



Os Suspeitos Usavam Louboutins: A Cobertura da Gangue de Hollywood¹

Natanael Lucas CHIMENDES²

Guilherme Gonçalves de CARVALHO³

Centro Universitário Internacional UNINTER, Curitiba, PR

RESUMO

Este trabalho possui como proposta geral abordar um estudo crítico sobre a cobertura dos acontecimentos conhecidos como *Bling Ring* que ocorreram entre 2008 e 2009. Durante este período as residências de diversas celebridades americanas foram invadidas e saqueadas por um grupo de jovens que roubaram itens pessoais. A jornalista Nancy Jo Sales escreveu uma reportagem para a revista *Vanity Fair* sobre estes roubos e ganhou uma grande repercussão na mídia. Tomando este fenômeno e, principalmente, os elementos presentes na reportagem de Nancy Jo Sales, esta pesquisa busca relacionar o objeto de estudo com a teoria social de Pierre Bourdieu, discutida no livro “Sobre A Televisão”. Também será considerada a teoria da sociedade do espetáculo, revisada por José Arbex Jr.

PALAVRAS-CHAVE: Bling-Ring; Mídia; Cobertura Jornalística, Sociedade do Espetáculo.

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa apresenta um estudo sobre a cobertura midiática dos eventos conhecidos como *Bling-Ring*⁴, que ocorreram durante o período de 2008 e 2009 nos Estados Unidos, com especificidade na relação entre a reportagem de Nancy Jo Sales e os principais veículos impressos americanos. Portanto, o foco deste artigo não é descobrir como foram rearticulados os discursos de cada objeto, mas sim comparar suas abordagens perante um fenômeno midiático, descobrindo suas semelhanças e diferenças. E por fim é proposto uma análise sobre esta visão somada à abordagem de Sofia Coppola (2013) na adaptação cinematográfica deste fenômeno.

Durante 2008 e 2009 ocorreram diversos roubos contra as casas de celebridades americanas em Hollywood, entre elas: Lindsay Lohan, Paris Hilton e Orlando Bloom. Os salteadores invadiram e saquearam pertences pessoais destas pessoas, incluindo

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: natanael.ewu@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, email: GUILHERME.CA@grupouninter.com.br.

⁴ Apelido dado ao grupo de jovens que saquearam casas de celebridades americanas, no período de 2008 e 2009, em Hollywood, distrito de Los Angeles, Califórnia. (Nota do Autor)



roupas de grife, sapatos, relógios e até mesmo dinheiro. Ao todo, os ladrões roubaram o equivalente a três milhões de dólares. Depois de uma investigação descobriram que se tratava de um grupo de jovens de classe média, que se uniam durante a semana para assaltar as casas, em horários noturnos e de pouco movimento. As notícias deste evento surpreenderam o público americano que passou a questionar o motivo de jovens, que não chegavam nem perto da imagem de bandidos tradicionais, realizarem este crime aparentemente ousado.

A jornalista Nancy Jo Sales, que trabalhava na revista *Vanity Fair*⁵, recebeu a pauta sobre o ocorrido e começou a entrevistar todos os envolvidos do caso. Ela foi atrás dos pais dos garotos, os advogados e também das celebridades que foram vítimas dos assaltos. “A *Vanity Fair* tinha me mandado cobrir a história da *Bling-Ring* - nome dado pelos *Los Angeles Times* à quadrilha de adolescentes flagrada arrombando casa de jovens estrelas de Hollywood” (SALES, 2013, p. 26). Durante a investigação, Nancy estudou sobre Calabasas, um subúrbio que ficava a trinta minutos de Los Angeles, ambiente onde todos os integrantes do grupo moravam, e pesquisou as publicações que saíram sobre a gangue. “As notícias a respeito dos garotos até então não ofereciam muitos detalhes, e nem entrevistas com os próprios suspeitos” (SALES, 2013, p. 29). Os jovens que foram presos por envolvimento com as invasões eram: Rachel Lee (19 anos), Diana Tamayo (19 anos), Alexis Neyer (18), Nicholas Prugo (19), Roy Lopez (27) e Courtney Ames (18) (ver figura 1).

