



## A Construção dos Corpos: Subjetividades na Mídia Televisiva Musical<sup>1</sup>

Júnia Cristina Ortiz Matos<sup>2</sup>  
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

### Resumo

Este artigo estuda os processos de constituição do sujeito a partir dos mecanismos discursivos que integram a construção de “ídolos instantâneos”, realizada pela mídia televisiva. O tema é aqui discutido por meio da análise da segunda temporada do reality show *Ídolos*, versão brasileira do programa britânico *Pop Idol* transmitida pelo SBT em 2007. Observaremos a construção discursiva das subjetividades a partir da Análise do Discurso de orientação francesa, fundamentada nos postulados de Michel Foucault. Discutiremos, também, os procedimentos de construção de sentidos na mídia, bem como os mecanismos de controle que embasam essa produção. Nessa linha, o corpo, como produtor e receptor de mídia, será tomado como unidade central da construção dos sentidos e será evidenciado como forma de legitimação da imagem do sujeito.

**Palavras-chave:** Corpo; discurso; mídia; subjetividade.

### 1. Introdução

Do grego antigo *eidolum*, a palavra ‘ídolo’ significa imagem, simulacro. Historicamente, pode-se definir um ídolo como um objeto de adoração considerado sagrado que marca a história das religiões que possuem essa prática. Os ídolos religiosos eram construídos e venerados desde os primórdios da humanidade, o que provocou controvérsias.

Nosso objetivo aqui não é discutir acerca de questões religiosas, mas, a princípio, estabelecer encadeamentos entre os sentidos produzidos em relação ao significado da palavra ‘ídolo’ em dado momento histórico e seu intrincamento com o processo de subjetivação pelo qual passam esses sujeitos. Para tanto, retomaremos o conceito de *memória discursiva* a fim de tornar possíveis tais conexões.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup> Graduanda do IV semestre de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia; participante do Grudicorpo/Cnpq – Grupo de Estudo sobre o Discurso e o Corpo; aluna de iniciação científica voluntária no projeto “Discurso e corpo: lugares de memória e identidades brasileiras na mídia e na literatura”; monitora da disciplina “Análise do Discurso”, sob a orientação do Prof. Dr. Nilton Milanez; e-mail: [junia.ortiz@gmail.com](mailto:junia.ortiz@gmail.com)



As subjetividades pelas quais passam o sujeito comum para alcançar o patamar de ‘ídolo’ operado pela mídia televisiva, hoje, não se trata da construção de imagens de escultura, feitas de pedra ou madeira, mas da constituição de sujeitos que passam a ocupar novas posições na sociedade, “‘práticas divisoras’, que acabam por dividir o sujeito no interior dele mesmo” (REVEL, p. 82), elementos sócio-históricos que transformam os seres humanos em sujeitos, revelando a relação que esses sujeitos traçam consigo próprios mediante suas relações institucionais e intrapessoais, bases que constituem o processo de subjetivação.

Este estudo investiga a forma como se dá a construção desses “ídeos instantâneos”, buscando compreender o papel da mídia na produção e circulação de sentidos no que diz respeito aos discursos criados acerca do que significa ser um ‘ídolo’ e, ainda, analisar como se dá a proliferação destes discursos na constituição das subjetividades que clivam os sujeitos. Discutiremos, portanto, o processo discursivo de construção de subjetividades na mídia, entendendo a televisão como espaço de circulação de imagens e produção de subjetividades, que no interior de uma série de enunciações e posições constroem nossas identidades como sujeitos.

Nesse sentido, o trabalho se baseia na perspectiva teórica e metodológica da Análise do Discurso de orientação francesa, fundamentada nos postulados de Michel Foucault. Assim, nosso objeto de estudo coloca no centro o sujeito e suas subjetividades, considerando o corpo, ao mesmo tempo, arquivo e meio de circulação das imagens.

## **2. Memória discursiva: ídolos de ontem, ídolos de hoje**

Entendendo que a memória discursiva, conceito elaborado pelo lingüista e historiador Jean-Jacques Courtine, concerne à repetição de enunciados, trata-se de recolocar ou deslocar sentidos já estabelecidos (GREGOLIN, 2000), visto que os discursos retomam outros discursos constantemente. Para Milanez (2006, p. 161), “Essa repetição possibilitará atualizações por meio da história, firmando posições e abrindo vertentes para que novos acontecimentos se dêem a ver”. As sociedades estão constantemente realizando uma reconfiguração do passado. Por meio das repetições, a memória discursiva permite a interpretação dos trajetos de sentido que compõem o enunciado.



