

# A vítima oportunista: a construção da celebridade

## Luciana Gimenez

Lígia Lana\*

### Resumo

Este artigo analisa textos da imprensa brasileira que noticiaram a celebração da apresentadora de televisão Luciana Gimenez, entre os anos 1998 e 2000, quando ficou grávida do cantor Mick Jagger. A mídia divulgou amplamente o nascimento do bebê, explorando aspectos das vidas pessoais dos personagens envolvidos. Mick Jagger, que havia traído sua esposa, foi considerado vítima da sedução da mulher fatal. Luciana Gimenez, por sua vez, se autodefiniu como vítima das dificuldades de ser mãe solteira e do julgamento da mídia. A vitimização dos dois envolvidos fez coexistir o preconceito contra a mulher “perigosa” e a noção de que a mulher é vítima da cultura, da sociedade e dos homens. O trabalho busca interpretar o caso narrado pela mídia, discutindo o contraponto entre a mulher oportunista e as categorias de vítima.

### Palavras-chave

Celebridade. Vitimização. Luciana Gimenez.

### Abstract

This paper analyzes stories published in Brazilian printed media about the moment when the TV host Luciana Gimenez became a celebrity, between 1998 and 2000, when she got pregnant by Mick Jagger. Mass media reported the baby’s birth, arguing the private lives of his parents. Mick Jagger, that has betrayed his wife, was seen as a victim of the *femme fatale*; Luciana Gimenez has self-declared a victim of the single motherhood and media’s judgment. The victimization of the two involved brought together the prejudice against “dangerous” women and perspectives in which women are seen as victims of culture, society and men. This article examines media’s narrative, looking for a counterpoint between the opportunistic woman and victim categories.

### Keywords

Celebrity. Victimization. Luciana Gimenez.

---

\* Doutora em Comunicação Social pela UFMG e Bolsista de Pós-Doutorado Jr. (CNPq) na Escola de Comunicação da UFRJ. Email: ligialana@gmail.com.

## Introdução

Em 1998, a apresentadora de televisão Luciana Gimenez ficou grávida do cantor Mick Jagger. Em 18 de maio de 1999, nasceu Lucas Morad Jagger, no hospital *Saint Luke's*, em Nova York. Apesar de o nascimento de um bebê normalmente representar um acontecimento de ordem privada, que afeta uma família ou uma rede de amigos, o evento ganhou visibilidade pública. Assim como no nascimento de herdeiros de monarcas, a chegada do filho do ídolo do rock foi noticiada pela mídia em todo o mundo. Mais do que participar do acontecimento midiático, Luciana Gimenez tornou-se protagonista do caso na mídia brasileira, convertendo-se em uma celebridade que, desde aquela época, permanece em evidência, apresentando um programa de televisão em horário nobre na *Rede TV*, figurando capas de revistas de fofoca e notícias populares em portais na internet.

Luciana Gimenez (03/11/1970, São Paulo-SP) é filha do empresário João Alberto Morad e da atriz Vera Regina Oliveira Gimenez. Luciana morou com a avó materna, no bairro Perdizes, na capital paulista, até os 11 anos, e estudou no colégio Santa Marcelina, tradicional escola católica. Quando Vera Gimenez se casou com o ator Jece Valadão, Luciana se mudou para o Rio de Janeiro para viver com a mãe. Em 1987, aos 17 anos, Luciana começou a trabalhar na agência *Elite* e passou a morar na Europa, buscando obter sucesso profissional no mercado da moda. Entre os anos de 1987 e 1998, entretanto, ela não se destacou profissionalmente: suas tentativas de se tornar uma *supermodel* (que, ao contrário das modelos das décadas anteriores, são reconhecidas nominalmente pelo grande público, como Cindy Crawford e Naomi Campbell) foram fracassadas, e Luciana permaneceu anônima até 1998. A fama foi alcançada quando Luciana anunciou sua gravidez, passando a ser objeto do interesse da mídia nacional e internacional, mesmo antes de Mick Jagger assumir a paternidade.

Quando anunciou o caso, a mídia brasileira deu importância ao assunto não somente devido ao suposto pai famoso, mas pela projeção súbita que Luciana havia obtido no exterior. De maneira crítica, as frustradas tentativas de Luciana para se tornar célebre até aquele momento eram descritas no noticiário. Para a revista *Veja*, “Luciana combinava uma apagada carreira de modelo em Londres com constantes visitas ao Brasil, onde ficou conhecida pela hospitalidade com que recebia visitantes estrangeiros famosos.” (FERNANDES, 1999). A revista *Época* lembrou que ela “costumava telefonar para jornais e revistas brasileiros divulgando notícias sobre si

mesma e oferecendo fotos ousadas (...) também sempre deu um jeito de espalhar boatos sobre seus namoros com personalidades em visita ao país.” (MEDEIROS, 1999). Para a mídia, Luciana Gimenez, sem sucesso, buscava a fama se envolvendo com personalidades estrangeiras. Grávida de Mick Jagger, ela finalmente passou a ter espaço na mídia. Apesar das críticas, Luciana teve resiliência, não aceitando o rótulo de oportunista: diante da possibilidade de desaparecer, o que, conforme Daniel Boorstin (1992), seria uma característica das celebridades criadas pela mídia, ela prolongou sua aparição, assegurando sua presença como figura reconhecida hoje.

