

A notícia da morte de celebridades do mundo da música (Elvis Presley e Amy Winehouse)¹

Laura LIMA²

Adriana Schryver KURTZ³

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-Sul

RESUMO:

Este artigo tem por objetivo comparar a cobertura da morte de celebridades do mundo da música, como Elvis Presley e Amy Winehouse. Na esfera do jornalismo, a mídia investe em diferentes práticas e estratégias para transformar um acontecimento em notícia. Serão aqui expostos e utilizados para análise do fenômeno, a notícia da morte veiculados pelo telejornalismo da Rede Globo e cobertura especial veiculada pela mesma emissora. Para isso, o presente artigo utiliza as teorias do jornalismo, o conceito de Indústria Cultural de Adorno, e, com base nesse referencial metodológico, será possível ver pontos de diferenciação nos discursos veiculados, além de padrões de cobertura que se repetem, como o sensacionalismo e agendamento.

Palavras-chave: morte como acontecimento jornalístico; notícia; celebridades; mídia; indústria cultural.

1. Introdução

O ser humano, segundo a ciência, é o único ser vivo que tem consciência da própria finitude. Os homens tentam segurá-la com os avanços tecnológicos, ao acreditar que com o auxílio da medicina, ciências humanas e sociais, possam tirar um pouco dessa aflição que os importunam, desde quando se conhece por seres humanos. Segundo o filósofo Arcângelo Buzzi,

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo - do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, e-mail: lauralimas@terra.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM –Sul, email: akurtz@espm.br

“Dissemos que o cuidado estrutura a existência-humana, logo nos damos conta que o que mais pretendemos é prolongá-la no mundo, evitar seu término, salvá-la da morte. Assim à sombra construímos um mundo de mil seguranças e garantias de cooperação dos outros... o direito, a medicina, a religião, a política, a economia... são “meios” de salvação de nosso ser (BUZZI,1991, p.148).”

Para Edgar Morin, segundo a obra *O Homem e a Morte*, é impossível conhecer o homem sem lhe entender a morte, porque é na morte que o homem se revela, mais do que em vida. É nas suas ações e crenças perante o óbito que o homem exprime o que a vida tem de mais fundamental (MORIN, 1988).

Porém, uma maneira de eternizar quem morreu é através da mídia. Segundo os estudos de Issler (2004) sobre anúncios fúnebres nos jornais, quem atribui valor à realidade, seja jornalístico, acadêmico, jurídico ou artístico é qualquer sujeito que a considere, que a contemple. É privilégio do profissional da informação definir o valor da morte. Ao entrevistar jornalistas sobre qual o valor jornalístico da morte, o pesquisador obteve a resposta de que a morte é pauta em função de quem morre e de como morreu.

Gaye Tuchman (1978) define a notícia como um registro e um produto da realidade. São elas – as notícias – as responsáveis por mostrar ao público o modo de observar e interpretar uma determinada realidade. Contudo, para que um acontecimento se torne notícia, cada instância de produção midiática investe sobre ele determinadas práticas e estratégias discursivas, o que pode produzir de um mesmo fato diferentes acontecimentos.

Em se tratando de coberturas de mortes pela mídia, Mouillaud (2002), em *As Grandes Mortes na Mídia*, identifica os mortos banais e mortos exclusivos, os crônicos ou acidentais, os privados ou públicos, os mortos em obituários, os mortos dos conflitos, das guerras e das revoluções, o grande morto válido por seu próprio nome versus aqueles anônimos mortos em acidentes, tomados por sua grandeza numérica.

Nos próximos itens abordaremos a morte como fenômeno social; como se dá a relação mídia-morte; e a morte como critério de noticiabilidade, baseando-se no

fenômeno da morte de celebridades do mundo da música, como Elvis Presley e Amy Winehouse. Por fim, apresentaremos as conclusões que compactam o resultado desta pesquisa.

