

A construção midiática de Amy Winehouse¹

Calianne CELEDÔNIO²

Raithy GOMES³

Riverson RIOS⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Este artigo analisa a construção da narrativa midiática, trazendo como objeto de estudo o documentário biográfico intitulado “Amy”. Este conta a trajetória da cantora britânica Amy Winehouse, marcada pelos excessos na cobertura da imprensa. É observado o processo de produção do documentário para entender como é feita a composição de personalidade e, além disso, é discutido como a figura da cantora é moldada por uma mídia que colabora para a lógica capitalista de produção e espetacularização. O objetivo é de observar a dimensão de celebridade criada pela imprensa. O artigo apresenta uma análise de duas cenas do documentário em questão onde é possível observar essa lógica. Posteriormente estabelece que a mídia não é capaz de controlar o pensamento massificado porém nem sempre os espectadores se mantêm indiferentes aos espetáculos produzidos.

PALAVRAS-CHAVE: Amy Winehouse; Documentário; Indústria Cultural; Mídia; Sociedade do Espetáculo.

Introdução

A construção de uma narrativa sobre algo ou alguém pode partir de diferentes pontos, sendo na maioria desses, pautada a partir da engrenagem capitalista. Esta por sua vez, é responsável por definir os aspectos socioculturais. A ideia de sociedade do consumo contrasta às necessidades do indivíduo atomizado, ao qual as condições de

¹ Trabalho apresentado na IJ8 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Graduada do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, e-mail: caliannec12@gmail.com.

³ Graduando do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, e-mail: raithy_go@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: riverson@ufc.br

subjetivação desse sujeito estão atreladas à dispersão de significados Tavares, (2014). Tal engrenagem tem papel central em como a mídia se apresenta para quem a consome, diante disso, o presente artigo propõe uma análise sobre como a construção de um personagem se dá, partindo de uma lógica de consumo midiático.

A obra analisada é o documentário que se intitula “*Amy*” de 2015, e apresenta uma visão de como a carreira da cantora e compositora Amy Winehouse foi vista e utilizada pela mídia. A partir desse ponto de vista, traz uma nova leitura sobre a personalidade abordada no filme. O documentário se utiliza de arquivos e acervos pessoais com depoimentos de pessoas próximas a Winehouse.

O objetivo desta pesquisa dá-se a partir da necessidade existente em observar e averiguar como um documentário biográfico, especificamente “*Amy*”, mostra uma visão criada pela mídia sobre a dimensão de celebridade e a construção de um personagem que tem o propósito de capitalizar e transformar em espetáculo a quem é apontado. Outro importante ponto de análise é que, na medida em que o documentário é produzido, a própria visão de quem constrói a obra é inculcada no processo e conseqüentemente agrega outras percepções àquilo que já está estabelecido como traços da personagem.

O artigo se baseia principalmente nos aspectos do documentário biográfico e de como ele é arquitetado, aprofundando-se nas tecnicidades do gênero cinematográfico. Além disso, para a análise específica do documentário e das questões que ele aborda, a pesquisa se direciona para teóricos que procuram ponderar sobre a atual sociedade que vive através de espetáculos e uma indústria toda voltada para a capitalização da cultura.

A questão do artigo é tratada a partir da demanda: de que forma o documentário “*Amy*” traz a espetacularização da vida de Amy Winehouse? E a partir daí, trazer conceitos e reflexões que a obra cinematográfica traz a respeito de uma sociedade que vive através de espetáculos, de notícias que viram mercadoria e das pessoas que são influenciadas por essas e informações veiculadas.

O artigo se apresenta da seguinte maneira: a princípio são discutidas características do gênero documentário, traçando um parâmetro histórico e como ele pode ser usado para apresentar um recorte da realidade na medida em que se utiliza da direção e da bagagem cultural daquele que o produz. A partir dessa discussão, a pesquisa se preocupa em abordar como a direção de um documentário biográfico traz consigo o recorte pessoal do autor sobre a personalidade retratada. No entanto, mesmo com o poder de controlar a narrativa, o diretor ainda está sujeito a processos metodológicos para produção, assim como ainda recebe percepções sobre a personagem através do consumo da produção midiática ao qual todos estamos expostos.

