

---

## Entre *fancams* de depoimentos e *haters* de advogados: uma análise dos TikToks mais populares nas semanas do julgamento Depp v. Heard<sup>1</sup>

Catarina Lopes<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo

### RESUMO

Este trabalho analisa as postagens mais populares do TikTok sobre o julgamento Depp v. Heard, em que Johnny Depp processou sua ex-esposa, Amber Heard, por difamação após esta se declarar "uma figura pública representando a violência doméstica". A pesquisa busca entender os principais comportamentos e narrativas dos usuários que postaram sobre o tema durante o julgamento. Para isso, foi utilizada uma metodologia em quatro fases (Lopes, 2014) com análise de conteúdo (Bardin, 2011). Foi verificado que os usuários engajaram tratando o processo como um espetáculo (Bucci, 2021), reforçando estereótipos misóginos e defendendo Depp com base em seu carisma.

### PALAVRAS-CHAVE

Depp v. Heard; TikTok; análise de conteúdo; julgamento; media event.

### I - INTRODUÇÃO

Este resumo expandido é parte do projeto de pesquisa de mestrado da autora, que busca analisar como o julgamento entre Johnny Depp e Amber Heard foi transformado em um *media event* (Dayan; Katz, 1994) e se a recepção ativa de quem acompanhava influenciou o resultado. Parte do trabalho é entender quais foram os comportamentos e narrativas mais populares nas principais redes sociais, especificamente X e TikTok. Este resumo aborda a análise do último.

Para entender melhor o objeto dessa pesquisa, é necessário estabelecer uma cronologia do processo de difamação entre os atores. Em 2016, Amber Heard pediu divórcio de Johnny Depp e conseguiu uma ordem de restrição contra ele. Durante o processo de separação, Depp acusou a atriz de tentar conseguir benefícios financeiros ao acusá-lo de abuso, e a atriz manteve que ele a abusava física e verbalmente, especialmente quando fazia uso de álcool e drogas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM/USP). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA). Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN-ECA/USP) e integrante da Rede de pesquisadores OBITEL. E-mail: lopescatarina17@gmail.com

---

O processo de divórcio foi encerrado em 2017, com Amber recebendo US\$ 7 milhões como parte do acordo. No ano seguinte, o tabloide The Sun publicou um artigo em que chamou Depp de “wife-beater” (ou batedor de esposa em tradução livre), o que levou o ator a processar o jornal do Reino Unido. No mesmo ano, em 2018, Amber assinou um artigo no The Washington Post em que ela declarou ser “uma figura pública representando violência doméstica”. O artigo não citava Depp por nome, mas o ator iniciou em 2019 um processo contra a ex-esposa por difamação.

Em 2020, Depp perdeu o processo contra o The Sun, com o juiz declarando que 12 dos 14 abusos físicos de Depp contra Heard haviam se provado verdadeiros de acordo com os padrões civis. O ator perdeu grande parte do apoio popular que possuía após anos estrelando *blockbusters*, e teve que sair da franquia "Animais Fantásticos e Onde Habitam", onde ele era um dos personagens principais, a pedido do estúdio. A franquia "Piratas do Caribe", um de seus principais trabalhos, anunciou a pré-produção de novos filmes sem ele no elenco. Em 2022, o julgamento de Depp contra Heard se iniciou em Fairfax County, Virginia, nos Estados Unidos, de onde foi transmitido ao vivo. O veredito foi favorável ao ator, que recebeu US\$ 10 milhões em danos, enquanto Heard recebeu apenas US\$ 2 milhões<sup>3</sup>. O júri considerou que o ator havia provado que todas as acusações contra ele eram falsas.

## II - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O principal conceito utilizado na pesquisa é o de *media event*, ou evento midiático. Daniel Dayan e Elihu Katz (1994) definem um evento midiático como as grandes festas da comunicação em massa, que catapultam o espectador além de seu estado regular de consumidor e buscador de entretenimento. Os autores argumentam que julgamentos que se tornam eventos midiáticos, como no caso de Depp v. Heard, costumam ser competições, necessariamente com um perdedor e um vencedor.