Cada integrante parecia ter uma função muito específica no grupo e muitas vezes eles não estavam todos presentes durante as invasões. Existia uma espécie de rodízio. A reportagem de Nancy deixa bem claro no início como toda esta história de roubo começou a partir da visão de Alexis Neiers, uma das integrantes da quadrilha:

*Alexis Neiers told cops that she and Nick Prugo had been drinking at Beso, a trendy bar-restaurant on Hollywood Boulevard, when Prugo got a call from Rachel Lee telling him to come and meet her. It was July 13, 2009. Neiers said she knew that Prugo and Lee—both 19 and former classmates at Indian Hills, an alternative high school in Agoura Hills, an affluent suburb of Los Angeles—had been burglarizing the homes of celebrities.*⁶ (SALES, 2010)

⁵ Revista americana publicada pela editora *Condé Nast*, com uma linha editorial voltada para cultura, moda e política. Sua primeira publicação ocorreu em 1983 e continua em circulação até hoje.

⁶ “Alexis Neiers disse aos policiais que ela e Nick Prugo tinham bebido em Beso, um bar-restaurant moderno em Hollywood Boulevard, quando Prugo recebeu um telefonema de Rachel Lee dizendo para ela ir conhecê-la. Era 13 de julho de 2009. Neiers disse que sabia que Prugo e a colega Lee, ambos 19 e ex-formandos de *Indian Hills*, uma escola alternativa em Agoura Hills, subúrbio rico de Los Angeles, estavam assaltando as casas de celebridades.” (SALES, 2010, tradução nossa)

Enquanto Nancy abria sua reportagem com um estilo quase literário tentando humanizar as personagens, a mídia americana enfatizava o fato de os assaltantes serem “ricos”. Um ótimo exemplo pode ser visto na publicação do *New York Post*⁷: “Um grupo de meninas ricas obcecadas por celebridades supostamente teria embarcado, durante um ano, numa animada carreira criminosa, tendo como alvo uma lista de astros na área de Hollywood Hills.” (MASSARELA, 2009, apud SALES, 2013, p. 28).



Figura 1. Membros da Bling-Ring. Da Esquerda para a direita, no alto: Rachel Lee, Diana Tamayo, Jonathan Ajar e Alexis Neiers. Em baixo: Nick Prugo, Courtney Ames e Roy Lopez.

Mas esta abordagem da mídia na época pode muito bem ser relacionada com o apelo a histórias mais estranhas do que a ficção. Tratando de temas que atraem o público como crimes, juventude, celebridades, redes sociais, *reality show* e até mesmo a própria mídia, criou-se um cenário pronto para alimentar o limite entre a ‘realidade’ e os *status* de uma ‘celebridade’. Com o advento da internet, esta linha que dividia os fãs dos ídolos foi diminuindo. Muitas estrelas criam conta nas redes sociais e participam de debates com pessoas que antes só tinham contato através de fotos de revistas e matérias de fofoca. Tudo está mais próximo e mais íntimo. “A Bling-Ring havia cruzado o

⁷ Um dos mais antigos jornais dos Estados Unidos. Publicado desde 1976 e pertencente ao grupo conhecido como *News Corporation*. (Nota do Autor)



derradeiro Rubicão⁸, entrando nas casas das pessoas famosas, e sua ousadia parecia ao mesmo tempo perturbadora e de algum modo inevitável” (SALES, 2013, p. 29).

É importante relacionar esta visão de que o público é atraído pela notícia com um fator presente na teoria de Pierre Bourdieu (1977). Enquanto a mídia americana enfatizava como tema principal a “juventude desta gangue”, o público consumia a ideia de que era ousado e incrível roubar celebridades. Chegamos ao ponto de que o jornalista, neste caso, tende a pensar na notícia como uma espécie de denúncia, mas acaba se esquecendo da responsabilidade de sua visão sobre os fatos. “Quanto mais se avança na análise de um meio, mais se é levado a isentar os indivíduos de suas responsabilidades” (BOURDIEU, 1977, p. 21). O sociólogo francês também afirma que existem condições de mercado que promovem “distorções involuntárias” da realidade, no qual o jornalista constrói quando está repassando uma notícia.

