

unesp  **UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Faculdade de Ciências e Letras
Campus de Araraquara - SP

THIAGO FERREIRA DA SILVA

MÍDIA E TRANSMÍDIA:
IDENTIDADES DAS MINORIAS E MERCADO
CULTURAL

ARARAQUARA – S.P.
2011

THIAGO FERREIRA DA SILVA

MÍDIA E TRANSMÍDIA:
IDENTIDADES DAS MINORIAS E MERCADO
CULTURAL

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Conselho de Curso de Letras, da
Faculdade de Ciências e Letras –
Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção
do título de Bacharel em Letras.

Orientador: Maria do Rosário Valencise Gregolin

Bolsa: CNPq/PIBIC

ARARAQUARA – S.P.

2011

Silva, Thiago Ferreira da

Mídia e transmídia: identidades das minorias e mercado cultural /
Thiago Ferreira da Silva. – 2011

33 f. ; 30 cm

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Letras) –
Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras,
Campus de Araraquara

Orientador: Maria do Rosário Valencise Gregolin

1. Análise do discurso. 2. Mercado cultural. I. Título.

MÍDIA E TRANSMÍDIA:

**IDENTIDADES DAS MINORIAS E MERCADO
CULTURAL**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Conselho de Curso de Letras, da
Faculdade de Ciências e Letras –
Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção
do título de Bacharel em Letras.

Orientador: Maria do Rosário Valencise Gregolin
Bolsa: CNPq/PIBIC

Data da defesa/entrega: ____/____/____

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientador: Profa. Dra. Maria do Rosário Valencise Gregolin

Membro Titular: **João Marcos Mateus Kogawa**

Membro Titular: **Renan Belmonte Mazzola**

Local: Universidade Estadual Paulista
Faculdade de Ciências e Letras
UNESP – Campus de Araraquara

Ao Wilian, que veio um dia com a história: “Thiago, por que você não faz Letras?”

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo e acima de qualquer coisa, aos meus pais, sem os quais esse curso, essa jornada e esse trabalho não seriam possíveis

À minha orientadora, Maria do Rosário Gregolin, a Gregolin, a Rosário, a Maria do Rosário, a tia Fá e todas as alteridades que essa professora, inspiração e amiga representa.

Aos meus amigos pesquisadores, do GEADA e fora dele, que tanto me apoiaram para chegar até esse momento.

Aos amigos do “H”, que sempre souberam me acolher nas horas difíceis. E nas fáceis também.

Ao Marcinho, que sabe como socorrer um amigo.

À Karen, peça fundamental na minha graduação.

Ao Yuri, que me ensinou tudo sobre prioridades.

A todos os amigos, colegas, companheiros e todos aqueles que, intencionalmente ou não, colaboraram e fizeram os últimos quatro anos inesquecíveis, o meu MUITO OBRIGADO.

“Está tudo em Patão, tudo em Platão... Caramba! Gostaria de saber o que essas crianças aprendem na escola”

Clive Staples Lewis (2007, p.730)

RESUMO

A presente pesquisa visa a analisar e discutir as práticas discursivas que promovem e constroem modelos de subjetividades na sociedade midiática em que vivemos. Tomando como *corpus* de pesquisa a série de TV *Glee*, produzida e exibida pelo canal Fox, observa-se a proposição de uma identidade das minorias para as camadas jovens na era da globalização, bem como a movimentação do mercado cultural promovida pelo discurso da série. Por fim, são pensadas as recentes transformações no contexto midiático e a consequente alteração nos modos como os efeitos de sentido são veiculados na sociedade. Para tanto, tomam-se como base os aportes teóricos da Análise do Discurso de Linha Francesa, baseada nos trabalhos de Michel Pêcheux e Michel Foucault, e as reflexões realizadas por Jenkins (2009) a respeito da convergência midiática e do fenômeno transmídia.

Palavras-chaves: Análise do Discurso. Identidade. Mídia. Transmídia. Seriado.