Argumentamos também que o julgamento pode ser analisado como uma novela, por ter sido transmitido *online* e reter características de *storytelling* melodramático (Thomasseau, 2012). Como uma novela, retém a fusão dos domínios público e privado que permite sugerir que dramas pessoais e pontuais podem vir a ter significado amplo

---

<sup>3</sup> "EXPLAINER: Each count the Depp-Heard jurors considered". Disponível em <https://apnews.com/article/amber-heard-johnny-depp-entertainment-lawsuits-078f566e5a2486240bf776792b12e93d>

---

(Lopes, 2009). Mesmo durante o julgamento, a advogada de Depp apontou a suposta falha de Heard ao tentar se encaixar no personagem de vítima de violência doméstica.

Também questionamos se os usuários se comportavam como se o julgamento fosse um espetáculo (Debord, 1997; Bucci, 2021), esvaziando a seriedade do tema e depoimentos como se fossem ficcionais, fazendo piadas, memes (Fontanella, 2009) e *fancams* (Zhang, 2024). Podemos entender também quais os principais estereótipos presentes nas narrativas da rede, e como sua popularidade auxilia na manutenção da hegemonia, regulando toda a sociedade de acordo com valores e visões de mundo que guiam esses estereótipos (Hall, 2016). Lippmann (1997) aponta a relação da opinião pública com o entretenimento, assumindo o aspecto de uma colcha de retalhos de estereótipos gastos e decorados. Nos apoiamos também no conceito de neossujeitos (Citelli, 2016) para entender o comportamento dos usuários que engajaram com o tópico, especialmente as figurinhas repetidas nas *hashtags*, que apareceram múltiplas vezes discutindo o tema e ganhando muitas curtidas e comentários.

### III - METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho é dividida em quatro fases (Lopes, 2014). A primeira fase, de construção do objeto, está presente neste resumo, com a apresentação do julgamento e a localização das correntes teóricas mais apropriadas para a análise. A segunda fase, de observação, ocorreu ao longo do mês de junho de 2024, com a construção do corpus da pesquisa por meio da coleta dos 30 TikToks mais populares de cada uma das sete semanas do julgamento.

Os vídeos escolhidos foram os mais populares que utilizam tanto a hashtag "JohnnyDepp" quanto "AmberHeard", para evitar que fossem escolhidos vídeos que tratam apenas de um dos atores sem ter a ver com o julgamento. Após a seleção dos principais 609 posts que atendiam esse critério, estes foram reduzidos para os que ocorreram entre o início do julgamento e o dia anterior à leitura do veredito (509). Estes foram separados entre as sete semanas e organizados por maior número de curtidas. Nas semanas com mais de 30 vídeos, houve uma redução para o top 30 mais curtidos. No total, foram analisados 189 posts.

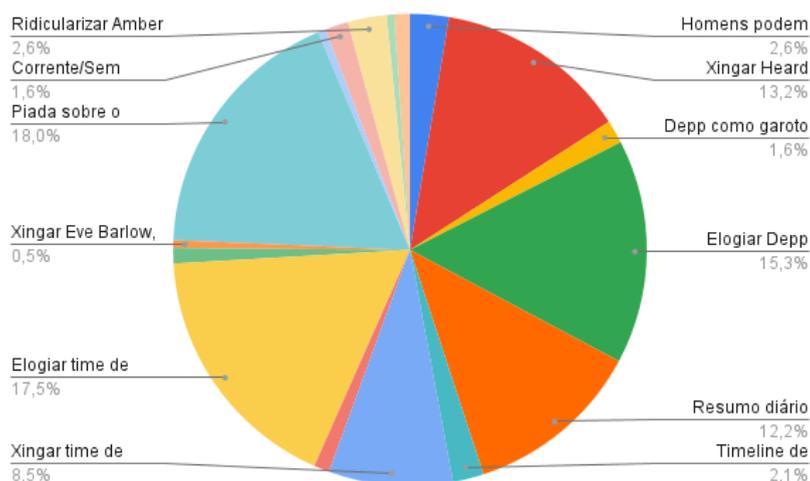
Na terceira fase, a de descrição, foi utilizado o método de análise de conteúdo, pois permite a melhor compreensão e comparação entre posts (Bardin, 2011). As