2 A VIOLÊNCIA SIMBÓLICA

Enquanto a mídia americana “vendia” uma ideia de que os jovens da *Bling-Ring* eram crianças ricas que roubavam celebridades por simples prazer, Nancy Jo Sales realizava sua pesquisa para a reportagem da *Vanity Fair*. Quando ela foi para Casablasas⁹ e conheceu de perto o ambiente destes jovens, a jornalista viu que a realidade era muito diferente da que os tabloides estavam construindo, principalmente a televisão. Neste ponto Bourdieu (1977) enfatiza que o meio televisual, no jornalismo, pode exercer uma “violência simbólica”, ou seja, a televisão caminha através dos “fatos ônibus” que são aqueles acontecimentos de grande interesse público, mas que quando abordados geralmente causam polêmica e não trazem nada de importante. Segundo o sociólogo estes tipos de notícias não permitem refutações ou crítica, até mesmo porque a televisão costuma abordar tais eventos de forma que qualquer ponto construtivo é cortado ou ofuscado por banalidades.

Contradizendo com o discurso midiático da época, Nancy Jo Sales (2013) afirmou em sua reportagem que a realidade começava a se distorcer quando ela mesma começou a cobrir o evento e realizar as entrevistas:

⁸ Expressão utilizada para designar um grande obstáculo ou fronteira. (Nota do Autor)

⁹ Distrito municipal do Condado de Los Angeles, Califórnia. (Nota do Autor)

Porém, ao passar por suas casas, ficou claro que os garotos não eram tão ricos como todos pareciam acreditar. Todos queriam que eles fossem jovens do tipo *Gossip Girl*, mas parecia que eles viviam mais como qualquer adolescente típico. (...). Não eram tão ricos quanto os outros habitantes de Calablasas, ou como suas vítimas. Isso os tornava pessoas que queriam parecer o que não eram. (SALES, 2013, p. 39).

Esta visão que os veículos de comunicação construíram da *Bling-Ring* é discutida por Nancy como uma narrativa atual que envolve a sede da mídia em promover a fama e suas bonanças. Para ela, a temática da fama possui raízes bem fortes na cultura americana, citando exemplos de reality-shows que alimentam a glória da fama como uma espécie de competição (*The X Factor*¹⁰, *The Voice*¹¹ e *American Idol*¹²).

Não é de surpreender que o notável crescimento do complexo industrial em torno da noção de celebridade tenha acabado por afetar crianças e jovens. Pode-se dizer que garotos de hoje em dia estão, sem exagero, obcecados pela fama. (SALES, 2013, p 43).

Também é possível relacionar esta influência da televisão com o que Bourdieu (1997) defende no seu discurso sobre a “censura invisível”. Para o sociólogo esta censura leva à construção de uma violência simbólica. Ele enfatiza que a televisão transpõe o telespectador à dramatização, o que nos leva a crer que o público americano, enquanto assistia aos acontecimentos da *Bling-Ring* imaginava no seu inconsciente que tudo não passava de mais uma “novela” do mundo real. Em outras palavras, a mídia “põem em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico” (BOURDIEU, 1997, p. 25). Entretanto, vale ressaltar que para o autor esta violência simbólica é fruto de um poder simbólico, ou seja, ao mesmo tempo em que se exerce uma dramatização em cima de um fenômeno é levado em conta a legitimação de uma única versão dos fatos. Logo, a influência da dramatização realizada sobre a *Bling-Ring* resultou na imagem de que o grupo que efetuava estes roubos era formado por jovens ricos e tudo parecia ser algo “divertido”. Esta versão foi a mais aceita pelos veículos e, através do seu poder de alcance,

¹⁰ Show de talentos produzido pela SYCOtv. Trata-se de um concurso aberto para artistas solistas e grupos com jurados e o vencedor é escolhido pelo público. (Nota do Autor)

¹¹ Formato *reality show* em que os candidatos cantam para os jurados, que estão de costas, e só conseguem ouvir suas vozes. O candidato que tiver a voz que mais agrada o público vence a competição. (Nota do Autor)

¹² Um dos *realities shows* de maior sucesso dos Estados Unidos. Tradicional show de talentos para artistas solistas e com a escolha final do público. Durante o programa os candidatos são levados a acreditar que podem alcançar a fama, tanto que alguns já conseguiram firmar um nome na indústria fonográfica. (Nota do Autor)

legitimou o fato como “a única narração verídica” para abordar e finalmente criar o espetáculo *Bling-Ring*.

