



## **Precisamos matar Amy Winehouse, ou A construção de um mito contemporâneo<sup>1</sup>**

Carla Detoni LANINI<sup>2</sup>

Evandro MEDEIROS<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **RESUMO**

Os meios de Comunicação de Massa criaram um sistema de estrelas, celebridades, que se tornaram modelo de comportamento para gerações durante o século XX. Com a chegada da internet mudam os meios e a forma como se realiza este mesmo processo. A mitificação continua existindo, só que agora de uma maneira mais rápida, no tempo de um clique, como é o caso da cantora inglesa Amy Winehouse.

**PALAVRAS-CHAVE:** mito; indústria cultural; música; contemporaneidade; comunicação.

### **O Início**

A Grécia Antiga é a referência para entendermos a formação de um mito no seio da sociedade. Desde os tempos imemoriais, o homem necessita de modelos, que são criados, usados, mas atualizados, ou descartados, conforme a necessidade da época. Mesmo no mundo dessacralizado é possível encontrar sinais deste comportamento. Só que agora os modelos não são mais os deuses, mas as estrelas midiáticas.

E quando se aceleram os processos de troca sónica, com a chegada da internet, os mitos sobem e caem com mais rapidez. Amy Winehouse, a cantora inglesa que é sucesso em todo o mundo com um estilo que mistura jazz e *soul music*, teve rápida ascensão no mundo dos negócios, por muitas razões. E por muitos destes mesmos motivos, assume o movimento descendente na escala de dinheiro e sucesso. Sinal dos tempos em que vivemos?

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da FACOM-UFJF, email: [carladetoni@hotmail.com](mailto:carladetoni@hotmail.com)

<sup>3</sup> Professor do Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Assessoria Empresarial da Fagoc – Faculdade Ubaense Governador Ozanam Coelho. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora e especialista em Comunicação empresarial pela mesma instituição. email: [medeiroslaia@yahoo.com.br](mailto:medeiroslaia@yahoo.com.br)



## As raízes do mito

A música é a expressão do tempo e acompanha o homem desde sempre. Uma canção pode marcar determinada data especial ou mesmo um amor que passou. Com isso, a marcação do compasso rompe a barreira do tempo ordinário e nos lança na esfera do tempo mítico. Binário, terciário ou quaternário, o compasso é signo de reconhecimento para cada homem, que carrega dentro de si um coração que bate compassado também. E que um dia, inevitavelmente, para.

É a consciência da morte, que transforma o homem no que ele é. A linguagem, e por consequência a arte, aparece como forma de adiar a partida, como manifestação da vontade de transcendência do ser humano. Todas as sociedades criam mitos com o objetivo de alcançar a vida eterna. E, mais do que isso, o mito funciona como forma de organização social: nas sociedades antigas, regidas pelo ideal do sagrado, indivíduos só aceitavam viver na penúria das castas sociais mais baixas porque acreditavam que suas funções no mundo já eram definidas pelas divindades antes do próprio nascimento. Nas sociedades tradicionais, o homem comporta-se imitando os deuses.

O mito conta uma história sagrada, quer dizer, um acontecimento primordial que teve lugar no começo do tempo, *ab initio*. Mas contar uma história sagrada equivale a revelar um mistério, pois os personagens do mito não são seres humanos: são deuses ou Heróis civilizadores. (ELIADE, 1992, p.84).

Um exemplo é a mitologia da Grécia Antiga. Dionísio, divindade do vinho e da embriaguez, era homenageado por meio dos rituais orgiásticos, em que, simbolicamente, a terra era fecundada. É o mito da *Terra Mater*. (ELIADE, 1992). Conservam-se traços desse mito nos enterros de nossos mortos, que voltam à terra depois de um ritual de passagem, o velório. Em contato com a Mãe Terra, onde tudo começa, o homem reintegra-se ao cosmos, retornando à unidade inicial.

Os rituais têm o papel de atualizar o mito, transmitindo-o às gerações seguintes e fazendo com que se adapte às condições sociais e culturais apresentadas. Nos tempos da oralidade, o rito, que é a celebração, garantia a sobrevivência do mito, que é a narrativa. Palavras e ações deveriam ser repetidas para que as origens não fossem esquecidas. Assim o ritual comunica pelo ato o que se vê, e pelo sentido, usualmente invisível ao incauto, a intenção de sua realização, o sentido daquele ato, a mensagem a ser transmitida, aquilo que precisa ser gravado pelos participantes”. (REÑONES, 2002, p.90).