Este artigo analisa notícias e reportagens veiculadas nas revistas *Veja*, *Época* e *Istoé Gente* e no jornal *Folha de S. Paulo*, entre 1998 e 2000, tendo como objetivo compreender a avaliação feita pela mídia das condutas de Luciana Gimenez e Mick Jagger, bem como a maneira como ambos se posicionaram na narrativa. O artigo está organizado em duas partes. Na primeira, apresento a estrutura narrativa do evento na mídia nacional, que foi caracterizado como um escândalo, na medida em que apresentou um caso de traição conjugal. Na segunda parte, proponho a caracterização e contraposição dos estatutos de vítima de Mick Jagger e Luciana Gimenez: ele é visto como vítima do logro da mulher sedutora, que deu o “golpe da barriga”.<sup>1</sup> Ela, por sua vez, apresenta-se como uma mãe solteira, que precisará enfrentar as dificuldades de criar um filho sozinha.<sup>2</sup>

## A narrativa do caso

O caso teve três fases de ocorrências na mídia. A primeira referiu-se ao anúncio da gravidez, ainda sem a confirmação da paternidade. No Brasil, coube à revista *Veja* noticiar o caso em primeira mão, no final de 1998. “A ‘estonteante’ carioca Luciana Gimenez, 27 anos, espera um filho do roqueiro Mick Jagger.” (BYDLOWSKI, 1998). No primeiro momento, os

---

<sup>1</sup> Expressão popular que se refere à gravidez usada como estratégia para obtenção de vantagem financeira.

<sup>2</sup> Esse caso havia sido previamente analisado em minha pesquisa de doutorado, defendida em 2012, no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFMG. Na redação deste artigo, foram fundamentais os comentários e as críticas de Octavio Bonet, Maria Cláudia Coelho, Ceres Gomes Víctora e Cláudia Lee Fonseca.

agentes centrais da narrativa eram amigos, que revelavam como o romance teria acontecido. “Insinuam amigos jamais identificados que o romance prosseguiu com encontros mundo afora.” A revista explicava o passado do acontecimento através de rumores e boatos, elementos típicos da imprensa marrom. Na matéria, *Veja* reproduziu a capa do jornal *The Sun*, em que Luciana declarava “que teria um filho de Mick Jagger.” (FIG. 1). *Veja* informava que os pais de Luciana desconheciam a notícia; um amigo de Mick Jagger teria dito que o músico negava a paternidade. Ainda assim, Jagger anunciou que havia se divorciado da mulher, a modelo Jerry Hall.



Figura 1 – Reprodução da capa do *The Sun* pela revista *Veja*  
Primeira fase do evento midiático.  
Fonte: BYDLOWSKI, 1998.

A segunda fase é marcada pelo nascimento do bebê. No dia 28 de julho, a *Folha de S. Paulo* informou que o pai do filho de Luciana era mesmo Mick Jagger (COLOMBO, 1999). Novamente, informações do jornal *The Sun* complementaram as notícias da mídia nacional. Na segunda fase, a narrativa se organizou em torno do processo judicial de pensão alimentícia e pela publicação de fotografias do bebê. Pela primeira vez, Mick Jagger aparece na narrativa por meio de seu porta-voz. “Na segunda-feira passada, quando comemorava 56 anos, Jagger recebeu o resultado do teste de DNA e resolveu acabar de vez com o mistério. ‘O bebê é de Mick’, declarou seu porta-voz.” (FERNANDES, 1999). Nesse momento, Luciana Gimenez também começa a participar da narrativa, vendendo fotografias do bebê para a revista *Hello*, especializada em celebridades. (FIG. 2).



Figura 2 – Reprodução da fotografia comprada pela *Hello* na revista *Veja*  
O nascimento do bebê, segunda fase do evento.  
Fonte: BYDLOWSKI, 1999.

A venda das imagens, criticada pela mídia, não foi vista como um problema para Luciana, que afirmou: “Vendi mesmo. Cara, todo mundo vende. A Cindy Crawford vendeu.” (SMANIOTTO; BARBOSA; ROSALEM, 1999). A mídia especulava também os valores da pensão alimentícia, informação não divulgada por Luciana. Elogiando Mick Jagger – “é um pai muito amável” (COLOMBO, 1999) – ela passou, naquele momento, a lamentar as dificuldades de ser mãe solteira. De maneira irônica, a revista *Veja* explicava que Luciana queria apenas contar sua “verdadeira história.” (FERNANDES, 1999).

