegra disponível em:

<https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=50027&keyword=%22justin+bieber%22&anchor=6462779&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=95676d906a99bb7b013ec08e51f68df1> Acesso em: 11 jul. 2025

⁸ Compilação da autora, matéria na íntegra disponível em:

<https://acervo.folha.uol.com.br/digital/leitor.do?numero=50026&keyword=%22justin+bieber%22&anchor=6462704&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=7f353b5422e2bd80ec1830236355be3f> Acesso em: 10 jul. 2025

A cobertura do show do Rock in Rio é rotulada pela expressão “ídolo cristão de héteros” e, ao longo do texto, esse discurso ganha força pelas referências a Deus e ao casamento. Outro ponto, a publicação relembra acontecimentos de 2013 que envolveram a polícia e o hotel Copacabana Palace para indicar que Bieber vive uma nova fase, cercado de sua fé e sua esposa, Hailey Bieber.

A coluna comenta a síndrome de Ramsay-Hunt que o cantor teve como justificativa para um show em que Justin Bieber parecia entediado.

A matéria sobre cancelamento de shows segue a embalagem de hard news (Medina, 1978), o título antecipa a causa e consequência, “cancelou os shows para cuidar da saúde”. Primeiramente, no lide estão as informações de serviço seguidas das justificativas de saúde mental, por exemplo, “devido a problemas pessoais”, “tratamento contra a síndrome de Ramsay-Hunt”, “saúde mental instável” e “enfrentou uma depressão”.

Os dois materiais apontam o amadurecimento de Justin Bieber, relacionando sua vida pessoal, religiosa e sua saúde. Segundo Hall (2016), a Folha organizou o debate de forma que se compreende quem é Justin Bieber e a situação na qual ele se encontra.

3. CONCLUSÃO

Retomo a questão central: como a *Folha de S.Paulo* construiu a imagem de Justin Bieber em 2011, 2013, 2017 e 2022? A análise produzida indica que o jornal alternou as angulações de acordo com as editorias, porém em todos os exemplares examinados a valoração musical permaneceu sem muita expressão. Em 2011, prevaleceram a escala de público e o caráter mercadológico do jovem em ascensão. Em 2013, a angulação tornou-se uma análise comportamental de Justin Bieber, visto nas manchetes “Garoto Problema” e “Caindo de Maduro”. Em 2017, a vida profissional volta ao centro do discurso, ao mesmo tempo que a moda e o mercado reforçam a imagem de Bieber como marca. Em 2022, o canadense é reconhecido pelo seu amadurecimento e consciência frente a temas delicados como saúde mental.

Do ponto de vista teórico, os resultados conversam com as pesquisas do referencial teórico, a análise do discurso foi feita a partir da noção de “embalagem” da notícia (Medina, 1978); a premissa de que o discurso produz o objeto de conhecimento e também regula o que será dito sobre ele (Hall, 2016); as escolhas lexicais e as condições de produção devem ser levadas em consideração, quando pensando nos efeitos de sentido

(Orlandi, 2005) e, também, na importância de compreender o termo “celebridade” e os rótulos que afirmam características desses indivíduos (Pimentel, 2005).

Como contribuição, o artigo oferece um recorte periódico de angulações nas publicações da imprensa tradicional brasileira, representada pela Folha de S.Paulo, e evidencia como a estrutura da notícia regem a leitura. Este artigo exemplifica uma possibilidade dentro da Análise de Discurso para que textos jornalísticos sejam estudados para além de seu significado imediato.

Os limites deste estudo envolvem o foco em um único veículo, amostra concentrada em poucos exemplares e a não delimitação de duplicatas. Como plano futuro, há a possibilidade de aprofundar as análises, ampliar o corpus para outros jornais e/ou mais períodos dentro da Folha de S.Paulo, incluir mais análises de imagem, adicionar entrevistas para tornar o estudo ainda mais abrangente.

4. REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Andréa Pisan Soares. **O papel das sequências descritivas no encaminhamento da orientação argumentativa.** *Cadernos de Pós-Graduação em Letras*, São Paulo, v. 13, n. 2, 2013. Disponível em: <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/cpgl/article/view/9488/5798>. Acesso em: 10 jul. 2025.
- CAMPOS, Anderson Gurgel. **O futebol no campo econômico: construção jornalística da Copa do Mundo de 2002 como negócio.** 2004. 141 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/handle/handle/4358?mode=full>. Acesso em: 10 jul. 2025.
- CAVALCANTE FILHO, Urbano. **A construção composicional em enunciados de divulgação científica: uma análise dialógico-comparativa de *Ciência Hoje* e *La Recherche*.** *Linha D'Água*, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 99–120, 2018. DOI: 10.11606/issn.2236-4242.v31i3p99-120. Disponível em: <https://revistas.usp.br/linhadagua/article/view/149667/149044>. Acesso em: 10 jul. 2025.
- GRUPO RBS. **Justin Bieber faz shows no Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre em outubro.** *Grupo RBS*, 16 ago. 2011. Disponível em: <https://www.gruporbs.com.br/noticia/1778/justin-bieber-faz-shows-no-rio-de-janeiro-sao-paulo-e-porto-alegre-em-outubro>. Acesso em: 10 jul. 2025.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação.** Org. e rev. téc.: Arthur Ituassu. Trad.: Daniel Miranda; William Oliveira. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Apicuri, 2016. Disponível em: https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/HALL_Cultura_e_Representa%C3%A7%C3%A3o_-_2016.pdf. Acesso em: 10 jul. 2025.
- KWORB. **Justin Bieber — YouTube Statistics and History.** s.d. Disponível em: <https://kworb.net/youtube/artist/justinbieber.html>. Acesso em: 16 ago. 2025.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** 8. ed. Campinas: Pontes, 2009. Disponível em: <https://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/ORLANDI-Eni-P-Analise-Do-Discurso-Principios-e-Procedimentos.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2025.
- PIMENTEL, Maria Cláudia. **A construção da celebridade midiática** [S. l.: s. n.], 2005. Disponível em: file:///C:/Users/depau/Downloads/fpamaro,+21_pimentel.pdf. Acesso em: 12 ago. 2025.
- SHAW, Eugene F. **Agenda-setting and mass communication theory.** *International Communication Gazette*, v. 25, n. 2, 1979. DOI: 10.1177/001654927902500203. Disponível em:

https://www.academia.edu/3327333/Agenda_setting_and_mass_communication_theory. Acesso em: 11 mar. 2025.

SIMÕES, Paula Guimarães. **A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica**. *Logos*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 67–79, 2010. DOI: 10.12957/logos.2009.339. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/339/344>. Acesso em: 10 ago. 2025.

SIMÕES, Paula Guimarães. **Celebridades, comoção e indignação públicas**. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 25, n. 2, p. 73–90, 2022. DOI: 10.29146/ecops.v25i2.27878. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27878. Acesso em: 16 ago. 2025.

TORRES, Leonardo. **Justin Bieber é nº 1 nos EUA com “Changes”** – veja os números! *POPline*, 24 fev. 2020. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/justin-bieber-e-no1-nos-eua-com-changes-veja-os-numeros/>. Acesso em: 16 ago. 2025.