O poder da imagem é o de possibilitar o retorno de temas e figuras do passado, colocá-los insistentemente na atualidade, provocar sua emergência na memória presente. A imagem traz discursos que estão em outros lugares e que voltam sob a forma de remissões, de retomadas e de efeitos de paráfrases. (GREGOLIN, 2000, p. 22)

Dirigindo-nos ao nosso *corpus*, podemos recuperar a memória discursiva referente ao campo religioso. Ao relacionarmos os discursos criados pelo programa *Ídolos* e o discurso religioso, percebemos um deslocamento de sentido que constitui o termo ‘ídolo’. Segundo Gregolin (2000), “os deslocamentos de sentidos são índices que remetem a formações discursivas e ideológicas que estão subjacentes aos discursos da História interpretada na mídia” (p. 22). Dessa forma, observamos que as memórias são retomadas a partir de recortes descontínuos na história.

No âmbito mítico-religioso, ídolo é uma imagem construída por homens com o fim de adoração. Na sociedade contemporânea, com os avanços tecnológicos, notamos que a significação do termo se expandiu da esfera divina para um tipo objetivante de subjetivação na esfera humana. Hoje, a mídia constrói personalidades, figuras que desfrutam de ampla popularidade, objetos de adoração e devoção não religiosa. No meio musical, os novos ídolos se expressam através da performance, da adoção de atitudes e de vestuário diferenciado, subjetividades eficazes, traços de outras culturas ou instituições, na construção da imagem e da sacralização dos músicos que passam a ser venerados por multidões.

### **3. A ordem do discurso**

Os discursos produzidos dentro de qualquer seguimento da sociedade pertencem a uma “ordem discursiva”, que impede os sujeitos de proferirem determinados discursos. Essa produção não acontece de forma aleatória, mas de maneira “controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.” (FOUCAULT, 2008, p.9). Entendemos, portanto, que eles são marcados por certos procedimentos de controle, que agem explicitamente ou implicitamente sobre os sujeitos, produzindo subjetividades.

Os procedimentos de delimitação do discurso dividem-se em procedimentos externos e internos. Os procedimentos de caráter interno, nos quais vamos nos ater, podem ser entendidos como o controle exercido pelo próprio discurso, que acaba por ter



função coercitiva e restritiva. Um grupo especial de procedimentos internos, que diz respeito mais diretamente aos sujeitos, dita as condições de funcionamento para a restrição do acesso ao discurso. Esses sistemas de restrição são chamados de rituais.

Trata-se de determinar as condições de seu funcionamento, de impor aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim de não permitir que todo mundo tenha acesso a eles. [...] ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo. (FOUCAULT, 2008, p.37)

Hoje, a mídia, com seus instrumentos de controle do discurso, constrói e limita o acesso a ele. Para ser famoso dentro do cenário musical, por exemplo, o aspirante a estrela precisa ter, em primeira instância, uma “boa” voz. Porém, isso ainda não é o bastante. Além do talento, o candidato precisa ser carismático, precisa conquistar a simpatia do público. Para isso, precisa usar toda sua criatividade e lançar mão das armas que estão ao seu dispor: cuidar bem de seu corpo; apresentar-se com boa aparência; criar uma marca que o destaque como artista; possuir características que o diferencie de uma pessoa comum.

Além disso, o ritual define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias e a qualificação que devem possuir os indivíduos, o ritual define todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso (FOUCAULT, 2008, p. 39). Isso nos confirma, que as subjetividades pertencem a um certo número de saberes, de práticas que dominam e estratégias que governam os sujeitos, submetendo-os a um largo espectro na trama histórica.

Para se tornar um novo ídolo, os candidatos são selecionados durante as fases eliminatórias nas quais são observadas as características descritas acima. Os participantes precisam, portanto, estar desde já qualificados para entrar nessa nova ordem do discurso, aceitando as subjetividades que dela fazem parte. Ou seja, para fazer parte do sistema, é preciso estar de acordo com o ritual e aceitar o seu processo de subjetivação (o que nem sempre é uma escolha).