Subsequentemente o trabalho discorre sobre os aspectos que compõem o documentário analisado, "*Amy*", e de como a narrativa sobre a figura de Amy Winehouse é moldada por uma mídia que colabora para a lógica capitalista de produção midiática, abordada a partir dos estudos sobre Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo.

Por fim, é estudado uma amostragem de duas passagens no documentário onde é possível observar essas características expostas anteriormente. A primeira se refere a uma fala da cantora que evidencia a tentativa de controle para atender a lógica mercadológica, já a segunda mostra um momento específico da presença da mídia na vida de Amy Winehouse, de maneira que possibilita a reflexão sobre como se dá o processo da narrativa midiática.

1. O gênero documentário e a construção de um personagem

Sobre comunicação, Melo (2002) afirma que esta pressupõe a existência de gêneros. A construção de uma narrativa, capaz de produzir sentido e de transmitir ideias que possam ser compreendidas por um receptor, constitui o modelo básico da consolidação da comunicação. Como definiu o produtor Grierson (1926), o documentário compreende uma forma particular e permanente de transmitir essas ideias e trazer “um tratamento criativo da realidade”, (apud Cruz, 2011, p. 29). Em

outras palavras, o documentário consegue fazer um recorte do real, mas é feito a partir da visão pessoal de seu autor.

O primeiro modo de linguagem cinematográfica foi documental, elaborado pelos irmãos Lumière e projetados em 1895 no Café Paris, com a tentativa de registrar a realidade, aponta Cruz (2011). A produção era composta de cenas do cotidiano, cenas que os irmãos pioneiros gravaram em uma câmera que registrava na taxa de 24 quadros por segundo exatamente o que estava a sua frente. A câmera era pesada e impossibilitava o movimento, portanto o primeiro registro visual foi de funcionários saindo da empresa em que funcionavam os negócios da família, abrindo sessão para o filme “*A saída da fábrica*” (1895). Posteriormente no mesmo ano, os irmãos produziram também “*O almoço do bebê*” e “*O desembarque para o Congresso de Fotografia de Lyon*”, todos semelhantes e que mostram exatamente aquilo que o título conta.

O desenvolvimento de tecnologias e de técnicas para a produção de documentário e audiovisual em geral trouxe diversas definições e estudos sobre o gênero. Luiz Carlos Lucena (2012) resume o documentário como a edição de um conteúdo audiovisual, que é captado pelos mais diversos dispositivos como câmera, filmadora, celular e que reflete a perspectiva de quem realiza. Dessa maneira, não se pode afirmar que tudo existente no documentário é real.

As características do documentário variam de acordo com a proposta do autor, e representam a defesa de um ponto de vista, através de uma democracia representativa, como expõe Nichols (2005), na medida em que os documentaristas passam a exercer os interesses do público. Entretanto, alguns aspectos são recorrentes nessas obras, como a utilização de locutor (a voz *over*), a construção de um filme com apenas depoimentos e entrevistas ou a reconstituição de cenas que rendem uma maior dramaticidade.

No caso do documentário biográfico, Cruz (2011) fala que o enredo da obra é construído meticulosamente pelo biógrafo de modo que traga nitidez a trajetória de

que um personagem relevante. O processo de produção do documentário biográfico permeia vários processos, entre eles o de contrato autoral, o acúmulo de dados e a pesquisa sobre os aspectos que envolvem a vida do personagem abordado e, apesar do maior esforço colocado na tarefa, é impossível abarcar toda a vida de alguém com todas as suas nuances e particularidades. Sobre isso, o jornalista e pesquisador Felipe Pena afirma:

A história de qualquer coisa é apenas o que podemos saber sobre esta coisa, jamais a totalidade. A lacuna é onipresente. O passado não está pronto. Ele ainda está por fazer e articula-se no presente, ou melhor, na presença, onde elaboramos a memória e a transformamos em discurso (PENA, 2006 apud CRUZ, 2011, p.46).