Nossa herança religiosa ocidental ainda tem forte influência na sociedade, apesar de vivermos em um mundo dessacralizado. Isso porque um mito que foi relembado por



séculos em rituais, perpassando a história de uma sociedade, não é extinto subitamente. Assim, muitos mitos que acompanhavam a história da humanidade desapareceram com o tempo. Mas não sem deixar vestígios, marcas que determinam o regimento da vida contemporânea. A divisão do tempo em anos e a repetição dos meses, dias, datas especiais relembram o tempo mítico, presente nas sociedades sagradas. Assim também, o mito da cosmogonia continua presente, por exemplo, durante o Réveillon. (ELIADE, 1992). Quem nunca exagerou na bebida, na festa, como se o mundo fosse acabar no dia seguinte?

Em outro aspecto, a necessidade de criar heróis e ultrapassar o caráter ordinário da vida é inerente ao homem. E no lugar dos deuses das sociedades primitivas, entram em cena as celebridades do *star system*.

No encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os olímpianos modernos. Esses olímpianos não são apenas os astros do cinema, mas também os campeões, príncipes, reis, playboys, exploradores, artistas célebres (...). O olimpismo de uns nasce do imaginário, Isto é, de papéis encarnados nos filmes (astros), o de outros nasce de sua função sagrada (realeza, presidência), de seus trabalhos heróicos (campeões exploradores) ou eróticos (playboys, distels). (MORIN, 1997, p.105)

É neste contexto que atrizes, atores, cantoras e demais estrelas da constelação midiática se tornam modelos de comportamento e referência identitária. Os primeiros indícios desta nova mitologia aparecem no raiar do século XX, com a chegada dos meios de comunicação de Massa.

### **O rito global**

As origens da comunicação de massa estão ligadas ao século XV com a invenção do tipógrafo. A data provável é 1450 e o autor do feito seria Johann Gutemberg de Mainz. Este foi o primeiro veículo utilizado para produzir múltiplas cópias de manuscrito e textos. Tanto que, por volta de 1500, cerca de 250 gráficas, espalhadas por toda a Europa, já haviam produzido 27 mil edições: uma explosão de informação para o período. (BRIGGS e BURKE, 2004).

Outras revoluções seguiram escrevendo a história dos meios de comunicação. Mas nada como se viu a partir da primeira metade do século XX. O rádio estabelece a comunicação direta entre diferentes partes do mundo e ao mesmo tempo cria



identidades locais. A característica ritual do rádio fica explícita quando Marshall McLuhan chama o rádio de “O tambor tribal”. (MCLUHAN, 1964).

Quase que ao mesmo tempo, o cinema chega para congrega o público das grandes cidades que se formavam em torno das grandes fábricas. Todos em busca de uma mitologia onírica, que eternizava o sopro de realidade nos grãos de parta da película.

Antes de qualquer crença da interpretação do ator, ou nas tomadas oferecidas pelo diretor, é preciso que o espectador confiar na máquina: sem ela não existe exibição. (...) É na experiência do cinema que o homem se entrega sem reservas ao domínio supremo da máquina, e depende dela para realizar a atividade que caracteriza a raça humana: sonhar. (MEDEIROS, 2008, p.71).

O avanço técnico que torna possível enviar som e imagem, sincronizados, via ondas de rádio, marca a chegada do tempo real à transmissão. É possível, sem sair de casa, ouvir e ver o que acontece do outro lado do mundo. Ao mesmo tempo, tanta tecnologia, já na segundo metade do século passado, torna mais forte o processo de mitologização das figuras em exposição midiática.

Num momento, o público de todo o mundo assiste encantado ao ritual mágico do casamento entre a plebéia Diana e o príncipe Charles da Inglaterra, somente para no instante seguinte, deleitar-se com os escândalos do casal real. Ao contrário dos heróis gregos, humanos ou semideuses que se notabilizavam pelos seus feitos, os mitos do século XX surgem intocáveis, *olimpianos*, para aos poucos, mostrarem-se humanos. (MORIN, 1997). Neste instante, que pode ser marcado pelo parto, pela dor da perda de um ente querido ou por um escândalo sexual, é que se configura a identificação que o público necessita.

Mitos e heróis, reis e rainhas são expressões frequentemente utilizadas pelos *mass media*, não apenas para indicar fenômenos ocorridos em sociedades tradicionais. Foi assim que surgiram, no nosso século, as rainhas do rádio, o rei do futebol, as estrelas do cinema e os astros da televisão. Acima de todos eles pairam alguns nomes ainda mais sagrados: os *mitos* James Dean, Marilyn Monroe, Pelé, Che Guevara, Ayrton Senna e Leila Diniz. Cada um ao seu modo teve sua vida transformada em narrativa exemplar para gerações inteiras.