2. Dois astros e a Indústria Cultural

Na presente seção iremos conhecer duas celebridades do mundo da música: Elvis Presley e Amy Winehouse. Temas como o começo da carreira, discografia e morte serão abordados. Ambos os músicos foram pautados pela Indústria Cultural de acordo com Theodor Adorno (2002), é fruto do Capitalismo Industrial. Na teoria o consumidor não é um sujeito, mas um objeto. “O cinema e o rádio não têm mais necessidade de serem empacotados como arte. A verdade de que nada são além de negócios lhes serve de ideologia. Esta deverá legitimar o lixo que produzem de propósito.”. (ADORNO, 2002, p.8).

- **Elvis Aaron Presley**

Elvis Aaron Presley nasceu no dia 8 de janeiro de 1935⁴. Foi um dos cantores mais populares do *Rock'n and Roll* de todos os tempos, por isso, é considerado o pai desse ritmo. Em 1953, enquanto gravava algumas músicas para o aniversário da mãe, chamou a atenção de Sam Phillips, proprietário de estúdio musical e dono do selo de discos Sun Records. Seria o início da carreira musical do rei do Rock.

Segundo Gillian G. Gaar no texto que integra o *box* Elvis Presley: História, Discografia, Fotos e Documentos (2016), uma das maiores virtudes de Elvis Presley era a voz: seu alcance vocal, atingia, segundo especialistas, notas musicais de difícil alcance para um cantor popular. Presley possuía um virtuoso senso rítmico, força interpretativa e um timbre de voz que se destacava entre os cantores populares. Por isso, o pai do *Rock'n and Roll*, foi avaliado como um dos maiores e melhores cantores populares do século XX.

Foi com “That’s All Right” que a lenda realmente começou. No lado B do disco foi gravada “Blue Moon Of Kentucky”, e as duas faixas se complementam com perfeição:

⁴ Ele chegou a ter um irmão gêmeo, Jessie Garon Presley, que veio a falecer dias depois do nascimento

o blues de Arthur “Big Boy” Crudup estava enriquecida por uma batida country, e o som country de Bill Moore vinha combinado com o blues. Essa fusão de diferentes estilos musicais na mesma canção caracterizava as gravações de Elvis na Sun.

Os anos de 1956 e 1957 foram a época mais agitada na carreira de Elvis Presley. Em 1956, ele trabalhou sem parar: fez shows, anúncios de televisão, sessões de gravações e filmes para o cinema. No fim de 1957, tinha aparecido em todos os programas de variedades famosos na televisão na época, fez três filmes (*Love Me Tender; Loving You; Jailhouse Rock*) de sucesso e se tornou o artista de maior vendagem na história da RCA, acumulando no topo da parada seis singles, três elepês e quatro álbuns.

Segundo Gaar (2016), durante um ano e meio, Elvis serviu ao Exército norte-americano na Alemanha. Em 22 de setembro de 1958, após um treinamento básico no Texas, ele embarcou no Brooklyn, em Nova York, e trechos da coletiva de imprensa realizada antes de sua partida foram registrados no disco *Elvis Sails*. O navio chegou a Bremerhaven em 01 de outubro e de lá Elvis viajou para sua base militar em Friedberg, cerca de 300 quilômetros ao norte de Frankfurt. O astro integrava o 32º Batalhão de Tanques da Terceira Divisão Blindada e atuou como motorista do jipe dos comandantes. Também passaria boa parte do tempo nos campos de manobras, longe dos olhos do público. Elvis recebeu permissão para se acomodar fora da base militar, e foi morar com o pai e avó. Mais tarde compraria uma casa, na cidade de Bad Nauheim.

Em 5 de março de 1960, o período de permanência de Elvis no exército chegou ao fim. O astro serviu por mais quatro anos como reservista, até ser dispensado em março de 1964. A primeira tarefa de Elvis após ser liberado, foi gravar um novo single. Em duas noites ele gravou “Stuck On You” e “Fame And Fortune”. Em 48 horas a animada “Stuck On You” chegou às lojas, rumo ao primeiro lugar nas paradas. Em abril, Elvis completou seu álbum de retorno “*Elvis Is Back*”.