Apesar de ser composto a partir do juízo do autor, a demonstração do tempo e espaço, a cultura e o impacto que a personalidade tem na sociedade naquele momento retratado são outros pontos importantes para a construção de um documentário fundamentado. O documentarista também é o incumbido de produzir um conteúdo sem agredir ou desmoralizar o personagem tratado no filme.

Bill Nichols (2005) afirma que as questões éticas dentro do documentário existem para a regulação de grupos onde regras inflexíveis, ou leis, não bastam. A conduta do cineasta que escolhe trabalhar com pessoas conhecidas precisa ser a de compor um conteúdo de maneira responsável nos pontos comuns, mesmo que para isso precise sacrificar a própria opinião. O autor complementa:

Os cineastas, principalmente entre os jornalísticos, pertencem a organizações e instituições com seus próprios padrões e costumes. Mesmo os cineastas independentes geralmente se veem como artistas profissionais, que seguem uma carreira mais do que se dedicam a representar os interesses de um grupo ou de uma clientela especial. O conflito é inevitável nessas condições. Desenvolver respeito ético passa a ser parte fundamental da formação profissional do documentarista (NICHOLS, 2005, p.39).

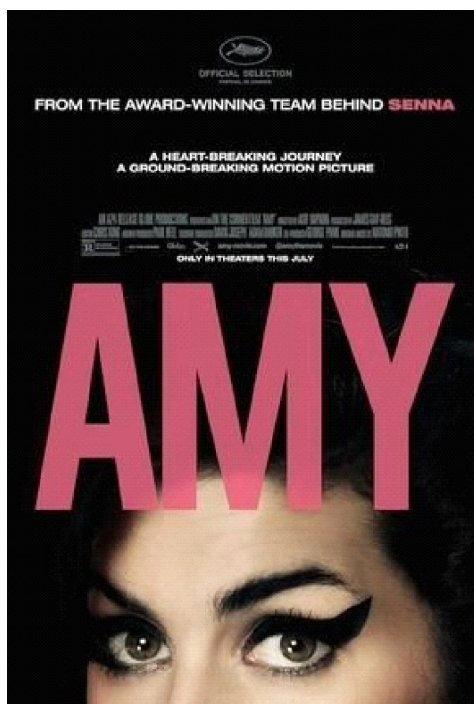
Baseado no exposto acerca da produção do gênero documentário biográfico, percebe-se a contribuição deste estudo para entender como se dá o processo de composição

de personalidade atribuída a uma celebridade e como o próprio produto, nesse caso, a obra, traz os variados traços e elementos que contemplam uma identidade. Cruz (2011, p. 49) observa que, por existir múltiplas nuances, dificilmente um biógrafo apresenta "[...] a identidade de seu personagem como algo estático, fruto de um processo baseado em unidades estáveis e coerentes".

2. “Amy” e como a imagem de Amy Winehouse é construída

O documentário póstumo intitulado “Amy”, que chegou ao público em julho de 2015, é o objeto central da análise proposta neste artigo (cf. Fig. 1). A obra trata da vida antes e durante o sucesso da cantora e compositora britânica Amy Jade Winehouse, traçando o perfil no cenário musical que teve início em 2003, mas principalmente, trata da vida conturbada da cantora marcada por abuso de drogas, distúrbios alimentares, problemas familiares e amorosos além da presença e invasão midiática.

Figura 1: Pôster do documentário "Amy", dirigido por Asif Kapadi



A obra tem duas horas de duração e uma grande pesquisa de arquivo que traz recortes de seu caderno de composições, vídeos raros e caseiros de Amy Winehouse

além de declarações e comentários em *off* de pessoas próximas da cantora que se conectam e narram a trajetória de altos e baixos durante sua carreira e a sua luta contra as drogas.