A terceira fase referiu-se aos momentos posteriores ao nascimento, cerca de um ano e meio depois, em 2000, quando Luciana foi contratada para ser apresentadora da emissora *Rede TV*, afirmando que seria “mais famosa que Mick Jagger (...) acrescentando mais 15 minutos à sua fama.” (ROSSI, 2000). As falhas de sua *performance* como apresentadora foram ressaltadas pela mídia. “A candidata deixou transparecer algumas deficiências, como a impostação de voz necessária para a tevê.” (FERNANDES, 2000). A dificuldade em falar corretamente a língua portuguesa foi citada. Ao argumentar que vivia fora do Brasil há muitos anos, Luciana afirmou que não conseguia mais “pensar em português”. O humorista José Simão, na *Folha*, ironizou a declaração dizendo que Carla Perez seria pior que Luciana, pois “não consegue pensar NEM em português.” (SIMÃO, 2000). Em toda narrativa do caso, somente na terceira

fase foi possível encontrar depoimentos favoráveis a Luciana Gimenez, feitos por diretores da *Rede TV*: “Luciana tem brilho próprio e muito carisma. Tenho convicção de que Luciana vai brilhar no Superpop”. (FERNANDES, 2000).

De acordo com os textos da mídia, Luciana Gimenez e Mick Jagger cometeram transgressões distintas. No caso de Jagger, a paternidade fora do casamento foi censurada por suas implicações financeiras. Mick Jagger já havia traído a esposa anteriormente, pois, como afirma a *Veja*, ele “colecciona namoradas com a mesma facilidade com que rebola no palco”. A transgressão mais grave não teria sido a infidelidade conjugal, mas a gravidez de Luciana Gimenez: ele se “enrolou numa encrenca” e vai ter sua fortuna “arrombada”, tanto pela esposa no divórcio (mesmo tendo feito “a pose de marido arrependido e jururu”), como por Luciana, que vai dar uma “garfada” em seu bolso. O músico é retratado como uma vítima que está sofrendo duros golpes de mulheres e que terá de se “requebrar” para enfrentá-los. (VEJA, 1999). Depois da confirmação da paternidade, a *Veja* noticiou: “para a dor de seu bolso, Mick Jagger confirma ser o pai do filho da brasileira Luciana Gimenez” (FERNANDES, 1999). A revista *Istoé Gente* lembrou os prejuízos sofridos por Mick Jagger com a separação – “US\$ 16 milhões de sua fortuna de US\$ 240 milhões no divórcio com a ex-modelo texana Jerry Hall” – e alertou para os prejuízos futuros de ter que “arcar com as responsabilidades” do filho com Luciana Gimenez. (SMANIOTTO, 1999).

No caso de Luciana Gimenez, a transgressão refere-se ao seu oportunismo em busca de fama e dinheiro, seus hábitos boêmios e o uso de seu corpo, apontados como motivadores do romance com Mick Jagger. Essa postura foi desaprovada por ser diretamente associada ao “golpe da barriga”. O humorista José Simão (2000) comentou que Luciana “viu o pingolim do Mick Jagger” e enxergou “um grande futuro pela frente”. Caracterizada como uma mulher namoradeira e sem uma profissão de sucesso, Luciana, “gota d’água que apagou os últimos traços da infinita paciência de Jerry Hall” (VEJA, 1999), tinha como objetivo engravidar e levar vantagem financeira com isso. As notícias divulgadas sobre suas atitudes durante o escândalo buscaram confirmar essa condenação, ressaltando as estratégias econômicas de Luciana no caso. Além da especulação a respeito do valor da pensão, a *Veja* lembrou, por exemplo, que Luciana estaria lucrando também com as imagens do bebê ao negociar “na base dos milhares de dólares a venda de fotos do pimpolho” (FERNANDES, 1999). Quando fez os testes na televisão,

Luciana foi caracterizada pela mídia como uma pessoa sem talentos, cujo único feito foi a gravidez de Mick.

A narrativa da mídia criou uma situação de batalha entre os envolvidos, que estariam lutando para comprovar ou negar a paternidade, aumentar ou diminuir o valor da pensão alimentícia e desequilibrar a ordem das relações familiares.<sup>3</sup> Quando, por exemplo, a pensão foi definida através de um acordo extrajudicial, a *Folha de S. Paulo* informou que “Jagger e Luciana passearam com Lucas no parque Richmond, em Londres” e, segundo o jornal *Sunday Mirror*, “a linguagem corporal de ambos demonstrava que suas diferenças estão completamente superadas’.” (Folha de S. Paulo, 2000). As supostas “diferenças” entre eles caracterizam o julgamento que a mídia fez do caso. Em nenhum momento, Luciana e Mick entraram em desacordo ou brigaram publicamente. Mick Jagger negou a paternidade, depois assumiu o filho, separou-se da mulher, mas não se manifestou negativamente sobre Luciana Gimenez. Ao longo da narrativa, ele não concedeu nenhuma declaração direta, a não ser quando confirmou a paternidade através de seu porta-voz. Luciana, sem se queixar de Mick Jagger, lamentou o fato de ser mãe solteira e expressou o desejo de estar casada, afirmando que Jagger seria um pai “amável” e presente (COLOMBO, 1999), o que “pesou” na hora de decidir ter o filho. (FERNANDES, 2000).