#### **4. “O novo ídolo musical do Brasil”**

O *reality show* “Ídolos” é uma versão brasileira do programa britânico *Pop Idol*, a partir do qual surgiu a franquia *Idols*, que originou versões para diversos países do mundo. Seu formato foi criado em 1998, pelo empresário musical Simon Fuller. Teve



sua primeira temporada em 2001 e chegou à televisão brasileira em 2006. As duas primeiras edições do programa, 2006 e 2007, foram transmitidas pelo SBT e, em 2008 o formato foi comprado pela Rede Record. A própria constituição do programa no Brasil, portanto, aponta descrições que revelam as subjetividades que configura o programa em nosso país: o programa não tem uma origem em si, mas esta marcado pela presença de outros lugares geográficos e ideológicos.

“Ídolos” é uma competição que tem como mote principal revelar o “novo ídolo musical do Brasil”, com direito a contrato assinado com uma gravadora. O programa apresenta um grupo de jovens candidatos em busca de reconhecimento e espaço no campo artístico, mais especificamente na área musical. Visto que se trata de um *reality show*, seus personagens são sujeitos comuns dispostos a atuar como estrelas das telas, e consequentemente tornarem-se estrelas.

O programa é composto por diversas fases, de acordo com as quais vão sendo eliminados os considerados menos qualificados e selecionando-se os finalistas. As primeiras fases consistem em audições avaliadas pelos jurados do programa. A fase inicial é a mais ‘bizarra’, os primeiros candidatos, considerados sem talento algum, são, muitas vezes, ridicularizados frente às câmeras, provocando risos dos jurados e dos telespectadores. As fases finais são transmitidas em formato de show e passam pela votação popular, que determina o vencedor da competição.

De acordo com Tasso (2006), para estudar a mídia televisiva é preciso atentar para questões importantes como o papel que ela “desempenha na atualidade e, em especial, como intervém na constituição dos sujeitos e na sua produção identitária” (TASSO, 2006, p. 131). Para o desenvolvimento de uma análise discursiva, buscaremos entender os efeitos de sentido produzidos pela mídia televisiva, materializados nas práticas discursivas que constroem subjetividades nacionais, cujas identidades se encontram expostas a influências externas, em decorrência da globalização.

Primeiramente, identificamos o conceito de globalização, que se constitui numa das “mais básicas características das instituições modernas” (GIDDENS, 1991, p. 69). Giddens conceitua a globalização como sendo “a intensificação das relações sociais em escala mundial, que liga localidades distintas de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa” (GIDDENS, 1991, p. 69).



Assim, próximo e distante, local e global, nacional e internacional, *periferia* e *centro* podem conectar-se das mais diferentes maneiras e pelos mais diversos modos e pelas mais diversas razões em uma dinâmica rotacional e ininterrupta. (MATOS, 2008, p. 88)

Com essa redução das distâncias, pode-se observar como consequência provocada pela globalização, pela mídia e pelo advento das novas tecnologias, uma alteração na relação dos sujeitos com o tempo e com o espaço. “O homem, nessa dinâmica, desterritorializa-se; desindividualiza-se e desnacionaliza-se no afã, mesmo que inconsciente de ser um cidadão do mundo” (MATOS, 2008, p. 91). Nesse sentido, o mundo globalizado traz influências diretas no processo de construção de identidades, visto que, segundo Hall, tempo e espaço são as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação, processo no qual a identidade está profundamente envolvida.

os fluxos culturais, entre nações, e o consumismo global criam possibilidades de ‘identidades partilhadas’ – como ‘consumidores’ para os mesmos bens, ‘clientes’ para os mesmos serviços, ‘públicos’ para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo (HALL apud TASSO, 2006, 138)

Voltando nosso olhar para o nosso objeto de análise, é possível notarmos claramente os efeitos produzidos pela globalização. Como já foi mencionado anteriormente, o programa “Ídolos” originou-se a partir da franquia *Idols* que, por sua vez surgiu do sucesso do *reality show* britânico *Pop Idol*. Atualmente, o formato é sucesso em mais de 40 países. Os programas veiculados nas mais diversas localidades seguem o mesmo padrão, composto pelos estágios: audições, realizadas em diversas regiões do país; teatro, que acontece na cidade sede do programa; semi-finais, que ocorrem geralmente ao vivo; apresentações, que são os shows; e, por fim, a grande final, quando se determina o novo ídolo. Pode-se identificar, portanto, o fenômeno que Hall denominou “homogeneização cultural” tanto no que se refere à identidade estabelecida em relação aos candidatos ao estrelato quanto ao público telespectador do programa. Tal ocorrência deriva do processo de massificação resultante da *uniformidade* ou *padronização da massa* estabelecida pela indústria cultural (FREIRE apud TASSO, 2006).