Mas este artifício ultrapassa os meios de comunicação de massa com a chegada da internet. É na rede mundial que a mitologia midiática ganha dimensões estratosféricas. Cada conceito, cada imagem, pode gerar um volume de informações sem limites. Para Lúcia Santaella “o fenômeno chamado hoje de globalização não seria possível sem as



poderosas tecnologias comunicacionais atuais”. (SANTELLA, 2003, p.70) E ela completa, afirmando que esta geração vive uma revolução de informação e comunicação sem precedente. “Catalisados pela multimídia e hipermídia, computadores e redes de comunicação passam assim por uma revolução acelerada no seio do qual a internet, rede mundial das redes interconectadas, explodiu de maneira espontânea, caótica, superabundante”. (SANTELLA, 2003, p.71).

Um bom exemplo desta explosão é a superexposição da escocesa Susan Boyle. A anônima caloura apresentou-se pela primeira vez no programa inglês *Britain's got talent*, cujo objetivo é revelar estrelas. E mesmo estando fora do padrão de uma celebridade, conseguiu arrancar aplausos da plateia e lágrimas do júri. Susan escolheu interpretar *I dreamed a dream*, canção do espetáculo *Os miseráveis*, baseado na obra do escritor francês Victor Hugo.

“Susan era a antítese do glamour televisivo: feia, acima do peso, pouco charmosa, brega e desengonçada. Mas foi só ela começar a cantar para as feições da platéia, dos jurados e possivelmente dos mais de 20 milhões de usuários da internet que já assistiram a seu vídeo mudarem. Aos 47 anos, desempregada e sem *nunca ter beijado na boca*, Susan se transformou na maior estrela do mundo virtual, com forte indícios de que o sucesso vai se estender pelo mundo real”. (MIRANDA, 2009)

Não foi apenas a apresentação no programa que tornou a escocesa uma celebridade. Na noite seguinte à final do *Britain's got talent*, quando ela acabou faturando o segundo lugar, o vídeo da apresentação já postado na internet, no site YouTube<sup>4</sup>. Ela foi comentada em blogs, no Twitter e em outras redes sociais numa escala incomensurável. E o sucesso passou do virtual para a vida real. Ela já ganhou uma página na Wikipédia<sup>5</sup> e tem contrato fechado com uma gravadora. Tudo em menos de um mês. A reportagem publicada no dia 31 de maio, no site do Fantástico, programa exibido pela TV Globo nas noites de domingo, dá o tom mítico impresso à novíssima estrela, eleita na emergência do mundo on-line. A equipe foi até o vilarejo onde ela nasceu, na Inglaterra, como numa peregrinação sagrada, refazendo os passos do mito, num ritual nos moldes das sociedades sagradas.

### **A voz de um tempo urgente**

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xRbYtxHayXo>>

<sup>5</sup> Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Susan\\_Boyle](http://pt.wikipedia.org/wiki/Susan_Boyle)>



Susan Boyle é expoente da rapidez contemporânea imposta aos processos sógnicos inerentes à formação humana. Mas poucos mitos contemporâneos têm uma trajetória comparada com a da cantora inglesa Amy Winehouse. Ela nasceu em Londres, na Inglaterra, numa família judia de tradição musical ligada ao jazz, em 1983. O pai, Mitchell Winehouse, era motorista de táxi e a mãe, Janis, farmacêutica. Ganhou a sua primeira guitarra elétrica aos 13 anos de idade e por volta dos 16 anos já cantava profissionalmente ao lado de um amigo. O álbum de estréia, *Frank*, veio em outubro de 2003, quando ela tinha apenas 20 anos. Diversas canções do álbum possuem influências do jazz e, exceto por duas, todas foram co-escritas por Winehouse. (BIOGRAPHY, 2009).

O trabalho foi bem recebido pela crítica e sua voz foi comparada à de Sarah Vaughan, Macy Gray, entre outras. *Frank* foi indicado para o Mercury Music Prize 2004. Menos de um ano depois, Amy aparecia bem mais magra. Mais tarde, no DVD ao vivo *I told you I was trouble*, ela atribuiu a perda de peso ao uso de maconha e álcool: “Sou uma cantora, não sou uma model. Quanto mais insegura eu me sentia, mas eu bebia. Quanto mais insegura eu fico, maior meu cabelo será”.

Em 2007, ela lança o segundo álbum, *Back to Black*, com uma canção que se tornou seu hit mais conhecido, *Rehab*, em que Amy fala da dificuldade em deixar o vício das drogas, dando início à exposição pública que se tornou a sua luta contra a doença.