3 O ESPETÁCULO BLING-RING

Uma pesquisa realizada pelo *Pew Research Center* (2007) constatou que 51% dos jovens americanos entre 18 e 25 anos afirmaram que seu objetivo de vida mais importante, depois de se tornarem ricos, era o de se tornarem famosos. Confira o gráfico a seguir:

Talking about My Generation's Goals		
<i>Your generation's most important goals in life?</i>	Gen Next	Gen X
	(18-25)	(26-40)
	%	%
To get rich	81	62
To be famous	51	29
To help people who need help	30	36
To be leaders in their community	22	33
To become more spiritual	10	31
None of these (Vol.)	2	2
Don't know (Vol.)	1	1

Source: 2006 Gen Next Survey. Respondents were asked to choose the most important and next most important goals from these five options.

Figura 2. Gráfico da pesquisa realizada pelo instituto americano *Pew Research Center*

Seria ultrajante pensar que a culpa deste quadro é essencialmente dos jornalistas intelectuais que infundem esta ideia nos jovens, mas é considerável levar em questão a força dos meios de comunicação na construção deste pensamento. Talvez, o problema possa residir nas condicionantes da produção midiática, objeto de estudo do linguista americano James Curran. Para ele “a produção de notícias depende de pressões e contrapressões a que estão sujeitos os diversos meios em diferentes configurações sociais” (CURRAN, 1996, apud SERRA 2004). Ele relaciona a produção midiática com fatores como: o alto custo para uma produção em massa, a demanda do consumidor, a pressão direta de anunciantes e o controle do Estado. Portanto, de que maneira estes



fatores foram determinantes para que a *Bling-Ring* tenha ganhado o espaço considerável na mídia?

Uma possível resposta pode ser conferida no estudo de José Arbex Jr (2001) sobre a “Sociedade do Espetáculo” em relação ao jornalismo, cujo objetivo é traçar um quadro sobre as circunstâncias que levaram, e ainda levam o indivíduo a consumir um discurso que prioriza o poder da mídia sobre a “realidade” e sua “memória coletiva”, melhor explicado no livro “Showrnalismo: a notícia como espetáculo”. Nele o autor realiza uma comparação do poder exercido pela mídia com o conceito de “Sociedade do Espetáculo”, criado por Guy Debord (2000):

O espetáculo – diz Debord – consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia. (...) Os meios de comunicação de massa – diz Debord – são apenas ‘a manifestação superficial mais esmagadora da sociedade do espetáculo, que faz do indivíduo um ser infeliz, anônimo e solitário em meio à massa de consumidores’. (ARBEX JÚNIOR, 2001)

Portanto, o acúmulo destes fatores externos, revistos por Bourdieu (1977), quando relacionados com a questão desta sociedade que alimenta o espetáculo midiático, revisado por José Arbex Jr (2001), a cobertura em cima da *Bling-Ring* possibilitou na construção de uma imagem fora da realidade que Nancy descobriu e questionou em sua reportagem. Para a jornalista, os jovens da gangue escolhiam suas vítimas, pois elas ofereciam uma imagem sedutora de fama e principalmente uma visão de riqueza imaginária. “Havia uma espécie de efeito reflexo em cada um dos seus alvos, tão deliciosamente cheios de coisas que não prestam como um biscoito de chocolate com recheio em dobro” (SALES, 2013, p. 44). Logo, os integrantes da *Bling-Ring* não roubavam os itens por questão de sobrevivência, mas sim por estarem inseridos nesta sociedade do espetáculo e, conseqüentemente, ávidos para se tornarem o espetáculo em si.