categorias analisadas foram: "Pró Depp ou Heard?", "Destaque para homens também serem vítimas de abuso", "Destaque para mulheres serem mentirosas", "Tema principal do vídeo", "Trata o julgamento como espetáculo? (faz piadas, memes, *lore*)", "Idioma utilizado" e "Faz análise de linguagem corporal?". A quarta fase, de interpretação, reúne as informações descritas e busca entender quais foram as narrativas mais populares sobre o julgamento no TikTok - nessa fase, foi aberto também um documento para observações e *insights* ao longo da análise, assim agregando observações sobre os comportamentos e narrativas dos usuários que se sobressaem ao escopo definido nessas categorias.

#### IV - PRINCIPAIS RESULTADOS

Primeiramente, é interessante destacar quais os principais objetivos das postagens ao longo de todo julgamento. Como podemos ver, os *posts* mais populares do período focaram em fazer piada da situação (18%), elogiar o time de Depp (17,5%), elogiar Depp (15,3%), xingar Heard (13,2%) e fazer resumos diários do que ocorreu (12,2%).

**Figura 1 - Principais objetivos de cada post**



Fonte: A autora

Nas categorias fixas, é possível observar que a maioria esmagadora dos vídeos eram a favor de Depp (e nenhum era a favor de Heard; os outros 7,4% dos vídeos eram neutros). Um tema forte no discurso do time de Depp era o reforço que homens podem

também ser vítimas de violência doméstica, mas esse enquadramento (Entman, 1973; Mendonça e Simões, 2012) que coloca Depp como "fraco", capaz de subjugação, não foi abraçado pelo público com tanta força. O destaque a Amber Heard (também como representante de mulheres que foram a público denunciar violência doméstica) que a classifica como mentirosa também não foi destaque na maioria absoluta dos *posts*, mas encontrou muito mais destaque, aparecendo em 47,1% deles.

**Figura 2 - Análise das categorias fixas**

<b>Pró Depp ou Heard?</b>	<b>Destaca que homens podem sofrer abuso?</b>	<b>Destaca que Amber Heard e outras mulheres são mentirosas?</b>	<b>Trata o julgamento como espetáculo?</b>	<b>Análise de linguagem corporal?</b>
Depp - 92,6%	Não - 88,9%	Não - 52,9%	Sim - 92,6%	Sim - 54%

*Fonte: A autora*

O julgamento foi tratado como um espetáculo, semelhante à uma série televisiva ou novela na produção de conteúdos, por 92,6% das postagens. Algo relevante na análise do TikTok pela própria materialidade em vídeo da rede, que não encontra similaridade em volume no X, por exemplo, é a análise de linguagem corporal, chamando atenção para micro expressões corporais, olhares, tiques etc. como forma de buscar entender os sentimentos "verdadeiros" do analisado. Isso foi frequente nas postagens, aparecendo em 54% delas.

Durante a análise, foi possível observar como a natureza em vídeo do julgamento se encaixa perfeitamente com o TikTok. O carisma de Depp e os tiques de sofrimento de Heard não são mais descritos por um jornalista e deixados para a imaginação do leitor, e sim reproduzidos em *Full HD* nos celulares dos usuários, fáceis de gravar e editar pelo próprio aplicativo do TikTok. Assim, *trends* foram criadas, principalmente imitando e zombando de Heard: fazendo piadas com sua dicção e encenando momentos considerados "ilógicos" quando ela descreve os abusos supostamente sofridos. Mas Depp também manteve outros holofotes, estes positivos, sobre ele: suas piadinhas repercutiam em *fancams*, eram reagidas com risos pelos usuários, e ele virou inspiração de várias artes de fãs que capturaram seus momentos mais "icônicos" no tribunal.