They tried to make me go to rehab // But I said 'no, no, no' // Yes, I've been  
black, but when I come back // You'll know-know-know // I ain't got the time  
And if my daddy thinks I'm fine // He's tried to make me go to rehab // But I  
won't go-go-go<sup>6</sup>

O álbum recebeu seis indicações para o *Grammy 2008*, das quais venceu 5: melhor canção, melhor gravação, artista revelação, melhor álbum pop, melhor interpretação feminina. *Back to Black* atingiu grande sucesso comercial, sendo o disco mais vendido de 2007, mais de 5 milhões de cópias no ano.

Durante uma votação feita durante o *EMA 2007*, um prêmio americano de música, Amy foi surpreendida: foi feita uma votação entre os artistas de mais destaque nesse ano para saber qual delas merecia ganhar. Winehouse foi a mais votada. Artistas como Rihanna, Chris Brown e Fergie disseram que ela merece uma vez que é original, tem uma voz incrível e um ritmo único. (BIOGRAPHY, 2009). O crítico Jon Pareles, do New York

---

<sup>6</sup> Tradução: Tentaram me mandar pra reabilitação // Eu disse "não, não, não" // É, eu estive meio caída, mas quando eu voltar // Vocês vão saber, saber, saber // Eu não tenho tempo // E mesmo meu pai pensando que eu estou bem; // Ele tentou me mandar pra reabilitação // Mas eu não vou, vou, vou



Times, teve a mesma opinião a respeito da artista, depois de assistir a um show dela nos Estados Unidos.

Amy Winehouse chama a atenção. As músicas do seu segundo álbum *Back to Black*, fazem reviver a música soul dos anos 60 e 70. (...) Ela bebe, ela xinga, se apaixona pelos caras errados, ela chora; ela recusa se reabilitar com uma frase magnificamente simples, *Eu digo não, não, não*. (PARELES, 2007)

Na mesma rapidez que ela apereceu nas listas do smais vendidos, ela começa a aprezer também nas páginas policias dos jornais. O uso constante de drogas e os problemas com o marido, Blake Fielder-Civil, com que se casou em 2007, ofuscam o talento e a carreira em ascensão da cantora. Amy foi presa duas vezes no ano de 2008. Uma delas devido a posse de drogas. Ela passou uma noite numa cela, mas foi presa sem acusação formal. No mesmo ano, um vídeo com Amy usando crack e outras drogas saiu no site do jornal inglês *The Sun*<sup>7</sup>. Em 25 de janeiro, foi internada numa clínica de reabilitação, sendo vigiada 24 horas por dia.

Várias fotografias de Amy com o seu marido vieram para a internet<sup>8</sup>. Ela aparece em poses sensuais e com comprimidos de droga na língua. Também foi colocado um vídeo polêmico, em que ela canta uma música racista<sup>9</sup>. Amy Winehouse já pediu desculpas pelo vídeo onde canta a música racista. Logo depois, em Show no Rock in Rio Portugal, Amy atrasou 40 minutos, entrou bêbada no palco, completamente rouca e não cantou todas as músicas previstas<sup>10</sup>.

No final de 2008, depois de ser internada num hospital, pelo pai, os médicos disseram que Amy está com sinais de algo que pode levar a um enfisema pulmonar. Foi feito um ultimato à cantora: se não deixar as drogas irá perder a sua voz e morrer rapidamente. (DOENÇA, 2009). Tantas histórias serviram de inspiração para um joguinho virtual, chamado *Escape from Rehab*<sup>11</sup>, disponível para os internautas desde agosto de 2008. O game online traz a cantora inglesa de soul como personagem. Amy tem como objetivo salvar seu marido, Blake Fielder-Civil, que está preso por tráfico de drogas e obstrução da justiça.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/showbiz/bizarre/article1173983.ece>>

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://www.facebook.com/Winehouse>>

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=GgS9c0kctfY>>

<sup>10</sup> Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=984NrsMffto>>

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://www.escapefromrehabgame.com>>.



“No meio do caminho, Amy luta contra Hulk, Batman e mulheres com revólveres, tudo isso com seus poderes, ou melhor, com suas armas: seringas de drogas e cachimbos de crack. O jogo, ao mesmo tempo em que diverte o usuário, promove o filme *Disaster Movie*, cujo roteiro faz uma paródia dos principais lançamentos do cinema no último ano”. (AMY, 2009).

E mais: tanto vai e vem de clínicas e hospitais viraram tema de uma brincadeira macabra: um site de apostas<sup>12</sup> foi lançado em dezembro de 2007 com a seguinte pergunta: quando Amy Winehouse vai morrer? Cada internauta pode deixar o seu rosto e uma mensagem. O botão virtual promete presentear o vencedor com um iPod Touch. (BOLÃO, 2009).