Ainda segundo Gaar (2016), em 1969, decidido a organizar um “retorno triunfal aos palcos”, reservou uma temporada no Internacional Hotel, em Las Vegas. Mas antes que a *tour* se encerrasse, começaram os planos para um novo período de shows. Foi durante essa temporada, em 1970, que Elvis começou a usar macacões, traje que se tornaria uma

de suas marcas registradas. As peças davam maior liberdade de movimento, principalmente quando ele dava altos chutes de *karatê*. A partir dessas apresentações, foi produzido um documentário sobre seus shows em Las Vegas. *Elvis: That's The Way It Is* foi lançada em dezembro de 1970.

Em 1972, foi planejado um dos maiores eventos da carreira de Elvis: Tom Parker anunciou que o astro realizaria um show no Havaí transmitido para todo o mundo por satélite, o *Aloha From Hawaii*. Perguntado sobre como se sentia ao cantar para uma plateia mundial, Elvis respondeu: “É muito difícil de entender. Um show ao vivo para mim é emocionante por casa de toda a energia gerada no meio da multidão e no palco. É a minha parte favorita.”. Em 2004 foi lançada em DVD uma versão de *Aloha From Hawaii*.

O último álbum ao vivo lançado durante a vida de Elvis foi gravado em 20 de março de 1974, em Memphis, intitulado, *Elvis Recorded Live On Stage In Memphis*. O disco continha a junção de “Blueberry Hills” com “I Can’t Stop Loving You”. Lançado no mesmo ano de produção, o álbum ficou em 33º lugar nas paradas.

Em 16 de agosto de 1977, a carreira do pai do *Rock’n and Roll* cessou, junto com o artista. O cantor foi encontrado inconsciente no banheiro de sua mansão de Memphis, Graceland, por sua namorada a época, Ginger Alden. Segundo o relatório do médico legista oficial, o músico morreu de arritmia cardíaca, aos 42 anos. Mais tarde foi descoberta a verdadeira causa da morte: um coquetel de dez medicamentos tomados em doses muito altas.

À medida que a notícia da morte do astro se espelhava, fãs de todo o país começaram a afluir em Memphis, fazendo uma vigília nos portões de Graceland que chegou a reunir mais de 50 mil pessoas. Em apenas um dia, todas as floriculturas da cidade esgotaram seus estoques – foram necessárias cem vans para transportar todos os tributos florais ao cemitério.

- **Amy Jade Winehouse**

Pouco mais de 6 anos depois da morte do rei do Rock, nascia Amy Jade Winehouse, em 14 de setembro de 1983. A artista iniciou a sua carreira cedo, aos 10 anos de idade, quando fundou a banda de rap “Sweet ‘n’ Sour, as Sour”. O grupo não passou de uma diversão, porém trilhou o caminho de Amy para o *black music* e facilitou o desenvolvimento de seus dons artísticos.

De acordo com o filme biográfico de Amy Winehouse, *Amy*^{5 2} (2015), o seu primeiro álbum *Frank*, de 2003, recebeu elogios de críticos musicais. Amy recebeu quatro prêmios no ano seguinte de melhor música contemporânea (Ivor Novello Awards) por “Stronger Than Me”, melhor artista solo feminina (BRIT Awards), melhor ato urbano (BRIT Awards) e melhor álbum do ano (Mercury Music Prize). Apesar do sucesso, o álbum teve baixo nível de vendas.

Segundo o documentário *Amy* (2015), em 2006, a cantora adotou o visual que a tornou conhecida: penteado retrô, maquiagem marcante nos olhos ao estilo dos anos 1960, e roupas mais ousadas. Junto à mudança de imagem, Amy lançou o seu segundo álbum “Back to Black” que a tornaria mundialmente famosa. Além disso, tornaria público o seu problema com drogas, expresso na música “Rehab” – sucesso nas paradas pop dos Estados Unidos. O álbum lhe rendeu cinco Grammy Awards, em 2008, na mesma noite, tornando-a a primeira britânica a receber tantos prêmios em uma única noite.