---

## V - CONCLUSÃO

É notável que os usuários do TikTok engajaram com o julgamento de maneira semelhante aos fãs de uma série televisionada ou telenovela. As postagens esvaziaram a seriedade dos depoimentos de ambos os lados, louvando a estratégia, preparo e carisma de Depp, que passaram para todo seu time como se fossem contagiosos. Isso se deve especialmente a Dr. Shannon Curry e Camille Vasquez, duas figuras femininas do time dele que foram constantemente elogiadas e até *shippadas* com Depp.

Esse comportamento encontra bases melodrama judicial, como apresentado por Thomasseau: o cenário já bastante teatral de um tribunal de júri se beneficia da criação de um um personagem investigativo perspicaz e obstinado. Inicialmente, Curry ganha destaque, mas some dos TikToks após a performance de Vasquez ao questionar Heard, que se embolou em vários momentos ao bater de frente com a advogada. Heard foi vista como dissimulada e mentirosa, e Depp como inocente e carismático. Essa narrativa dominou o TikTok durante o período do julgamento.

Vasquez aponta, em seu discurso final, a importância do *storytelling* no processo, ao dizer que o ponto de todo esse embate é devolver a vida antiga de Depp, encerrada seis anos antes após a denúncia de Heard. Ela conclui: "Porque mais ele se faria passar por isso em televisão nacional?". Em meios que a imagem é o mais importante, como o TikTok e a própria televisão, carisma é valioso, e o de Depp pareceu servir como garantia de inocência e honestidade. A percebida falta dessa qualidade em Heard comprovou que não só que ela o difamou e abusou, mas também que é pérfida, uma vilã de filme, vulgar e adúltera, acusada de estar até bêbada e drogada durante julgamento, sendo ao mesmo tempo atraente e repulsiva por seus supostos procedimentos estéticos. O trunfo da equipe de Depp foi transformar estes estereótipos (e toda a misoginia que embasa eles) em arma para vencer essa batalha, mais de relações públicas do que judicial.

É necessário reconhecer algumas fragilidades deste trabalho. Pela própria natureza do resumo expandido, os resultados da análise não foram tão detalhados e explorados quanto podem ser em um artigo futuro. Além disso, é produtivo que futuramente estes resultados sejam comparados com a análise semelhante do X, já feita e publicada. Esse futuro caminho deve ser seguido também na dissertação de mestrado que guia essa pesquisa.

---

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Traduzido por Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BUCCI, Eugênio. **A Superindústria do Imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. Editora Autêntica, Belo Horizonte. 2021.

CITELLI, Adilson. Educomunicação: Temporalidades e Sujeitos. **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom. São Paulo, 2016, Vol. XXXIX**. 2016.

DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. **Media Events: The Live Broadcasting of History**. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1994.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ENTMAN, R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. **Journal of Communication**, 43(4), Autumn. 1993.

FONTANELLA, Fernando. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. **III Simpósio Nacional da ABCiber**, São Paulo, 2009.

LOPES, Catarina; CANCIO, Talitta Oliveira. Femme fatale, promíscua e vítima imperfeita: uma análise da bissexualidade de Amber Heard em notícias. In: **II Seminário Nacional de Estudos Bissexuais: Caminhos Trilhados e Novas Perspectivas, 2023**, Campinas, no prelo.

LOPES, C. Depp v. Heard: Uma análise semana a semana das narrativas de construção de gênero em tweets sobre o julgamento. In: **XVI Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber**. 2023.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, 3(1), 21-47. 2009.

LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em comunicação**. 12ª ed. São Paulo: Loyola, 2014.

MENDONÇA, R.; SIMÕES, P. **ENQUADRAMENTO: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito**. Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 27 N° 79, p. 187 - 235. 2012.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O melodrama**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

ZHANG, Muxin. Fandom image-making and the fan gaze in transnational K-pop fan cam culture. **Transformative Works and Cultures**, v. 42, 2024.