De acordo com Ari Adut (2008), alguns escândalos podem resultar em sucesso, como indica a expressão *succès de scandale*. Quando a modelo Kate Moss, por exemplo, foi flagrada usando cocaína, a transgressão, condenável, tornou-se luta contra o vício em drogas, aspecto que elevou a sua celebração no campo da moda. De maneira semelhante, o caso de Luciana Gimenez foi um *succès de scandale*. Atuando como modelo, Luciana Gimenez possuía uma carreira mediana, já que era anônima. Ao engravidar, Luciana ganhou espaço na mídia, mesmo que aspectos transgressores, como o adultério, tenham orientado a narrativa do evento. Mick Jagger “transmitiu” seu capital de visibilidade (HEINICH, 2012) para Luciana, que se tornou célebre em um sucesso de escândalo.

---

<sup>3</sup> Naquele momento, o acesso aos testes de DNA foi ampliado no Brasil. Como mostra Cláudia Lee Fonseca (2005; 2009), a realização do teste contraria as expectativas de tornar mais sólido o modelo de família tradicional. Por outro lado, o teste “contribui para inscrever as identidades numa parentela de dupla ascendência, fortalecendo a possibilidade de amparo nos dois lados da família.” (FONSECA, 2009:34).

## Vitimização masculina e feminina na mídia

Para a mídia, Luciana Gimenez é uma mulher fatal, boêmia, interesseira e esperta. A modelo é representada como “astuta”, pois teria sabido “escolher um pai rico para seu filho”. Sua “astúcia” também se faria sentir em sua habilidade para conseguir um pai famoso para seu filho, promovendo assim sua ascensão midiática. As conquistas alcançadas, dinheiro e fama, são atribuídas às características sensuais de seu corpo: Mick Jagger não teria resistido “às garras” da mulher fatal. Uma das páginas de seu “calendário em poses sexy que bancou com seus próprios meios antes de arredondar a barriguinha”, reproduzido pela *Veja* (FIG. 3), serviria para ilustrar e confirmar o julgamento da mídia.



Figura 3 – Reprodução do calendário sexy de Luciana Gimenez na revista *Veja*  
Calendário antes de se tornar celebridade.  
Fonte: VEJA, 1999.

Casos em que um homem se associa a uma mulher famosa em busca de visibilidade – como Eike Batista e Luma de Oliveira, Reinaldo Gianechini e Marília Gabriela ou Nicolas Sarkozy e Carla Bruni – são mais raros que o oposto. Isso porque apenas muito recentemente foi possível para as mulheres ter seus nomes registrados como protagonistas de acontecimentos nas sociedades ocidentais. Virginia Woolf (1985), lembrando que várias escritoras do século XIX usavam pseudônimos masculinos, como George Eliot e George Sand, mostrou, de maneira precursora, que o reconhecimento

público das realizações femininas dependia da crítica à restrição da mulher nos espaços privados.

Assim renderam homenagem à convenção — que, se não implantada pelo outro sexo, foi fartamente incentivada por ele (a glória maior da mulher é não ser falada, disse Péricles, ele próprio um homem muito falado) — de que a publicidade das mulheres é detestável. O anonimato corre-lhes nas veias. O desejo de se ocultar ainda as possui. Nem mesmo agora elas se interessam tanto pelo vigor da fama quanto os homens, e, falando em termos gerais, passarão por lápides ou postes sem sentir o desejo irresistível de neles gravar os respectivos nomes. (WOOLF, 1985:63).

Buscando avidamente a fama, as celebridades femininas se diferem das escritoras criticadas por Virginia Woolf, pois desejam explicitamente alcançar reconhecimento, como supõe a mídia em relação a Luciana Gimenez. A principal diferença, contudo, consiste no fato de as celebridades não precisarem ter realizado uma atividade tradicionalmente considerada merecedora de fama, como um livro de sucesso, para obter notoriedade.

Estudando a expansão da visibilidade na vida social, Nathalie Heinich (2012) mostra que ocorreu uma inversão do processo de consagração dos personagens públicos no século XX: anteriormente, a atribuição coletiva de nome às figuras socialmente ilustres era resultante da importância de suas obras; no século XX, é possível que alguém possua nome e rosto reconhecíveis apenas pelo fato de ter uma imagem visível muito disseminada. Portanto, o “guia do pseudoevento norte-americano” em 1950-1960, de Daniel Boorstin (1992:57), ainda se aplica hoje: “a celebridade é conhecida por ser bem conhecida”. Moldada pelos trabalhadores da mídia, a celebridade evidencia a inversão do percurso de construção da fama, pois é criada para ser vista, conhecida e consumida. A celebridade, isoladamente, não é nem boa, nem má, pois se configura no âmbito de um complexo procedimento de fabricação industrial.