Tais descrições sobre o programa e os processos que o envolvem nos contam, assim, que as subjetividades são posições em movimentos, determinadas historicamente,



produzindo, sim, não somente reproduções do mesmo, mas também um lugar de invenção para o sujeito.

## 5. Thaeme Mariôto x Shirley Carvalho

Assistimos, hoje, ao sucesso e à crescente audiência dos *reality show's* na televisão mundial. Baseado na vida real, o gênero televisivo *reality show*, começou a despontar a partir da década de 90 e atualmente pode ser encontrado nas mais variadas aplicações. No caso do formato utilizado pelo programa aqui em questão, não se trata de uma competição baseada meramente na convivência dos participantes, mas de uma espécie de academia onde os selecionados recebem instruções de profissionais e se preparam para a apresentação e o voto do público.

O programa transforma-se, então, num ambiente onde os sujeitos ganham visibilidade. O empenho dos candidatos em seguir as instruções dos profissionais e dos jurados para o aperfeiçoamento de suas habilidades é uma ferramenta que, para o telespectador comum, funciona como critério de seleção, o que para nós, possibilita a construção, agora, não somente de subjetividades, marcadas por coações sofridas pelo sujeito, mas de identidades no processo de constituição do sujeito.

Como já mencionado no tópico anterior, a produção identitária e o processo de constituição do sujeito, vem sofrendo, hoje, enorme influência externa, em decorrência do fenômeno da globalização. Portanto, para essa investigação, escolhemos analisar imagens retiradas da *internet*, das duas finalistas do programa e de cantoras americanas, e, a partir delas, observamos como esses sujeitos constroem, meio o processo de subjetivação pelo qual passam, suas identidades.

A partir do conceito de memória discursiva, já explicitado, compreendemos que, da mesma forma que os textos, as imagens também estão sujeitas a diálogos com outros discursos e outras imagens, que também agenciam memórias. Para Milanez (2006b), na nossa sociedade midiática, a imagem vence a luta com as letras e se impõe no cotidiano, possibilitando a recitação de temas e figuras do passado.

A imagem desvenda discursos adormecidos, desperta discursos não antes sonhados, constitui a nossa história cotidiana, desmontando-a aqui, e recriando-a ali nos espaços em branco ocupados pelo sujeito, que exerce sua resistência e firma sua subjetividade diante do *já-dito*. (MILANEZ, 2006b, p.147)

Courtine (apud MILANEZ, 2006a, p.168) introduz a relação entre imagem e memória através da noção de intericonicidade:

Toda imagem se inscreve em uma cultura visual e essa cultura visual supõe a existência para o indivíduo de uma memória visual, de uma memória das imagens. Toda imagem tem um eco. Essa memória de imagens se chama a história das imagens vistas, mas isso poderia ser também a memória das imagens sugeridas pela percepção exterior de uma imagem. Portanto, a noção de intericonicidade é uma noção complexa porque ela supõe a relação de uma imagem externa, mas também interna. As imagens de lembranças, as imagens de memória, as imagens de impressão visual armazenadas pelo indivíduo. Imagens que nos façam ressurgir outras imagens mesmo que essas imagens sejam apenas vistas ou simplesmente imaginadas. O que me parece importante é que isso coloca o corpo no centro da análise.

Thaeme Mariôto, natural do interior do Paraná, magra, loira, cabelos longos e ondulados, chegou a ser criticada pelo seu jeito “certinha”, porém, firmada como cantora do pop romântico, conseguiu vencer a adversária, Shirley Carvalho, negra de timbre forte, que, curiosamente, recebia mais elogios no que tange a qualidade vocal. Os mecanismos pelos quais as duas participantes se davam a ver na mídia apontam questões que envolvem o controle e o imaginário do que é ser um ‘bom’ cantor: ao mesmo tempo corresponder ao modelo de beleza de nossa época e ser suficientemente ‘bom’ ao cantar.