RÉSUMÉ

Cette recherche là veut analyser et discuter les pratiques discursives qui promeuvent et construisent des modèles de subjectivité dans la société dès médias. Le *corpus* de la recherche est la série de TV *Glee*, produite et véhiculée par la chaîne Fox, dont on observe la proposition d'une identité des minorités pour les jeunes gens dans l'ère de la mondialisation, aussi que le mouvement du marché culturel promu par le discours de la série. Enfin, sont pensés les transformations récentes dans contexte médiatique et le changement dans le façon comme les effets de sens sont véhiculés dans la société. Pour cela, on utilise les contributions théoriques de l'Analyse du Discours Française, fondée sur le travail de Michel Pêcheux et Michel Foucault, et les réflexions de Jenkins (2009) sur la convergence médiathique et le phénomène transmédia.

Mots-clés: Analyse du Discours. Identité. Média. Transmédia. Série;.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
3 OBJETIVOS	17
4 METODOLOGIA	18
5 RESULTADOS E ANÁLISES	19
5.1 <i>Glee</i> e as representações discursivas das minorias	19
5.2 “Não deixe de acreditar”: a coragem e a superação na figura do <i>loser</i>	20
5.3 <i>A loser like me</i> : o pertencimento e o “orgulho de ser minoria”	25
5.4 “ <i>Você é o que você compra</i> ”: fenômeno transmídia e as práticas de consumo cultural	28
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS	33

1 INTRODUÇÃO

Que a questão da identidade na sociedade contemporânea seja algo fluido, complexo e profundamente discutível em todas as suas instâncias é um fato já consolidado, bem como é inquestionável a importância das reflexões teóricas a respeito desse assunto. Desse modo, nesta pesquisa pretende-se analisar e discutir as práticas discursivas que não apenas constroem subjetividades representativas na sociedade essencialmente midiática em que vivemos como veiculam e promovem as chamadas práticas de consumo cultural, bastante difundidas atualmente e constitutivas desses “modelos de identidades” oferecidos e defendidos pelas grandes mídias. Tomando como *corpus* da pesquisa a série musical *Glee*, produzida pelo canal de TV FOX desde 2009 e exibida no Brasil pela Rede Globo desde meados de 2011, pretende-se observar a proposição de uma identidade global das minorias para os jovens, por meio de questões como a superação da segregação e do preconceito e mesmo a autoaceitação, tão presentes na série. Por se tratar de uma série musical (que regrava músicas de vários artistas já consagrados como Beatles e Madonna e artistas em emergência, como as norte-americanas Beyoncé, Ke\$ha e Katy Perry), pretende-se analisar também o reflexo da série no movimento do mercado cultural, em especial o mercado da música, que tem passado por transformações significativas nos últimos anos. Por fim, pretende-se também estudar o fenômeno de convergência midiática frequentemente denominado “transmídia”, baseando-se principalmente nos trabalhos de JENKINS (2009). Inserida nas investigações coletivas do Grupo de Estudos em Análise do Discurso de Araraquara (GEADA), liderado pela professora Dra. Maria do Rosário Gregolin, a presente pesquisa toma como base teórica das reflexões propostas a chamada Análise do Discurso de linha francesa, originada nos trabalhos de Michel Pêcheux e Michel Foucault sobre discurso, linguagem e sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Surgida na França do fim dos anos 1960, num período de intensa crise política, social e epistemológica, o campo teórico a que chamamos hoje Análise do Discurso de linha francesa (ou AD) busca englobar os elementos considerados fundamentais para a construção dos sentidos e que, até o momento, haviam sido deixados em suspenso pelas abordagens imanentistas fundamentadas nas teses saussureanas – o discurso (a *parole*), a história e o sujeito.

Baseando-se principalmente nos trabalhos de Michel Pêcheux e Michel Foucault e imersa nas filosofias políticas e psicanalíticas do contexto francês da época, essa proposta de uma nova abordagem científica dos processos de significação objetiva compreender a produção social de sentidos realizada por sujeitos históricos por meio da materialidade das linguagens. Assim, no centro das preocupações dessa “linguística do discurso” se encontra a *enunciação* que, como menciona Gregolin (2003), “não é um conceito já absolutamente consolidado, mas o *signo de um problema*”.