O histórico da mídia massiva indica que, com a consolidação do *star system* hollywoodiano, as técnicas de produção de celebridades se aperfeiçoaram nos anos 1920-1930. De acordo com Edgar Morin (1989), a estrela moderna foi criada a partir das junções entre personagem e ator e suas vidas públicas e privadas. Na época do cinema mudo, os estúdios controlavam a divulgação da vida pessoal de seus atores, que habitavam castelos e não eram vistos realizando ações comuns. A partir da década de 1930, informações e “escândalos” relacionados à intimidade de atores e atrizes tornaram-se

importantes para a indústria midiática. As estrelas passaram a figurar em revistas, programas de rádio e de televisão, com o intuito de atrair o público para o cinema.

Não são mais semideuses felizes, são olímpianos no sentido já corroído que nos mostrava Homero, submetidos aos tormentos e paixões dos mortais comuns, às voltas com problemas conjugais e rivalidades mesquinhas, embora ainda dotados de uma sobrepersonalidade. (MORIN, 1989:128).

Assim como as estrelas modernas, as celebridades contemporâneas são constituídas por meio da estrutura comercial de jornais, revistas, sites, propagandas e programas de televisão, que exploram, como produtos, dramas pessoais, histórias de amor e aventuras sexuais de seus personagens. As estrelas de cinema atuavam, contudo, como atores e atrizes nos filmes; no caso das celebridades, a narrativa de escândalos domésticos pode ser suficiente para a construção da fama. Luciana Gimenez atuou dentro desse mecanismo: ela não se constituiu isoladamente como celebridade, mas, como se viu, aproveitou-se do estrelato de Mick Jagger para lançar também a sua narrativa pessoal como produto interessante na mídia.

O elemento principal da oportunidade que Luciana teve foi sua gravidez, retratada como um drama pessoal: o filho bastardo foi o resultado de uma história de amor (o romance extraconjugal de um homem com uma mulher, que se desenvolveu por alguns meses em diferentes países) e de uma aventura de sexo (entre um homem que, apesar de idoso, é identificado, desde os anos 1960, como símbolo da juventude e da virilidade e uma mulher sensual, que faria qualquer coisa para se tornar um produto da mídia). O caso se tornou um “escândalo”, pois a mídia buscou evidenciar quais teriam sido as transgressões em cena, avaliadas de acordo com as regras da moralidade sexual contemporânea.

As práticas sexuais humanas são definidas por determinações culturais e históricas. Por ser associado com uma força natural e biológica, o sexo, muitas vezes, deixa de ser avaliado em sua dimensão política. Como discute Gayle Rubin (2011), o “sistema de sexo” ensina maneiras corretas e erradas de experimentar a sexualidade, produzindo injustiças eróticas que se associam a outras estruturas de poder. A celebração de Luciana Gimenez pode ser entendida com base na existência, na prática de sexo, de estatutos morais diferentes para homens e mulheres. Ao narrar o caso, a mídia massiva

reproduziu e atualizou a produção do sistema de sexo, em conexão com o sistema de gênero.

A avaliação das condutas de Luciana Gimenez e Mick Jagger pela mídia busca comprovar a força biológica do sexo: ele não teria sido capaz de controlar o desejo natural masculino, e sua virilidade o teria levado ao erro de ter relações sexuais com uma mulher atraente que o teria seduzido para dar um golpe. Apesar de Luciana Gimenez argumentar que ela havia mantido um relacionamento afetivo com Mick Jagger, os textos da mídia, ao descrever a experiência do sexo para ele, ressaltaram a intensidade de seu desejo – Jagger teria sido vítima do desgoverno do próprio corpo, não resistindo a um apelo biológico (e não emocional). Paralelamente, Luciana demonstrou disposição para se exibir quase nua na mídia, o que aumentou a erotização de sua figura, pois, além de ser descrita textualmente como uma mulher sedutora, as fotografias “ousadas” atestariam a sensualidade de seu corpo, liberado para ser visto.<sup>4</sup>

Na mídia, a repreensão dos erros de ambos remete ao sexo considerado “normal e natural” na pirâmide erótica: heterossexual, dentro do casamento e com fins reprodutivos (RUBIN, 2011). Mick Jagger cometeu uma transgressão, pois traiu a esposa em uma aventura sexual. A punição de seu ato é financeira – o caso foi ruim para ele, pois terá que arcar com pensão alimentícia e perda do patrimônio construído com sua mulher. Já a transgressão de Luciana Gimenez refere-se à sua ambição de angariar dinheiro e fama com o sexo. Para a mídia, o seu erro não foi, isoladamente, a prática do sexo com o homem casado, mas a premeditação do ato sedutor. Na avaliação da conduta feminina, a moral sexual não é a mesma de momentos anteriores às revoluções comportamentais de 1960: a transgressão não foi Luciana ter mantido relações sexuais antes do casamento, mas seduzir ambiciosamente um homem.