### **5.1. “A técnica e a emoção”**

É preciso destacar que o modelo de cantora no que se refere à voz nos remete às cantoras americanas negras, na maioria das vezes, oriundas de vivências de gêneros musicais como o Gospel, Soul, Jazz e R&B (Rythm-and-blues). Todos esses gêneros que compõem o que se chama de black music, a “música negra” nos Estados Unidos, são influenciados pela cultura trazida por descendentes africanos que trabalhavam como escravos na região. A história da música afro-americana está muito ligada ao trabalho escravo, o canto era uma forma de amenizar o sofrimento da jornada de trabalho e, por isso, estava carregado de melancolia e angústia, o que era expresso através do sentimentalismo que se denotava na frequência e na própria estrutura das notas musicais.

Shirley Carvalho era considerada pelos jurados a mais qualificada nesse sentido. “Ela consegue juntar a técnica com a emoção”, declarou Arnaldo Saccomani, um dos jurados do programa. O estilo musical que adotava nos remete à cantoras como as



americanas Whitney Houston e Aretha Franklin, mais voltado para o Soul, Gospel e R&B. As músicas, portanto, apresentavam uma melodia mais emotiva e bem ornamentada, Shirley inclusive chegou a ser criticada em algumas de suas apresentações pelo excesso de arranjos vocais, mas foi elogiada por possuir uma força interpretativa muito grande.

Selecionamos, então, imagens retiradas de *sites* da *internet* para a análise da constituição do sujeito Shirley Carvalho. A primeira, uma foto da própria Shirley no palco do programa ídolos. O plano de fundo é o show. Shirley veste um vestido preto, e com o microfone na mão, canta com os olhos e a mão esquerda fechada, o que dá idéia de força e movimento. A segunda imagem traz a cantora Whitney Houston, que despontou nos Estados Unidos e foi conhecida internacionalmente nas décadas de 80 e 90, e até hoje é considerada uma das mais belas vozes da música mundial. Também vestida de preto, ela canta com a mão esquerda ao microfone, e a mão direita para o alto, o plano de fundo é também o show. Já na terceira foto, a cantora norte-americana que virou ícone da música negra, Aretha Franklin, é também reconhecida como uma das melhores vocalistas da história da música. A foto em preto e branco mostra-a com os olhos fechados, cantando, também com uma das mãos ao alto.

A partir da análise das fotografias aqui descritas podemos perceber os discursos que tangenciam essas imagens. Nas fotos, além do plano de fundo ser sempre o show, em nenhuma delas as cantoras estão de frente e, em todas, estão cantando de maneira expressiva, o que coloca em evidência o seu trabalho. O destaque, neste caso, seria a voz.

Observamos ainda que a postura das cantoras é retilínea. Nessa série enunciativa se inscreve uma discursivização disciplinar que remete a memória do militarismo. Esse modelo postural do corpo que sai da esfera militar liga-se ao objetivo de conferir ao corpo sua máxima potência, o que proporcionaria, neste caso, o máximo de potência vocal das cantoras. Portanto, essa disciplinarização do corpo também coloca em evidência a qualidade vocal das artistas.

## **5.2. A construção da imagem do sujeito**

Com sua voz doce, Thaeme Mariôto, por sua vez, possuía um estilo musical um tanto diferente, mais ligado ao *pop*. Influenciado por outros estilos musicais, como o



*blues* e o *country*, este gênero nasceu nos Estados Unidos, e, muitas vezes, está ligado à audiência e ao sucesso comercial.

Thaeme parecia estar mais próxima da imagem de cantoras *pop*. Sua imagem nos faz lembrar, por exemplo, algumas cantoras do mundo *pop* americano, como Hilary Duff e Mandy Moore, as duas são também atrizes. Durante o programa, também foi comparada muitas vezes com a cantora brasileira Sandy.

As imagens selecionadas são fotografias bem trabalhadas, o que evidencia a beleza das cantoras. Os rostos estão bem definidos e elas estão de frente. Não há destaque algum para o plano de fundo, que é sempre liso, de cor única. Na primeira foto, de Thaeme, o fundo é pérola, que denota leveza, meiguice. Na segunda, o fundo castanho iluminado em conjunto com a cor do cabelo e o bronzeado da pele de Mandy Moore, dá um ar de sensualidade à foto. E na terceira, o fundo vermelho sangue, para dar o contraste necessário e o destaque a Hillary Duff, que aparece com uma camisa branca onde está escrito “love”. A postura, nas três, é livre, e a mão se coloca por vezes sobre o ombro ou na nuca.

É possível encontrar uma similaridade entre as imagens das cantoras citadas e das duas então aspirantes. Haja vista que as imagens também estão clivadas por discursos e entrelaçadas por uma memória coletiva, essa intericonicidade identificada revela que existe também uma memória visual, associada a uma memória das imagens.