Foi por causa das drogas e dos excessos com o álcool, que Amy Winehouse veio a falecer na tarde de 23 de julho de 2011, no bairro de Camden Town, em Londres. A artista já apresentava problemas em sua carreira por conta do vício: apresentações pela metade, uma voz diferente daquela que o público havia conhecido e uma postura autodestrutiva. Além disso, o terceiro álbum da cantora nunca foi lançado. Os próprios executivos da gravadora que representava a cantora não aceitaram suas novas canções.

Após a divulgação de sua morte, reuniram-se em frente à residência equipes de filmagem, fotógrafos e admiradores. Além disso, Amy Winehouse recebeu o

⁵ Dirigido por Asif Kapadia e indicado aos prêmios Oscar e Brit Awards na categoria Melhor Documentário.

reconhecimento dos críticos musicais por suas habilidades como musicista. Na lista "60 Maiores Cantoras-Compositoras de Todos os Tempos", elaborada pelo periódico britânico *The Daily Telegraph*, a intérprete foi posicionada na décima colocação.

Mas o que aproxima as histórias de vida (e a morte) de Presley e Amy? Uma das explicações pode ser encontrada na crítica à Indústria Cultural formulada por Adorno e Horkheimer. O fato de as celebridades terem sucumbido à própria fama pode ser compreendida enquanto uma dimensão da realidade que tornou ambos tão reconhecidos mundialmente. Para Teixeira Coelho no livro *O que é Indústria Cultural*:

A indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização. É esta, através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador (COELHO, 2001, p.10).

Para Theodor Adorno, no texto clássico sobre a indústria cultural, “os talentos pertencem a indústria muito antes que esta os apresente; ou não se adaptariam tão prontamente.” O sucesso que faz a glória e, eventualmente, a desgastante realidade das celebridades da música, também é analisada pelo filósofo: “A constituição do público, que teoricamente e de fato favorece o sistema da indústria cultural, faz parte do sistema e não o desculpa.” (ADORNO, 2002, p.10).

Crítico radical da cultura norte americana, Adorno (2002, p.15) dispara: “A breve sucessão de intervalos que se mostrou eficaz em um sucesso musical, o vexame temporário do herói, por ele esportivamente aceito.”, bem como os “tapas que a bela recebe da mão pesada do astro, sua rudeza com a herdeira viciada são, como todos os pormenores e clichês, salpicados aqui e ali.”, sempre, no entanto, “subordinados à finalidade que o esquema lhe atribui.”. Assim, a Indústria Cultural continua o esquema de sua produção implacável e previsível. “Desde o começo é possível perceber como terminará um filme, quem será recompensado, punido ou esquecido; para não falar da música leve em que o ouvido acostumado consegue, desde os primeiros acordes, adivinhar a continuação, e sentir-se feliz quando ela ocorre (ADORNO, 2002, p.15).”.

Uma indústria que, desta forma, dita o ritmo de produção, vida e (porque não) da autodestruição de seus artistas e que neste ponto, opera conjuntamente com os meios de comunicação de massa e, especificamente, com o jornalismo.

3. A morte como critério de noticiabilidade e o sensacionalismo.

Como se costuma dizer, a única certeza da humanidade é a morte. Contudo, por mais certa que ela venha, o tema é para Chiavenato em *A morte: uma abordagem sociocultural* (1998), o assunto mais delicado e controverso da nossa história cultural. Edgar Morin complementa, no livro *Cultura de massa no século XX: neurose* (1997), trazendo a ideia de que a sociedade só se institui como organização através da morte, tendo em vista que a consciência da morte é uma espécie de motor que orienta a necessidade de transmissão e partilhamento dos signos que mantêm a nossa cultura existente. Por isso, midiaticamente, a morte é levada ao público pelos mais diversos veículos e formatos, fazendo parte do agendamento midiático, principalmente por meio do jornalismo. “E como uma das notícias mais interessantes é a morte, chegamos à triste e reveladora conclusão: a grande mídia vende a morte. E pior é que nós compramos o produto” (SALLES, 2005, p. 1).