A figura sensual de Luciana Gimenez se inscreve em um contexto de aumento das imagens de mulheres voluptuosas, da disseminação da cultura

---

<sup>4</sup> Erving Goffman (2009) analisa as desigualdades entre mulheres e homens nos Estados Unidos, nos anos 1970, mostrando que atividades profissionais relacionadas ao cuidado e à amabilidade, contrárias à postura usual no mercado de trabalho, de frieza e de objetividade, são associadas ao feminino. As secretárias, por exemplo, devem cuidar de seu patrão e de seus colegas, podendo eventualmente conseguir um bom casamento por sua aparência. Além das secretárias, segundo Goffman, outras profissionais, como recepcionistas, comissárias de bordo e vendedoras, precisam estrategicamente ser atraentes, em um cálculo preciso da sedução, para que não pareçam vulgares.

pornô, do apelo ao sexo e à liberdade sexual. Segundo Rosalind Gill (2011), ao longo dos anos 2000, o assunto despertou o interesse de grande parte das pesquisas relacionadas às representações do feminino na mídia. Para Gill, quando abordado isoladamente, o conceito de erotização da cultura não politiza as desigualdades de gênero, já que a imagem da mulher sensual traz um paradoxo difícil de ser resolvido: convivem na esfera midiática discursos que “objetificam” o corpo feminino para ser olhado (a passiva “mulher-objeto”) e outros que incentivam as mulheres a tomarem a iniciativa no sexo (a ativa e assertiva “mulher que sabe o que quer”, ambiciosa e passível de ser golpista). Ao analisar a oposição “mulher-objeto” *versus* “mulher-ativa” sob a perspectiva da erotização da cultura, importantes categorias que interferem na constituição do corpo feminino hipersexualizado, como classe e etnia, não são consideradas. Mais que expor e fomentar a erotização da cultura, a mídia se situa em um local privilegiado da mediação do poder e dos discursos sociais. Dessa maneira, a reflexão sobre gênero e mídia “tem muito a contribuir para este projeto maior e mais ousado, da análise da conjuntura”.<sup>5</sup> (GILL, 2011:70).

A *performance* de gênero na mídia contemporânea, orientada, de maneira crescente, por temas ligados à produção do sexo, atribui às mulheres a expectativa de serem sensuais. A moral vitoriana da castidade, aparentemente, está superada. Entretanto, no caso de Luciana Gimenez, a avaliação da mídia indica que existem limites para a experiência do sexo, em articulação com a *performance* de gênero (BUTLER, 2003). A mulher transgride a moral sexual quando a sensualidade se correlaciona com oportunismo e ambição.

Na articulação entre gênero e sexo, a categoria de vítima interferiu decisivamente na construção de papéis sociais femininos e masculinos. Luciana é vista como algoz de Mick Jagger. “Imaginaria ele, talvez, que a deslumbrante morena estava apaixonada. Em agosto, surpresa: ela engravidou.” (VEJA, 1999). Ludibriado, Mick Jagger teria acreditado na falsa paixão da mulher fatal, que queria apenas dar um golpe. A mídia busca promover a compaixão pela vítima, que não conseguiu resistir à mulher sensual. A gravidez seria uma completa surpresa para ele: ainda que ele tenha vivido um relacionamento com Luciana, seu objetivo não era ter um

---

<sup>5</sup> “But it seems to me that scholarship in feminist media studies has a huge amount to contribute to this project of bigger, bolder, conjunctural analysis.”

filho, mas, sim, viver uma paixão com uma mulher atraente. Como se viu, para a mídia, o mais grave da traição de Mick Jagger não foi a infidelidade, mas o deslize com seu patrimônio financeiro. Luciana colocou em risco Mick Jagger; ela foi uma “periguetê” ameaçadora.<sup>6</sup>

Segundo Cynthia Sarti (2011), a vítima seria uma figura comum na sociedade contemporânea. Com “as melhores intenções” (SARTI, 2011:54), a categoria foi disseminada por movimentos sociais para negociação de políticas públicas e luta por direitos em diversos tipos de situações (catástrofes naturais, tortura, preconceito). Em meio a tantos discursos de vítima, os movimentos feministas também se valeram nos anos 1970 e 1980 da categoria de vítima. (SARTI, 2009; GENZ, BRABON, 2009; LIPOVETSKY, 1997). Entretanto, para Sarti, a disseminação atual do conceito de vítima, sobretudo após o DSM-III (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*), em 1980, esvaziou as contingências históricas da configuração da vítima:

por sua aplicação irrestrita a qualquer tipo de vítima de violência, direta ou indiretamente, identificada pelos sintomas de “estresse”, independentemente do lugar ocupado pelo sujeito no evento traumático, seja como vítima ou testemunha (ou, mesmo, algoz!). (SARTI, 2011:55).

Mick Jagger, tendo sofrido o “golpe da barriga”, pode ser considerado uma vítima – contrariando a perspectiva dos movimentos feministas nos anos 1970 e 1980, em que a vítima, nas relações de gênero, é a mulher. Nos textos analisados, a vitimização masculina não indica nenhum conflito histórico com as lutas do movimento feminista. A Mick Jagger é atribuído, nesta narrativa midiática, o papel de vítima.