4 O EFEITO DO REAL

Nancy Jo Sales construiu sua reportagem com um discurso que desmitifica a áurea criada em torno da *Bling-Ring*. Ela realizou uma longa pesquisa para tentar



entender a visão dos jovens antes de conseguir entrevistar o principal personagem de sua história: Nick Prugo, um dos integrantes da gangue. Num dos trechos da reportagem Nick contou para Nancy porque ele achava que Rachel Lee, aparentemente a líder do grupo, era obcecada por suas vítimas famosas, ele respondeu: “Acho que tudo o que ela queria era ser parte daquele estilo de vida. Quero dizer, o tipo de vida que todos nós queremos ter” (SALES, 2013, p. 49).

Pierre Bourdieu (1997) cita que a busca do jornalista pode também produzir o efeito do real. Em outras palavras, o repórter, por exemplo, faz uma construção social da realidade a partir da sua visão quanto indivíduo, ou também quando ele possui pressões externas (data limite para publicação, edição, demanda do consumidor). Isto leva conseqüentemente a questão da mobilização externa do público frente aos fatos noticiados. Para exemplificar, Nancy cita ironicamente a situação de uma das vítimas da *Bling Ring*: a atriz e modelo Lindsay Lohan. Ela foi alimentada durante um bom tempo na mídia com a atenção concedida pelos paparazzi, que circulavam entre os tribunais e as prisões com frequência. “O público parecia se divertir com o declínio da sua reputação na mesma medida em que se dizia indignado com aquilo” (SALES, 2013, p. 63). Certamente o efeito do real é um produto bastante relacionado com a questão da audiência. Bourdieu explica que “essa medida tornou-se o juízo final do jornalismo (...). Há, hoje, uma ‘mentalidade-índice-de-audiência’ nas salas da redação, nas editoras etc” (BOURDIEU, 1977, p. 37). Portanto, pode-se relacionar o efeito do real como uma consequência das escolhas concebidas pelo meio de comunicação em busca da audiência, a partir do momento que se visualiza os “frutos” de uma notícia depois de divulgada e incessantemente discutida pelo público.

Para se manter vivo no mercado de ideias, que nada mais é do que o público-telespectador, é preciso, para Bourdieu (1977), produzir um choque que interesse a toda a mídia. No caso do objeto estudado difunde-se uma imagem de jovens ricos que não precisavam roubar de celebridades para assuntos de ‘sobrevivência’. O choque é criado artificialmente, com discursos sensacionalistas de tabloides americanos como o TMZ¹³, que foi totalmente desmitificado com o discurso presente na reportagem de Nancy Jo Sales. Um exemplo pode ser visto no trecho da notícia a seguir, publicada pelo portal um ano após o julgamento e relatando a saída de Alexis Neiers da prisão: “*Lindsay Lohan's chances of starting an incarcerated starlet gang just went up in smoke ...*

¹³ Portal americano de entretenimento que noticia entrevistas exclusivas e muitas vezes suspeitas sobre famosos.
(Nota do Autor)



*because LiLo's fellow famous inmate -- "Pretty Wild" star Alexis Neiers -- just walked out of the Lynwood jail a free woman*¹⁴.” (STAFF TMZ, 2010).

5 DA REPORTAGEM PARA O CINEMA

Outro ótimo exemplo pode ser analisado no filme de Sofia Coppola¹⁵ (2013) sobre a *Bling-Ring* que teve como inspiração a reportagem de Nancy. O cinema, que difere muito do meio jornalístico tende também a criar este efeito do real, mas por questão estética e não tão discursiva quanto aparenta uma notícia por exemplo. Através da abordagem realizada na reportagem de Nancy Jo Sales, a diretora Sofia Coppola (2013) construiu sua adaptação utilizando técnicas presentes em outros gêneros cinematográficos, principalmente o formato Documentário. Esta mistura prova como a transformação visual da reportagem de Nancy foi ‘infectada’ por outros gêneros para contar um fato não ficcional. Enquanto André Bazin (1991), crítico renomado e teórico de cinema, observa esta dramatização como um problema, no filme isto é classificado como uma atitude necessária, pois “o drama da adaptação é o da vulgarização.” (BAZIN, 1991, p. 93), ou seja, muitos telespectadores, por meio da vulgarização contida no filme puderam criar um contato mais íntimo com a história da reportagem de Nancy Jo Sales.