Ao colocar o linguístico em articulação com a História e ao admitir um sujeito falante interpelado pela ideologia e afetado pelo inconsciente, sujeito este que, segundo Foucault (2008), não pode dizer o que quer, quando quer, mas apenas tem a ilusão de poder fazê-lo, a AD direciona suas análises para a apreensão do *processo discursivo*, buscando compreender suas *condições de produção*, já que pressupõe-se que a formação dos enunciados que materializam e integram um discurso é determinada pelo contexto histórico-social em que este discurso está inserido.

A AD se constitui, desse modo, como um campo que extrapola os limites de uma única disciplina rígida e fechada em si mesma. Para a formação desse alicerce transdisciplinar, os estudos de Pêcheux se baseiam nas leituras de quatro autores fundamentais: Foucault, com suas reflexões sobre o discurso, os saberes e sua microfísica do poder; Althusser, com suas releituras das teses marxistas e os aparelhos ideológicos do Estado; Bakhtin e suas reflexões sobre o caráter dialógico da linguagem, que levam a tratar da polifonia e da heterogeneidade do discurso; e Lacan, com as leituras da obra de Freud sobre o inconsciente. Porém, deve-se ter em mente que Pêcheux não apenas adotou conceitos já formulados por outros autores, mas os questionou e analisou, muitas vezes reformulando e adaptando para a configuração de uma nova área de estudos, pautada nas necessidades intelectuais do momento:

[...]Levando esses pilares [Althusser, Foucault, Bakhtin e Lacan] para a reflexão sobre a articulação entre língua, sujeito, discurso e história, Michel Pêcheux

constituiu o edifício da Análise do Discurso em movimentos teórico-analíticos nos quais o seu pensamento se aproximou desses outros quatro pensadores. Essas aproximações não devem ser vistas de forma estanque pois, como é próprio da natureza do fazer científico, cada um desses pensadores dedicou-se à construção de saberes dentro das ciências humanas e, por isso, movimentaram-se, alargando e retificando conceitos, fazendo e refazendo rumos. Do mesmo modo, ao levar para a Análise do Discurso ideias elaboradas por esses pensadores, Michel Pêcheux não operou apenas uma transferência de conceitos fabricados em outros lugares; ao contrário, ele os interpretou e re-elaborou, criando diferenças.(GREGOLIN, 2003, p.25-26)

Assim, o presente trabalho propõe um exercício de análise do discurso baseado nas já referidas fundamentações teóricas e tomando como linha metodológica o chamado método arqueológico desenvolvido por Michel Foucault.

Em sua chamada fase arqueológica, Foucault (2010) propõe que seja construída, por meio de uma análise histórico-linguístico-social, a compreensão dos discursos existentes em um determinado momento histórico por meio de uma “arqueologia dos saberes vigentes”: deve-se, como num processo arqueológico, “escavar” nos enunciados que circulam em uma sociedade as “peças” – ou as práticas discursivas – que compõem os discursos desse momento e, desse modo, compreender a construção e circulação do sentidos nessa sociedade, sentidos esses que agem diretamente nos processos de subjetivação também tratados pelo autor e que são o elemento central do presente trabalho.

Além disso, Foucault propõe que essas práticas discursivas não apenas compõem os discursos que circulam numa dada sociedade em um determinado momento histórico, mas *controlam* a produção e circulação desses discursos, pois

[...]em toda sociedade a produção do *discurso* é ao mesmo tempo 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; grifo do autor).

Constitui-se assim, para Foucault, uma organização social em que nem tudo pode ser dito a qualquer momento e em qualquer lugar, em que os enunciados estão submetidos a condições de produção e circulação, sendo necessária para tanto a existência de instituições responsáveis pela construção e manutenção dessas condições, que devem estabelecer as “verdades” que regem a manifestação dos discursos (FOUCAULT, 2008, p. 17). Entre essas instituições estariam a clínica, a escola, as instituições religiosas e todas as outras que dão atestado de “verdade” para os enunciados que podem circular livremente em dado contexto, enquanto lutam contra aqueles enunciados que devem ser suprimidos.