Apresentações na tevê, vídeos de bastidores e entrevistas antes de sua morte também compõem o trabalho. A obra foi dirigida por Asif Kapadia, cineasta britânico que também é responsável pela produção de outro documentário sobre o brasileiro e piloto de carros da categoria de Fórmula 1 Ayrton Senna e traz um maior aprofundamento das motivações da personagem bem como as pessoas que a cercavam. O diretor tem papel crucial no rumo e no ponto de vista que a obra toma, tendo vista que é a partir de sua montagem e escolha de material como falas, imagens e o conteúdo em geral que a tentativa de transmitir a essência do personagem é feita.

A visão do documentário proposta por Asif, procura desmistificar e trazer uma nova ótica sobre a vida de Amy Winehouse, desconstruindo a imagem que os grandes conglomerados midiáticos criaram em cima da cantora com de vender cada vez mais informações e procura construir uma narrativa da própria Amy como pessoa e não como celebridade, humanizando a pessoa retratada. Além disso, o longa no geral, procura deixar que os espectadores formulem suas próprias conclusões abrindo espaço para debates sem apontar dedos para pessoas específicas que permearam a vida de Amy Winehouse.

O filme consegue propagar uma dimensão de celebridade onde pouco a pouco é construída a ideia de como é a personagem, de como ela se desprende de alguém comum e ordinária e passa a ser a personalidade trágica em declínio. O documentário se utiliza de uma narrativa que se assemelha ao que Ariano Suassuna (1975) define como personagem trágico com o caráter de uma mistura de boas e más qualidades e que é sempre excepcional, ou seja, colocado acima da média comum onde o infortúnio é essencial na tragédia.

Temos, então, que o Trágico decorre de uma ação humana elevada, narrada em linguagem poética, e na qual um personagem excepcional toma uma decisão, fazendo uma escolha entre dois fins, preferindo um e evitando o outro. Dessa escolha, determinada por seu caráter – nem perfeito, nem perverso, mas

sempre grande – surgem o conflito e seu esmagamento final (SUASSUNA. 1975 p.132).

O documentário biográfico em questão aborda a mídia, e como as pessoas que consomem essa mídia se comportam diante do que é divulgado, além disso, atenta aos impactos que isso pode causar em alguém que passa a ser alvo dessa construção de discurso, no caso, a cantora Amy Winehouse. Igualmente é mostrado que a marca e a ideia do que era publicado tornou-se mais plausível que seu trabalho e contribuição para o meio musical.

Outro ponto importante é analisar como o documentário se dedica à questão da Indústria Cultural, de que maneira a teoria cria e fomenta a imagem de ídolos para que estes por sua vez tragam a possibilidade de lucros expressivos, além de que modo uma marca ou uma pessoa é trabalhada para que atinja a um determinado público de consumidores em potencial. A obra, que ganhou o Oscar em 2015, traz, dentre outras coisas, a discussão de como um conjunto de meios de comunicação pode moldar e tornar pessoas em um fetiche das massas, através de imagens e discursos produzidos em série, pensados para que consigam exercer um maior efeito nos espectadores.

3. Como o documentário mostra a indústria cultural e a sociedade do espetáculo

Uma das principais correntes teóricas utilizadas nesse artigo para analisar o documentário biográfico é a Escola de Frankfurt, de onde culmina a ideia de Indústria Cultural. O conceito de Indústria Cultural foi criado pelos filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer em um contexto de Segunda Guerra Mundial, em 1944, onde a revolução social em que acreditavam, havia fracassado e não existia o Estado liberal e até em democracias formais havia tendência ao totalitarismo. Rüdiger (2011) aponta que os frankfurtianos viam que o progresso econômico, científico e tecnológico é inerente à criação de novas sujeições e acarreta uma série de patologias culturais que atingem amplas camadas da sociedade.

A partir do conceito básico de Indústria Cultural, que consiste em capitalizar e tratar a cultura como produção em escala industrial, é passível de análise a ideia de

mercantilização, que é profundamente estudada pela escola de Frankfurt. A teoria traz uma crítica de como as empresas de multimídia detêm um poder expressivo em relação à reprodução e difusão de conteúdo, de modo que a cultura fica à mercê das necessidades do mercado e como isso pode ser observado dentro da dimensão que o documentário tenta passar com a visibilidade de Amy Winehouse.