Luciana Gimenez defende-se das acusações de ser golpista tentando incorporar também o papel de vítima, evidenciando a relevância a as possibilidades de alargamento da categoria na contemporaneidade. Nas entrevistas que concede, ela se autodefine como vítima. “Eu sou uma mãe solteira, mas não desejaria isso por nada nesse mundo. Tenho de encarar o fato de não estar casada, ainda que eu não quisesse outra coisa na vida senão

---

<sup>6</sup> O temor da sensualidade traçoeira explica o sentido da palavra “periguetê”, que se tornou popular no Brasil em meados dos anos 2000. O termo define uma mulher que se veste de maneira sensual para seduzir os homens, proclamando o uso da sexualidade em busca de objetivos financeiros. No programa Esquadrão da Moda (SBT), os especialistas ensinam as mulheres comuns a se vestirem de maneira adequada, evitando o estilo periguetê. (LANA; CORRÊA; ROSA, 2012).

ter um bebê numa relação normal.” (COLOMBO, 1999). A organização familiar mais tradicional (em um casamento) indica que o sofrimento de Luciana deve-se ao fato de ela não ser como as pessoas “normais”, que têm filhos no casamento. Além disso, Luciana, em nenhum momento, expressou que estaria realmente buscando enganar Mick Jagger. Ao contrário, ela declarou muitas vezes que Jagger seria um pai zeloso e que, se não fosse por isso, talvez ela não tivesse dado à luz.

Mick liga sempre para saber do filho e não acha legal que o Lucas esteja tão distante dele e dos irmãos. Independente do nosso relacionamento, o Lucas é o mais importante. Nosso objetivo é criar essa criança bem. Mick gosta de criança e de todos os filhos. Isso pesou na hora de eu decidir ter o filho. (FERNANDES, 2000).

Luciana pretende comprovar que a decisão de ter o filho não foi oportunista, pois ela quer ser uma boa mãe, apesar de estar sozinha. Ela afirma que terá resiliência para desempenhar a maternidade, mesmo diante de todo o sofrimento. A vitimização é concreta, mas será superada pelo esforço da mãe dedicada, lembrando perspectivas como de Gloria Steinem (1994), que prescreveu, no início dos anos 1990, uma “revolução interior” para que vítimas deixassem de sofrer. A nova forma de poder, descrita por Steinem, “vem de dentro” e busca tanto explicar o que seria ser uma vítima como promover o desenvolvimento da autoestima para a busca da superação (a condição de vítima poderia ser superada pelo esforço individual para fazer uma revolução consigo mesmo).

Contrapondo-se ao julgamento midiático, Luciana buscou mostrar o equívoco de ser considerada “perigosa” ao afirmar conhecer as expectativas “normais” a respeito da mulher. Para construir esse posicionamento, ela ainda lembrou suas origens de classe: mulher da elite brasileira, Luciana Gimenez pertence a uma família burguesa – o pai é “empresário bem-sucedido”, e a mãe, “grande atriz”, reconhecida nacionalmente. Assim, Luciana se defendeu apresentando-se como mulher da elite cultural e financeira. “Tudo o que a imprensa está colocando é merda. Não sei de onde tiraram esses números. Dizem que eu quero milhões. Me tratam como qualquer uma”, declarou à *Istoé Gente* (SMANIOTTO, 1999). Luciana não participa da suposta disputa existente entre ela e o pai da criança, versão narrada pela mídia. O discurso em prol da família e do bem-estar da criança, associado à sua posição social, funcionaria assim como uma forma de compensar a imagem de mulher ambiciosa.

## Conclusão

Este artigo mostrou que a constituição da figura célebre de Luciana Gimenez, ocorrida entre os anos de 1998 e 2000, sustentou-se na contraposição de diferentes atributos e características da categoria de vítima. Os processos de vitimização narrados pelo caso na mídia assumiram perspectivas que evidenciam o alargamento do conceito na cultura contemporânea, em uma dinâmica de complementação de papéis femininos e masculinos.

Mick Jagger, celebridade internacional, contrabalançou a vulnerabilidade que poderia ser associada à sua idade pelo fato de ser famoso em um ramo caracterizado por transgressões, o rock. A vitimização por ter sofrido um golpe não é construída em razão de sua idade, mas pelos ataques da “mulher fatal”, o que reforça sua virilidade. A proteção que a mídia acredita ser necessária é ao seu patrimônio financeiro, ameaçado por “responsabilidade” do incontrolável desejo sexual masculino. A acentuação da masculinidade de Mick Jagger situa-se, assim, na construção do papel da mulher fatal, que subjuga pelo engano (e não pela força física).

Na crescente erotização da cultura contemporânea, a figura de Luciana Gimenez se inscreve em um universo mais amplo de imagens femininas hipersensualizadas. Caracterizada pela mídia como responsável pelo sofrimento de Mick Jagger, Luciana, em suas declarações, também incorpora o papel de vítima. Não ressaltando aspectos históricos da produção da vítima pelo movimento feminista, ela busca demonstrar somente que sofre pelas dificuldades de ser mãe solteira, não aceitando o enquadramento midiático da mulher fatal.