¹⁴ “As chances de Lindsay Lohan de começar uma gangue viraram apenas fumaça... isso porque sua companheira de prisão, a também famosa estrela de "Pretty Wild" - Alexis Neiers - acabou de sair da prisão de Lynwood como uma mulher livre.” (Tradução Nossa)

¹⁵ COPPOLA, S. *Bling Ring: A Gangue de Hollywood*. [Filme-vídeo]. Produção de Sofia Coppola. Direção de Sofia Coppola. Los Angeles, 2013. DVD, 90 min. color. son.

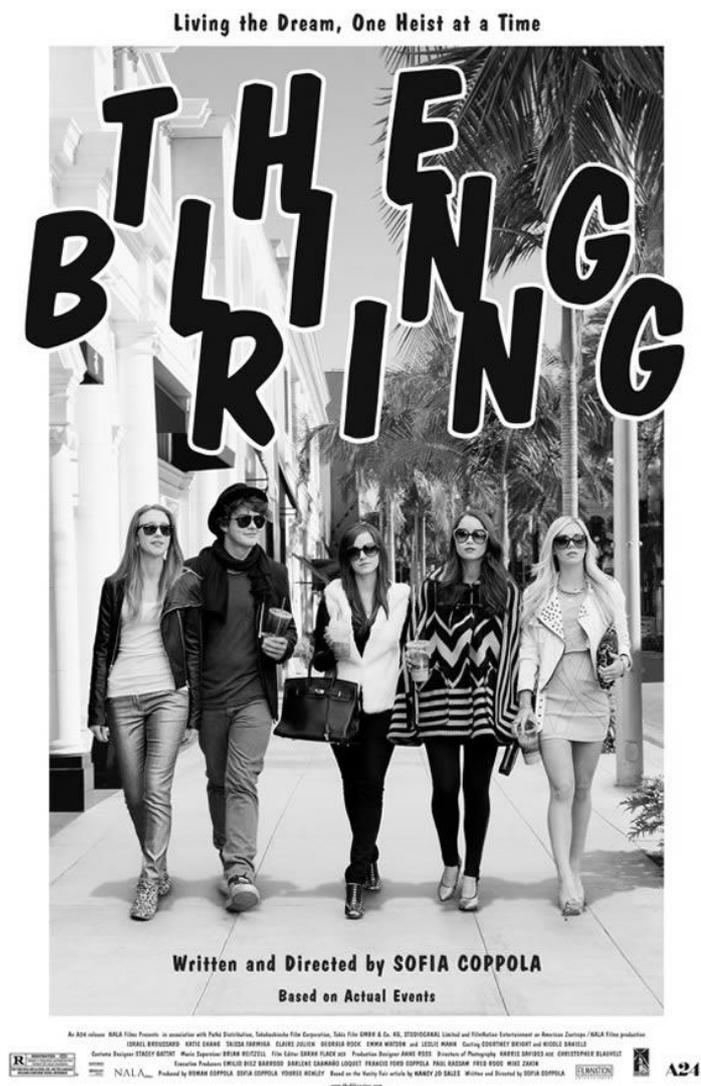


Figura 3. Pôster de divulgação do filme 'Bling-Ring: A Gangue de Hollywood' dirigido por Sofia Coppola

Bazin (1991) questiona este contato do público com a obra derivada sem ao menos compreender a essência da origem. Entretanto, no ponto em que o telespectador se sente traído com a adaptação de um filme, pode haver o caso contrário: o público que por algum motivo acaba ficando mais interessado em descobrir detalhes sobre a história original.

Há uma grande diferença entre os elementos presentes no pôster da Figura 3 com a Figura 1 deste trabalho. Na primeira imagem vemos os jovens da gangue real com feições sérias e usando roupas comuns. No pôster do filme eles são retratados como jovens usando roupas de grife e andando calmamente pelas ruas de *Hollywood*, certamente itens roubados das celebridades. Não há um discurso de denúncia na imagem, mas sim de um status que estes jovens adquiriram ao roubar das celebridades.