Habermas (1984) fala que essa necessidade de massificar o consumo de obras culturais, proposta pelo capitalismo, submete a cultura a um caráter duvidoso por ser massificada e conformar-se às necessidades dos consumidores com um nível de formação baixo em vez de formar um público capaz de consumir uma cultura intacta. No documentário, a consequência para a sociedade diante de tal pensamento é a criação de falsos ídolos em uma realidade ilusória, criada para o prazer de quem consome, que transforma o ícone em um objeto de adoração ou de coerção. As obras são produzidas sem uma intenção mais pura nem culturalmente mais rica.

O documentário promove a reflexão de como esses aspectos têm grande impacto na construção da percepção das pessoas, especialmente na era da informação em que vivemos, apta a disseminar uma quantidade significativa de informações, inclusive as presentes na obra, mas que possuem um aprofundamento mínimo e veloz. O consumo desenfreado de informações rasas sobre a vida pessoal de Amy Winehouse contribui para um ambiente onde um dos principais motivos, se não o principal, causador de sua decaída progressiva de qualidade de vida, como é mostrado ao longo de todo o documentário. Tal pensamento sobre essa exploração midiática pode ser exemplificado na reflexão de Francisco Rüdiger (2011) ao analisar as obras de Adorno e Horkheimer sobre a escola de Frankfurt e a indústria cultural:

As obras de arte e as próprias ideias, senão as pessoas são criadas, negociadas e consumidas como bens cada vez mais descartáveis, ao mesmo tempo em que estes são produzidos e vendidos levando em conta princípios de construção e difusão estética e intelectual que, antes, eram reservados apenas às artes, às pessoas e ao pensamento (RÜDIGER, 2001 p.04).

Essa espetacularização de personagens que “Amy” mostra é intensamente analisada por Guy Debord em sua maior obra datada de 1967, a “*Sociedade do*

Espectáculo”, onde é feita uma reflexão intensa sobre o comportamento humano em relação aos espetáculos criados em nossa sociedade. Apesar de sua obra ser da década de 60, os aspectos tratados permanecem contemporâneos.

Debord observa o espetáculo como um produto de uma economia mercantil-espetacular que se instaura quando essa mercadoria ocupa totalmente a vida social, trazendo um consumo alienado. A produção midiática para o público não tem compromisso com a realidade da situação e induz o indivíduo a aceitar as informações repassadas pelos grandes meios de difusão de informações sem questionar, afirmam Negrini e Augusti (2013). Porém, essas pessoas também se comportam como um agente ativo quando se trata do processo de demanda dessas informações. A partir das análises debordianas, os espectadores não estão interessados no desfecho ou nas consequências que o acúmulo de informações fez para Amy Winehouse, somente no espetáculo em si.

A obra de Debord, elaborada a partir de mais de 220 aforismos, traz em seu aforismo oito essa ideia de espetáculo criado que se mistura com a realidade a tal ponto em que o real e o irreal vivem mutuamente e são inerentes.

Não se pode contrapor abstratamente o espetáculo à atividade social efetiva; este desdobramento está ele próprio desdobrado. O espetáculo que inverte o real é produzido de forma que a realidade vivida acaba materialmente invadida pela contemplação do espetáculo, refazendo em si mesma a ordem espetacular pela adesão positiva. A realidade objetiva está presente nos dois lados. O alvo é passar para o lado oposto: a realidade surge no espetáculo e o espetáculo no real. Esta alienação recíproca é a essência e o sustento da sociedade existente (DEBORD, 1997 p. 16).

Debord em seu aforismo de número 32 salienta também que a expansão dos espetáculos na sociedade representa concretamente uma fabricação de alienação. A perda do livre arbítrio por parte do espectador é causada pela expansão da produção industrial, na medida em que fica fascinado e alienado diante das imagens e informações que está acompanhando.