Ela não morreu. Mas aos poucos foi saindo de cena. No início de 2009, Amy fez uma viagem ao caribe para tentar se livrar das drogas. E, claro, tudo foi acompanhado pelos olhos de todo o mundo por meio dos tablóides e da internet. Foi lá que a cantora começou a escrever as músicas de um novo álbum, a ser lançado pela mesma gravadora. As músicas foram entregues, mas o resultado não agradou os executivos. Depois disso, o show que marcava a volta dela aos poucos, no Festival de Jazz de Santa Lúcia, no Caribe, no início de 2009 não foi realizado.

Como não podia deixar de ser, a apresentação não teve um desfecho feliz e dessa vez parece que não tem nada a ver com os vícios de Amy. O festival de jazz no Caribe contou com o mau tempo e ocasionou alguns problemas técnicos. A cantora tentou cantar em meio a uma tempestade que chegou a apagar a iluminação do cenário por alguns minutos. Amy seguiu improvisando até tropeçar num monitor e embora ajudada pelos demais integrantes da banda, a cantora abandonou os palcos irritada. (WINEHOUSE, 2009).

Após ser internada novamente por consumo excessivo de álcool, Winehouse decidiu cancelar a apresentação que faria dia 31 de maio no Shepherds Bush Empire, em Londres. Seria o show de fechamento da celebração de 50 anos da gravadora Island Records. “Essa falta constante de Amy para com seus fãs já vem deixando a todos nós impacientes e perguntando o que ela espera dessa vida que anda levando. Já disse uma vez e volto a repetir, não gostaria que Amy fosse mais uma artista de talento morta para ser lembrada às vezes”. (SHOWS, 2009). Será que não?

### **Precisamos matar Amy**

---

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://www.whenwillamywinehousedie.com>>





Artistas excêntricos, celebridades instantâneas e todo tipo de famosos criados na era digital têm a mesma origem dos antigos ídolos, no início do século. Estes, por sua vez, substituíram os deuses cultuados pelas sociedades antigas, sagradas. Mas a organização da vida humana continua baseada no conceito de sacralidade. A diferença é que o sagrado agora é um conceito construído sobre outras bases. Com a chegada da internet, a velocidade do fluxo de informações aumentou, por isso o ciclo de captação, entendimento e processamento dos dados que recebemos também.

Amy Winehouse é a voz de um tempo breve. Aos 26 anos, com milhões de dólares na conta bancária e com um talento surpreendente, a inglesa que conquistou o planeta com uma releitura do jazz e da *soul music* precisa morrer. Se não fisicamente, ao menos metaforicamente. Só assim continuará viva como mito.

## REFERÊNCIAS

**AMY Winehouse vira jogo de internet.** Site Editora Abril. Disponível em: <<http://www.abril.com.br/noticia/diversao>>. Acesso em: 07 jul. 2009.

**BIOGRAPHY.** Disponível em: <<http://www.amywinehouse.co.uk>>. Acesso em: 06 jul. 2009.

**BOLÃO virtual tenta acertar data da morte de Amy Winehouse.** Folha Online. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br>>. Acesso em: 07 jul. 2009.

BRIGGS, A. e BURKE, P. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

**DOENÇA pulmonar crônica pode calar Amy Winehouse.** Gforum.tv. Disponível em: <<http://www.gforum.tv>>. Acesso em: 07 jul. 2009.

ELIADE, M. **O sagrado e o profano:** a essência das religiões. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação** como extensões do homem. Rio de Janeiro: Cultrix, 1964.

MEDEIROS, E. **O delírio de Apolo:** sobre teatro e cinema. Juiz de Fora: Funalfa, 2008.

MIRANDA, A. **Cinderela Escocesa:** Conheça a vida de Susan Boyle, a cantora mais comentada do planeta. O Globo, 19 abr. 2009. Segundo Caderno. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com>>.

MORIN, E. **Cultura de Massas no Século XX.** Volume 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.



**PARELES, J. Disillusioned diva with glimmers of Soul.** The New York Times, 10 maio 2007. Disponível em: <<http://nytimes.com>>.

**SANTAELLA, L. Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

**SHOWS de Amy Winehouse são cancelados em Londres.** Terra.com. Disponível em: <<http://www.terra.com.br>>. Acesso em: 07 jul. 2009.

**WINEHOUSE abandona palco no Caribe.** Terra.com. Disponível em: <<http://www.terra.com.br>>. Acesso em: 07 jul. 2009.