Parece-nos portanto plenamente justificável a abordagem de nosso objeto de análise – o seriado norte-americano *Glee* – por meio dessa perspectiva teórica, já que, em nossa sociedade, podemos observar a mídia uma dessas “instituições controladoras”, e com uma vantagem raramente atingida por outras instituições em outros momentos históricos: no mundo globalizado e em constante movimento em que vivemos, os discursos propagados pelas diversas mídias tem alcance global e imediato, e essas mídias funcionam até mesmo como mecanismo de difusão para os discursos das outras instituições – a pedagógica e a religiosa e a política, por exemplo.

Do mesmo modo, as sociedades contemporâneas passam por profundas transformações decorrentes da revolução tecnológica e midiática em que vivemos, afetando diretamente esses processos de subjetivação produzidos e difundidos discursivamente. Muito se discute a respeito da inserção do homem moderno numa sociedade de dúvidas, incertezas e fluidez cultural nunca antes encontrada na história da humanidade. Como nos apresenta Bauman (2005), essas transformações no modo em que o homem se relaciona com o homem e mesmo com o mundo por meio da globalização vão modificar completamente a constituição dos sujeitos sociais, ou seja, a construção de suas identidades. Para o autor, nessa “modernidade líquida” em que vivemos, “[...] o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis” (BAUMAN, 2005, p.17), dependendo diretamente das decisões tomadas pelo indivíduo e de seu comportamento diante do mundo.

Além disso, a “febre” do comportamento politicamente correto e as ondas de “conscientização” (que vão da defesa do meio-ambiente à luta pelos direitos das minorias sociais, como imigrantes, deficientes físicos e homossexuais) implicam em novas regras aos discursos que devem circular livremente e novas interdições às vozes discursivas que devem ser silenciadas, e as grandes mídias estão participando ativamente desses movimentos.

Em seu trabalho sobre a convergência das mídias na sociedade contemporânea, Jenkins (2009) dedica todo um capítulo à reflexão sobre o poder da mídia de entretenimento não apenas na manipulação da tomada de decisão por parte do telespectador, mas também numa possível conscientização sobre assuntos e questões contemporâneos que pode ser desenvolvida pelos conteúdos veiculados. Segundo ele, as mídias de entretenimento, em contraponto à mídia jornalística oficial, tiveram papel fundamental no desenvolvimento e desfecho da campanha eleitoral norte-americana de 2004. O autor destaca a importância da comunidade de entretenimento que utiliza “sua visibilidade e influência para incentivar os jovens a uma maior participação no processo político” (2009:303). Do mesmo modo, uma tendência contemporânea dessas comunidades de entretenimento é a inserção desses

processos de conscientização social (a respeito de deficiências físicas, homossexualidade, obesidade, questões religiosas, etc) em seus produtos de maior alcance de público, como se pode observar ainda na mídia norte-americana em seriados como *It's all relative* (série que aborda o dia a dia de um casal homossexual com seus filhos, exibida no Brasil com o título de *Casal Gay*), *The Office* (que aborda ironicamente o tema com personagens obesos, homossexuais, de diferentes religiões e etnias) e o seriado *Glee*, *corpus* de análise desta pesquisa. Também no Brasil podemos já há algum tempo observar essa tendência em produtos que atingem os maiores públicos, como nas novelas do chamado “horário nobre” da televisão brasileira (como *O clone*, *Caminho das Índias*, *Viver a vida* e *Insensato Coração*, todas tendo em sua trama principal questões como o preconceito contra diferenças religiosas, étnicas, sexuais e mesmo contra deficientes físicos), e mesmo nas mídias direcionadas ao público infantil, como os quadrinhos da *Turma da Mônica*, em cujas histórias personagens em cadeiras de rodas e deficientes visuais são regulares e ganham posições de destaque.