Viana (2011) fala que, para Debord, o ponto central da crítica da sociedade espetáculo é direcionado para o capitalismo que é a negação da humanidade e

somente a recuperação dessa humanidade poderá negar a sociedade capitalista, ou seja, “uma acusação do seu caráter alienante, fetichista, espetacular”.

4. Análise de cenas no documentário

No início do documentário, por volta dos 19 minutos de duração, durante uma entrevista para um *talk show* britânico, é feita uma pergunta a Amy Winehouse se a grande gravadora com a qual ela tinha assinado contrato tentou influenciá-la ou moldar suas músicas e sua imagem (cf. Fig. 2). A resposta dada a essa pergunta é afirmativa, ou seja, houve uma tentativa de adequação ao padrão midiático já imposto.

Figura 2: Cena em que Amy é entrevistada por *talk show* britânico



A observação se faz a partir de um contexto onde, dentro dos estudos de Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer (2002), há uma reprodução massiva de produtos culturais que resultam em uma inevitável estandardização. Parte desse processo se dá pela demanda social por peças com características padronizadas, por isso não há oposição em relação ao que é proposto pela indústria. O efeito disso é o “o caráter repressivo da sociedade que se autoaliena” (ADORNO; HORKHEIMER, 2002, p.3). Além da redução do leque de possibilidade de produções culturais

causada pela padronização e produção em série, a indústria também alimenta a manutenção da lógica social em detrimento da lógica da criação de obras.

É possível perceber então a tendência existente na produção cultural e intelectual orientada a partir de sua possibilidade de consumo no mercado, conforme salientado por Rüdiger (2011). Esse padrão visa um maior consumo daquele conteúdo que é produzido pela artista, de forma que a produção cultural e a imagem de Amy Winehouse pudessem ser capitalizadas da forma mais lucrativa possível.

Tal lucro é produzido por monopólios culturais. Porém, é necessário e evidenciar que estes estão sujeitos aos “supremos dirigentes” uma vez que são quem integram os setores mais poderosos da indústria, frisam Adorno e Horkheimer (2002). A exemplo disso é destacado a dependência dos cinemas em relação aos bancos, que são co-interessados na cultura como mercadoria e no processo de consumo dessa mercadoria. Os autores afirmam:

Distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas a preços diversificados, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los. Para todos, alguma coisa é prevista a fim de que nenhum possa escapar; as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente. (ADORNO; HORKHEIMER. 2002. p.171)

No contexto midiático, a espetacularização da vida da cantora pode ser percebida em vários momentos durante o filme, no entanto, um dos mais perceptíveis é por volta de uma hora e meia de duração do documentário. É mostrado que suas fragilidades naquele momento eram tratadas pela mídia e pela visão do documentarista como enredo para uma peça de teatro trágica. A ânsia de consumo de entretenimento, seja ele a qual custo venha, constitui o modelo presente da vida socialmente dominante, ou seja, ele se molda a partir da formação econômico-social, como ressalta Debord (1997).

Viana (2011) confere uma reflexão voltada para a sociedade capitalista dentro do contexto da obra de Debord, que se encaixa na crítica que o documentário “*Amy*” determina sobre a construção da personagem que a mídia produziu. Quanto maior a

espetacularização da vida da cantora, maior a possibilidade de monetização por parte dos meios de comunicação.

O espetáculo, assim, consagra toda a glória ao reino da aparência. Ele domina os homens a partir do momento em que a economia desenvolveu-se por si mesma, sendo o reflexo fiel da produção das coisas e a objetivação infiel dos produtores. (VIANA, 2011, p.6)

O trecho de um dos depoimentos que ressalta isso é feito pelo ex-empresário e amigo da cantora, Nick Shymansky afirma: “todo mundo queria tirar um pedaço, de repente passou a ser aceitável fazer piadas sobre a aparência de uma vítima de bulimia ou do vício de drogas dela (...) a grande mídia estava em cima dela”. A afirmação incorpora-se em um cenário onde o espetáculo se sobressai porque o consumo midiático do fato se ocupa totalmente da vida social. É agregado uma produção mercantil do entretenimento alienada que produz consumidores alienados.