Danilo Angrimani, no livro *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa* (1994), afirma que o jornal sensacionalista transforma a finitude humana em seu assunto de capa, como se rendesse um culto diário e fetichizado à morte. Para ele o que leva os leitores a atravessarem a rua e comprarem um jornal sensacionalista, que traz em suas páginas cadáveres, é o fato de que eles têm uma formação cultural precária. Talvez a partir de uma visão ingênua ou preconceituosa, o autor afirma: “estão mais próximos dos instintos e suas manifestações; ao contrário, as pessoas cultas, de formação intelectual superior, teriam seus instintos mais ‘sob controle’, logo, sua opção só poderia mesmo recair sobre veículos mais moderados, mais racionais (ANGRIMANI, 1994, p.53).”.

Retomando um texto de Bataille sobre o erotismo, Angrimani destaca que a sexualidade e a morte seriam “momentos intensos de uma festa”, uma festa que a

natureza celebra “com a multidão inesgotável dos seres”. Faces da mesma moeda, sexualidade e morte teriam o sentido do “desperdício ilimitado que a natureza executa contra o desejo de durar que é o próprio de cada ser.” (BATAILLE apud ANGRIMANI, 1994, p.53).

Angrimani já trazendo o pensamento de Baudrillard, a morte seria como um fantasma obsedante que conduz o homem a várias direções. “Abolir a morte é a nossa fantasia que se ramifica por todos os rumos: o além da vida e a eternidade para as religiões, a verdade para a ciência, a produtividade e a acumulação para a economia.” (BAUDRILLARD apud ANGRIMANI, 1994, p.53).

Quando usamos esses conceitos para entender a morte dentro do jornalismo, entende-se que o próprio sensacionalismo exige acesso ao inconsciente. A mídia, portanto, “utiliza todos os recursos da linguagem disponíveis para a fusão do público com a história relatada. São emoções inconscientes recalçadas que são atingidas numa reação semelhante à de tocar um nervo exposto (ANGRIMANI, 1994, p.108).”.

Assim, ao discutirmos o viés de celebridades e valor-notícia, nota-se uma tendência do jornalismo à valorização de tragédias ou fatos tristes. Nesse sentido, “a morte é um valor-notícia fundamental para essa comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou da televisão” explica Traquina (2005, p. 79). Aliada a ela, a importância hierárquica do personagem noticiado, a sua visualidade frente ao mundo e a comoção que sua ausência irá gerar tendem a motivar as redações a fazer da morte e da tragédia destaques nos veículos de comunicação.

Na seção seguinte iremos analisar como o sensacionalismo e a própria força da morte e de celebridades, enquanto valores-notícia, colidem com regras mínimas de ética profissional, a partir de relatos da mídia em torno das mortes de Elvis Presley e Amy Winehouse.

4. O artista morto continua vivo

O cantor **Elvis Presley** teve a sua morte anunciada no Jornal Nacional, um programa da Rede Globo, no dia 17 de agosto de 1977, um dia após a sua morte. O programa foi apresentado pelos jornalistas Cid Moreira e Sérgio Chapelin. Com a duração de 3’30”, Cid Moreira abre a notícia da seguinte maneira: “Agora à noite, o hospital Batista de Memphis informou que Elvis Presley foi encontrado morto por seu empresário. Elvis, com 42 anos, muito mais gordo e um casamento acabado, vivia sozinho em sua mansão do *Presley Boulevard* em Memphis, e na solidão sempre assistia ao filme que conta a história dele: *Elvis Era Assim*. Distante do palco, das glórias e dos fãs, ele revivia os tempos em que era o rei do *Rock’n Roll*.”.

Podemos observar uma abordagem que se inclina para um teor malicioso e desrespeitoso, quanto aos últimos anos de vida do cantor, ao ser citado o adjetivo “gordo”. Da mesma forma, as expressões “casamento acabado” e “solidão”, não deixam de expressar um certo *touch* sensacionalista ao completar, um quadro de alguém que está em franca decadência, que se dedica, narcisicamente, a assistir a um filme de sua própria vida, uma vez que, supomos não era mais o Rei do Rock. Observa-se portanto, opinião por parte dos jornalistas e falta de respeito.

Todavia, segundo o Código Deontológico do Jornalista;

“O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.” (primeiro ponto, maio de 1993).