## Referências

- ADUT, Ari.  
(2008) *On Scandal. Moral disturbance in Society, Politics, and Art*. Nova York: Cambridge University Press.
- BOORSTIN, Daniel.  
(1992) *The image. A guide to pseudo-events in America*. Nova York: Vintage Books.
- BUTLER, Judith.  
(2003) *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- FONSECA, Cláudia Lee.  
(2009) “Quando tecnologia, lei e família convergem: questões de gênero e geração em conexão com testes de paternidade”. *Antropolítica*, Niterói, v. 26, p. 19-36.
- (2005) Paternidade brasileira na era do DNA: a certeza que pariu a dúvida. *Cuadernos de Antropología Social*, Buenos Aires, v. 22, n. diciembre, p. 27-54.

- GENZ, Stéphanie; BRABON, Benjamin.  
(2009) "New Feminism: Victim vs. Power". In: *Postfeminism: cultural texts and theories*. Edinburgh: Edinburgh University Press, p. 64-75.
- GILL, Rosalind.  
(2011) "Sexism Reloaded, or, It's Time to Get Angry Again". *Feminist Media Studies*, vol.11, n. 1, p.61-71.
- GOFFMAN, Erving.  
(2009) *L'Arrangement entre des sexes*. Paris: La Dispute.
- HEINICH, Nathalie.  
(2012) *De la visibilité: Excellence et singularité en régime médiatique*. Paris: Éditions Gallimard.
- LANA, Lígia; CORREA, Laura; ROSA, Maitê.  
(2012) "A cartilha da mulher adequada: ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda". *Contracampo*, Niterói, v. 24, p. 120-139.
- LANA, Lígia.  
(2012) *Personagens públicas na mídia, personagens públicas em nós: experiências contemporâneas nas trajetórias de Gisele Bündchen e Luciana Gimenez*. Tese de Doutorado. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG.
- LIPOVETSKY, Gilles.  
(1997) "L'obsession victimaire". In: *La troisième femme: permanence et révolution du féminin*. Paris, Gallimard, p. 83-94.
- MORIN, Edgar.  
(1989) *As estrelas. Mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- RUBIN, Gayle.  
(2011) Thinking Sex. In: *Deviations: A Gayle Rubin Reader*. Durham & London: Duke University Press, p. 137-181.
- SARTI, Cynthia.  
(2009) "Corpo, violência e saúde: a produção da vítima". *Sexualidad, Salud y Sociedad*, Rio de Janeiro, v. 1, p. 89-103.
- (2011) "A vítima como figura contemporânea". *Caderno CRH*, Salvador, v. 24, n. 61, p. 51-61.
- STEINEM, Gloria.  
(1994) *Revolution From Within. A Book of Self-Esteem*. Boston: Little, Brown and Company.
- WOOLF, Virginia.  
(1985) *Um teto todo seu*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Referências primárias (reportagens e matérias de jornais e revistas)**
- BYDŁOWSKI, Lizia; VEIGA, Aida; BÁ, Lídice; FRANÇA; Ronaldo; LEITE, Virgínia.  
Será que ela está? *Revista Veja*, São Paulo, 02 de dezembro de 1998.
- BYDŁOWSKI, Lizia; BRASIL, Sandra; PAIXÃO, Roberta; DIEGUEZ, Consuelo.  
Senhores, o caçula Jagger. *Revista Veja*, São Paulo, 11 de agosto de 1999.
- COLOMBO, Sylvia.  
Jagger reconhece paternidade do bebê. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 28 de julho 1999.
- \_\_\_\_\_  
Gimenez fala em revista sobre relação com Jagger. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 04 de agosto 1999.
- ELE tenta, ele tenta, ele tenta... *Revista Veja*, São Paulo, 27 janeiro 1999.
- FERNANDES, Manoel.  
Vai custar caro. *Revista Veja*, São Paulo, 04 agosto 1999.
- FERNANDES, Vanya.  
Luciana é Superpop. *Revista Istoé Gente*, São Paulo, 09 de novembro 2000.
- \_\_\_\_\_  
20 estrelas para 2001. *Revista Istoé Gente*, São Paulo, 05 de dezembro de 2000.
- FERNANDES, Vanya; ZANINI, Marcelo.  
Luciana Gimenez: aventura na tevê. *Revista Istoé Gente*, São Paulo, 17/02/2000.

LUCIANA Gimenez quer pensão maior. *Revista Istoé Gente*, São Paulo, 09 maio 2000.

MEDEIROS, Martha.  
O leilão do bebê. *Revista Época*, Rio de Janeiro, 24 maio 1999.

SMANIOTTO, Gilberto; BARBOSA, Mariana; ROSALEM, Viviane.  
Quanto vale o bebê? *Revista Istoé Gente*, São Paulo, 09 agosto 1999.

JAGGER fecha acordo extrajudicial com Luciana Gimenez. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 20 setembro 2000.

ROSSI, Fabio Danesi.  
"Luciana Gimenez diz que será mais famosa que Mick Jagger". *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 12 novembro 2000.

SIMÃO, José.  
Buemba! Luciana Gimenez pensa na língua dos Stones! *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 09 novembro 2000.

**Recebido em**  
outubro de 2013

**Aprovado em**  
janeiro de 2014