Considerações Finais

Um documentário biográfico pode ser agente ativo na construção de uma ideia sobre alguém. O documentário “*Amy*” fomenta o debate de como a cantora Amy Winehouse era vista naquela época e como a narrativa da mídia contribuiu para a estigmatização da personagem. A produção da obra manifesta um recorte da realidade, uma vez que possui a visão incutida do autor, que tenta reconstituir a imagem da cantora. A tentativa é feita a partir da reunião de particularidades e momentos que abrangeram sua biografia e que contribuíram para geração de entretenimento durante sua vida.

Diante dos estudos realizados, a ideia de que o espectador é simplesmente passivo diante do que é produzido é considerado um tanto radical, pois é observado que existe uma resposta do público assim como existe uma pretensão da mídia em criar um espetáculo capaz de influenciar aqueles que a acompanham. Há, portanto, um acordo tácito entre os dois lados onde nem sempre a mídia consegue manipular as massas de maneira irrestrita, mas também nem sempre os espectadores são capazes de se manterem firmes e indiferentes diante dos espetáculos produzidos.

A pesquisa sobre o processo midiático ao qual todos estamos sujeitos não se limita ao enquadramento tomado por este artigo, de forma que é possível reconhecer a necessidade de outros recortes e de maior aprofundamento do tema. A espetacularização e a produção cultural em escala industrial são temáticas que transcendem a amostragem do trabalho, mas este também contribui para o fomento do debate sobre a problematização.

A visão do documentário biográfico “*Amy*” procura representar a demanda do público inserida na sociedade do espetáculo e a produção de conteúdo estimulada pela indústria cultural e a consequência dessa combinação para cantora. A forma como a obra é modelada nos oferece a possibilidade de assimilação sobre outras problemáticas além da biografia de Amy Winehouse, trazendo a matéria do que é feita a realidade social.

REFERÊNCIAS

AMY. Direção: Asif Kapadia. Universal Music. Londres – RU, 2016. 128 min. Son, color.

COSTA, Thiago Ramires. **A Construção do Popstar: A Figura Estratégica do Ídolo das Massas na Indústria Cultural**. Revista Anagrama. São Paulo. p.10. dez 2009.

CRUZ, Graziela. **A Construção Biográfica no Documentário**: Uma análise de “Nelson Freire”, “Vinicius” e “Cartola – Música para os olhos”. 2011. 123f. Dissertação de pós-graduação. Belo Horizonte. 2011.

CURY, Daniel. **CRÍTICA: AMY**. Disponível em: <<http://cinemacao.com/2016/02/02/critica-amy/>>. Acesso em 09 de jan de 2019

DEBORD. Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. BRASIL: Contraponto editora, 1997.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas**. Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 364p.

LUCENCA. Luiz. **Como Fazer Documentário**. São Paulo: Summus, 2012.

MELO, Cristiana. **O Documentário Como Gênero Audiovisual**.
Comun. Inf., v. 5, n. 1/2, p.25-40, janVdez. 2002.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao Documentário**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

NEGRINI, Michele; AUGUSTI, Alexandre Rossato. **O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra**. p. 3-5. 2013

Q ON CBC. "Amy" Director Asif Kapadia wants Winehouse doc to make you think. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=R0rJ4JxHINA>>. Acesso em: 20 de abr de 2017.

RÜDIGER, Francisco. **A Escola de Frankfurt e a trajetória dos estudos de crítica à indústria cultural**. In Estudos de Sociologia. p.28. 1998.

SUASSUNA. Ariano. **Introdução à Estética**. Ed 10, BRASIL: José Olympio, 2010.

TAVARES, Leandro. **Psicanálise e musicalidade(s): sublimação, invocações e laço social**. 2014. Tese de doutorado – Faculdade de Ciências e Letras de Assis - Universidade Estadual Paulista. São Paulo.

VIANA, Nildo. **Debord: espetáculo, fetichismo e abstratificação**. Revista Panorama. Goiás. Número 1. P 5-13. Agosto. 2011.