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É notável que através da reportagem de Nancy Jo Sales, publicada na revista *Vanity Fair*, a imagem da *Bling-Ring* foi se alterando daquela visão construída pelos tabloides americanos. Ela questiona detalhes e trechos da entrevista com as personagens, desvinculando-se de elementos sensacionalistas e persuasivos. A diferença já começa no apelido que os jovens ganharam pela mídia americana: *Bling-Ring*, enquanto que a jornalista se referia de antemão aos garotos como “suspeitos” e muitas vezes com termos como “crianças” ou “garotos”.

No seu livro Nancy relata que o motivo destes roubos pode estar relacionado com diversos fatores, ressaltando que o estilo de vida dos famosos pode ter se transformado em sintomas que os jovens tanto sofrem e que a imagem da *Bling-Ring* se construiu justamente neste discurso de comportamentos ‘já prontos’ para a mídia sensacionalista. “As notícias sobre suas desventuras funcionavam como uma poderosa distração em relação a outras manchetes mais preocupantes da época” (SALES, 2013, p. 13).

Relacionando este fenômeno midiático com a teoria social de Pierre Bourdieu (1977) é possível compreender que o discurso abordado pelos principais veículos de comunicação dos Estados Unidos criou uma espécie de “ilusão da realidade”. Através de uma violência simbólica sobre o fato de que o grupo era formado por jovens, e que na sua grande maioria aproveitaram o momento para alcançar o estrelato, alimentado pela própria mídia, o caso *Bling Ring* se encaixa em dois grandes momentos. Primeiro: o fato de que a cobertura em cima dos roubos possibilitou o desenvolvimento de uma história que induz o espectador a acreditar que “roubar itens de celebridades” é motivo de endeusamento midiático. E segundo: o próprio estrelismo criado em cima dos integrantes da gangue, que roubavam por serem vítimas desta sociedade do espetáculo para no fim se tornarem o próprio espetáculo.

Portanto, através deste quadro analítico é possível deferir que o episódio *Bling-Ring* só teve esta dimensão no caráter de “fenômeno” através da abordagem massiva da mídia, que foi desmitificada pela reportagem de Nancy Jo Sales. A autora conseguiu, através de um tratamento diferenciado, entrevistar diretamente as fontes oficiais e construir uma nova realidade sobre o grupo de jovens que assaltaram as casas de



celebridades. Por fim, é sugestivo ao campo acadêmico, sejam leitores, estudantes ou profissionais da área, expandir esta análise através de outros estudos e pesquisas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnalismo - a notícia como espetáculo**. 2ed. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BAZIN, André. **Por um cinema impuro: defesa da adaptação**. In: O Cinema: Ensaios. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar Ed, 1997.

COPPOLA, S. **Bling Ring: A Gangue de Hollywood**. [Filme-vídeo]. Produção de Sofia Coppola. Direção de Sofia Coppola. Los Angeles, 2013. DVD, 90 min. color. son.

SALES, Nancy Jo. **Bling Ring: A Gangue de Hollywood** / Nancy Jo Sales, tradução Andrea Gottlieb, Lourdes Sette, Claudio Figueiredo – 1 ed. – Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

SALES, Nancy Jo. **The Suspects Wore Louboutins**. [Editorial] Vanity Fair, Culture, Março, 2010. Disponível em <<http://www.vanityfair.com/culture/features/2010/03/billionaire-girls-201003>> Acessado em: 05 de Novembro de 2013.

STAFF TMZ. **'Pretty Wild' Star -- Adios, Lindsay Lohan!** EHM Productions, 2010. Disponível em: < <http://www.tMZ.com/2010/07/23/pretty-wild-star-alexis-neiers-released-jail-lindsay-lohan/>> Acessado em: 24 de Março de 2014.

THE PEW RESEARCH CENTER. **How Young People View Their Lives, Futures and Politics – A Portrait Of “Generation Next”**. Washington, D.C, 2007. Disponível em < <http://www.people-press.org/2007/01/09/a-portrait-of-generation-next/>> Acessado em: 05 de Novembro de 2013.