Além disso, segundo o Código de Ética dos Jornalistas, *Art. 12*, o jornalista deve: “tratar com **respeito** todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar”. Na matéria em questão, Cid Moreira não trata com respeito Elvis Presley. O astro considerado o Rei do Rock não é mencionado como tal em nenhum momento, a não ser para dizer que “revivia os tempos”. Sem contar na forma como é descrito pelo jornalista.

Já a cantora **Amy Winehouse** teve a notícia da sua morte anunciada à tarde, no dia 23 de julho de 2011, em um plantão da Globo. O maior destaque para o seu óbito foi dado no dia 24 de julho de 2011, um dia posterior ao seu falecimento, no programa da Rede Globo, Fantástico. Segundo o artigo de Luiz Fernando Greiner Barp, publicado no Departamento de Ciências da Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria (2012, p.12), a revista eletrônica utilizou-se de 21,18%, de sua programação para tratar de Amy Winehouse. O programa foi apresentado pelos jornalistas Renata Ceribelli e Zeca Camargo.

Amy é exaltada no programa. Constantemente sua voz “extraordinária” é citada, apesar da contínua lembrança da dependência química da artista, fato que dramatiza ainda mais sua morte. Entretanto, essa circunstância faz com que o público fique curioso e crie empatia pela cantora, tendo em vista por Amy ser um ídolo da geração jovem. Na visão de Rezende (2000, p. 157) “é a matéria jornalística que fornece um relato ampliado de um acontecimento, mostrando suas causas, correlações e repercussões”.

Outra forma de dramatização é a forma como a reportagem é conduzida. O jornalista vai à casa de Amy Winehouse mostrar as homenagens à cantora. “Mesmo que um corpo moribundo não esteja visível aos nossos olhos, os gestos ritualísticos, como o luto, a dor, os choros, os depoimentos de pessoas próximas, o cortejo fúnebre, além das visitas aos jazigos”, são formas de “representar a morte através da dramatização”, como afirmam Rocha e Santos (2013, p.15).

Com base nos estudos de Mouillaud (2002) é possível entender a razão pela qual Amy teve seu falecimento exaltado pelos meios de comunicação. O autor relata que a morte de celebridades ou pessoas que se destacam por sua fama na sociedade ganha espaço privilegiado, pois o sentimento de perda ou comoção se intensifica quanto maior for a relação entre sobrevivente e falecido, mesmo que de maneira simbólica ou platônica. Amy, apesar de sua curta carreira, foi apontada como grande revelação da música mundial e, por isso, possuía muitos fãs dentre eles, os quais, anônimos e famosos. Essa relação fez dela alguém digno de um espetáculo midiático.

A admiração por Amy se confirma quando o jornalista entrevista fãs que estavam na porta da casa da cantora. A maioria deles lamenta e chora pelo ocorrido. Traquina (2005) se refere às fontes como o ponto de partida do texto jornalístico. O autor afirma que elas – as fontes – podem ser qualquer pessoa envolvida, conhecedora ou que sirva de testemunho para um determinado acontecimento. Através da maneira como são escaladas, o conteúdo jornalístico ganha sentido e forma.

5. Considerações Finais

Podemos concluir com esta pesquisa que há diferença entre as formas de como foram noticiadas ambas as mortes: a de Presley desrespeitosa e de Amy Winehouse quase como se ela fosse uma heroína. Porém, um fato que os aproxima é que ambos os cantores foram agendados durante a semana de suas mortes, uma vez que a mídia a vendeu. Elvis, entretanto, possuía mais o carinho do público do que da mídia em si, fato que contribuiu para seu agendamento.

Em qualquer dos casos mas, sobretudo, no de Elvis, a não obediência a um código de ética é evidente. Há que se considerar que na época da morte de Elvis, as autorregulações do setor jornalístico eram menos formalizadas do que hoje. No entanto, é gritante como a cobertura analisada se deleita em tratar um cantor certamente “decadente” com absoluta falta de ética e respeito, mesmo diante da gravidade do assunto: seu próprio óbito. Tal esquecimento da deontologia da mídia vem acompanhada pelo privilégio que a mesma tem em eternizar os mortos a partir de sua cobertura e suas celebrações. Como lembrou Issler (2004) ao refletir sobre anúncios fúnebres nos jornais, é privilégio do profissional da informação definir o valor da morte.