## **6. Conclusão**

O processo de subjetivação pelo qual se dá a constituição de um sujeito nos faz pensar neste percurso como o ato de possuir um outro corpo para dar forma ao seu próprio. Assim, o discurso sobre o cantor parece-nos se constituir sobre bases pré-existentes, que se revelam como discursos já ditos. É esse entrelaçamento dos enunciados que possibilita a constituição de um sujeito, suas marcas de subjetividades e reinvenção de novas identidades.

Ao resgatarmos a memória do discurso religioso podemos observar uma semelhança entre o discurso do que significa ser um “ídolo” no que tange à sacralização dos músicos, expressa através de artifícios que acabam sendo eficazes na construção de imagens que mantêm a atenção do público e da mídia. Também, a partir do conceito de intericonicidade estabelecido por Courtine, verificamos que as imagens das cantoras



finalistas do programa em análise retomam outras imagens, como as das cantoras supracitadas, consagradas no meio musical norte-americano.

Buscamos no conceito de globalização entender o fenômeno da homogeneização cultural, elemento que pode ser identificado e expresso no meio musical. Em nossa análise, observamos tal aspecto por meio das influências externas em relação às identidades estabelecidas pelo programa e da maneira como a mídia atua, contribuindo para o estabelecimento de identidades globalizadas.

O corpo neste caso é a unidade de socialização, competição e poder, visto que os estereótipos são expressos no tocante à linguagem da aparência que é a teatralização do cantor. Para se inserir no cenário musical, é preciso ir além da afinação, o artista precisa cuidar da aparência (maquiagem e figurino), ter uma boa presença de palco, interpretação musical e *performance* corretas, elementos que colocam em destaque o que Michel Foucault (2004) chamou de técnicas de si .

É importante considerarmos que esses estereótipos corporais construídos no discurso midiático e presentes no imaginário coletivo têm em comum uma “moral” da aparência, instituindo valores que estimulam a competição, tanto coletiva como individual. A mídia, por sua vez, como produtora de discursos e representações, divulga os padrões a serem seguidos pelo público impondo constantemente modos de ser e agir.

## 7. Referências

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 16ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

\_\_\_\_\_. O Uso dos Prazeres e as Técnicas de Si. In: Motta, M. (Org.). *Michel Foucault Ditos e Escritos: Ética, Sexualidade, Política*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2004, v.5, p.192-217.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991. (Tradução de Raul Fiker)

GREGOLIN, Maria do Rosário. A mídia e a espetacularização da cultura. In: *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003, pp. 09-13.

\_\_\_\_\_. Recitações de mitos: a História na lente da mídia. In: *Filigranas do Discurso: as vozes da história*. Araraquara/Unesp: Cultura Acadêmica, 2000, p. 19-34.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 4ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

*ÍDOLOS HOME*. Disponível em: <http://www.idoloshome.com/>. Acesso em 11-10-08 às 18:00.



MATOS, Raimundo Lopes. Pós-modernidade – O sólido se desmancha, o eterno é provisório, o futuro é presente. In: LEMOS, Maria Teresa Toríbio Brittes (org.). *América Latina: identidades em construção*. Das sociedades tradicionais a globalização. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008, pp. 83-97.

MILANEZ, Nilton. O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade. In: NAVARRO, Pedro (org.) *Estudos do texto e do Discurso*. Mapeando Conceitos e Métodos. São Carlos: Claraluz, 2006, pp. 153-179.

\_\_\_\_\_. Mídia e História: deslocamentos do corpo, do sexo e da memória. In: João Bosco Cabral dos Santos; Cleudemar Alves Fernandes. (Org.). **Análise do Discurso**: objetos literários e midiáticos. 1 ed. Goiânia: Trilhas Urbarnas, 2006b, pp. 147-161.

REVEL, Judith. *Foucault: conceitos essenciais*. Trad. Nilton Milanez e Carlos Félix Piovezani. São Carlos: Editora Claraluz, 2005.

TASSO, Ismara Eliane Vidal de Souza. Mídia televisiva e políticas públicas de inclusão na pós-modernidade: igualdade, solidariedade e cidadania. In: NAVARRO, Pedro (org.) *Estudos do texto e do Discurso*. Mapeando Conceitos e Métodos. São Carlos: Claraluz, 2006, pp. 129-149.