Além disso, as reportagens se utilizaram do sensacionalismo em ambas as reportagens, através de pessoas chorando em cima dos caixões e multidões em frente às casas, tornando-o espetacular ao mostrar sempre a emocionalidade e a comoção que a morte causa. A reportagem de Amy Winehouse, porém, se utilizou ainda mais do sensacionalismo, no que cabe ao modo como foi apresentada a notícia: com muito espaço para a sua história e trajetória, sempre ressaltando o excesso das drogas. E ao

contrário do que Angrimani defende, em seu clássico livro *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa* (1994), não é a formação precária dos leitores de jornais e do público das mídias audiovisuais que determina a procura por notícias das mortes de celebridades (o que fica evidente, sobretudo, no caso de Amy). Mas concordamos quando o autor diz que os veículos sensacionalistas transformam a finitude humana em seu assunto, como num culto diário e fetichizado à morte.

Outro ponto a ser analisado é o fato das diferenças de épocas. Na década de 70, não existia o “politicamente correto” e, no século XXI, é como se todos os tipos de comportamentos fossem “liberados” por medo da “repressão”. Por isso, esse fato se justifica no tratamento de ambos os artistas: um de modo desrespeitoso e o outro de forma heroica.

Entretanto, ao mesmo tempo, o agendamento ocorre de formas distintas: Elvis Presley é lembrado todos os anos no mês de agosto, as homenagens são constantes e, muito provavelmente, perdurará por anos. Porém, Amy Winehouse teve seu holofote somente em 2011 e, posteriormente, foi esquecida, de certa forma, não parecendo tão “viva” no agendamento da mídia. Ainda que ambos os artistas tenham causado uma comoção no momento de suas mortes, uma questão relevante cabe ser posta: quem será lembrada/o e homenageada/o, em cinquenta anos?

Referências Bibliográficas:

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Coleção Leitura, 2009.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

BUZZI, Arcângelo. **Filosofias para Iniciantes**. Rio de Janeiro: Vozes, 1991.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHIAVENATO, J. J. **A morte: uma abordagem sociocultural**. São Paulo: Moderna, 1998.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

DUARTE, E. B. Televisão: entre gêneros, formatos e tons. **Anais do XXX Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação - XXX NP**, Universidade Católica de Santos, Santos, 2007.

GAAR, Gillian. **Elvis Presley. História, Discografia, Fotos e Documentos**. São Paulo: PubliFolha, 2016.

ISSLER, Bernardo. “A morte como notícia ou anúncio”. **XIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 2004, UMESP, São Bernardo do Campo, SP. *Anais eletrônicos*.

MOUILLAUD, Maurice. As grandes mortes na mídia. In: MOUILLAUD, M (Org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, p. 349-361, 2002.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MORIN, Edgar. **O Homem e a Morte**. Portugal: Europa-America PT, 1988.

RAMOS, Roberto. **Os sensacionalismos do sensacionalismo – uma leitura dos discursos midiáticos**. Meridional: Porto Alegre, 2012.

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. 2 ed. São Paulo: Summus, 2000.

ROCHA, Paula Roberta Santana; SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro. **A Morte como Espetáculo Midiático**. 2013. Disponível em:
<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2015/resumos/R48-0942-1.pdf>

SALLES, M. A espetacularização da morte. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/fd190220034.htm>

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **Making news: a study in the construction of reality**, 1978.

BARP, Luiz F. Greiner. A morte de Amy Winehouse como acontecimento no Fantástico e no Jornal Nacional. 2012. Disponível em: <http://decom.ufsm.br/tcc/files/2013/06/luiz.pdf>

Reportagem sobre a morte de Elvis Presley no Jornal Nacional, conferir em:
<https://www.youtube.com/watch?v=atk5WIU4JMg>

Reportagem sobre a morte de Amy Winehouse no Fantástico, conferir em:
<https://www.youtube.com/watch?v=IkCi988cIeo>