Porém, apesar de apenas recentemente estar atingindo proporções tão grandes no que diz respeito às questões sociais de aceitação e inclusão, tal tendência de “conscientização pela mídia” não é, de modo nenhum, recente, e, apesar da incredulidade e ceticismo de um certo “senso comum acadêmico”, é defendida como bastante positiva por vários estudiosos. Como menciona Jenkins,

Já em 1994, Joe Katz afirmava, na revista *Rolling Stone*, que uma porcentagem crescente de jovens sentia que a mídia de entretenimento [...] refletia mais plenamente seus pontos de vista sobre os temas da época. Katz alegou que os jovens obtinham a maior parte das informações sobre o mundo por meio de videoclips e músicas rap, dos quadros do *Saturday Night Live* e comediantes stand-up, do enredo dos dramas no horário nobre e das piadas das sitcoms. Katz encarava isso como algo positivo, já que as perspectivas ideológicas do entretenimento popular eram menos policiadas do que as do noticiário, que ele temia ter ficado cada vez mais sob total controle corporativo. O argumento de Katz foi recebido com escárnio por jornalistas consagrados. (JENKINS, 2009, p.305. grifo nosso)

É nesse ambiente de conscientização e de um “desejo de pertencimento” (que constitui em si mesmo uma forma de exclusão, já que aqueles que não pertencem ao grupo são vistos como “deslocados”, que nesse contexto é praticamente um sinônimo de “inferior”) que esses já mencionados mecanismos sociais (destacando-se aí as grandes mídias) vão voltar seus olhos aos excluídos, aqueles que não “pertencem” a nenhum grupo, incentivando-os a formar seus próprios grupos, a constituir suas próprias identidades – criando, assim, seu próprio “pertencimento”.

Assim, torna-se indiscutível a importância (e o poder) da mídia nas constituições de identidades sociais no mundo contemporâneo, e justamente por isso a materialidade midiática se torna um objeto de estudo bastante profícuo e indispensável para a consolidação e o desenvolvimento do campo teórico da AD.

3 OBJETIVOS

Foram apresentados, no plano de atividades direcionado apresentado à agência de fomento no início da presente pesquisa, os seguintes objetivos de trabalho:

- a) Analisar as características da linguagem sincrética no gênero musical e a confluência das várias linguagens presentes no gênero para a construção dos sentidos.
- b) Compreender a constituição da “identidade global” da juventude frequentemente proposta pelos seriados norte-americanos.
- c) Discutir a constituição de “identidades de minorias” por meio das personagens da série.
- d) Estudar a influência da série no chamado mercado cultural, mais especificamente o mercado da música
- e) Refletir a respeito do fenômeno denominado “transmídia”, ou seja, a propagação de filmes ou séries de TV em outras mídias como blogs, comunidades de fãs, sites como o Youtube, histórias em quadrinhos e outras mídias.

Foram esses os objetivos que nortearam a pesquisa bibliográfica realizada, a coleta do *corpus* e as análises que serão apresentadas, porém, enquanto o trabalho se desenvolvia, alguns elementos não planejados ganharam maior destaque enquanto outros, propostos inicialmente, mostraram-se de pouca relevância teórica ou prática.

No entanto, de modo geral, todos os tópicos aqui relatados serão abordados, muitas vezes ampliados e complementados ao longo das análises ou reduzidos conforme exigirem as necessidades encontradas na pesquisa (e também as novas questões originadas nesta).

4 METODOLOGIA

A presente pesquisa desenvolveu um trabalho de ordem bibliográfica baseado num levantamento, seleção, leitura e discussão de uma bibliografia básica estabelecida para o desenvolvimento da análise do *corpus*, tendo como embasamento teórico principal os pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, baseada nos estudos sobre discurso, história e sociedade de Michel Foucault e Michel Pêcheux, como anteriormente mencionado. Toma-se também como referencial teórico o trabalho de Jenkins (2009) sobre a convergência das mídias e o mercado cultural contemporâneo, as discussões de Bauman (1999;2005) sobre globalização e identidade.

O trabalho de análise foi dividido em quatro procedimentos metodológicos principais: a aquisição de base teórica, através de leitura e discussão do referencial teórico, especialmente textos sobre mídias e comunicação; a seleção de trechos do *corpus* e a coleta de material que dialoga intertextualmente com o *corpus* principal; a análise dos dados coletados, através dos dispositivos da Análise do Discurso; e a sistematização dos dados coletados e analisados em Relatório.

É importante destacar que a coleta do *corpus* foi realizada durante todo o período da pesquisa, e abrangeu todo o material de diferentes mídias referente à série que foi possível coletar. Porém, pela extensa quantidade de material encontrada, nesse relatório de pesquisa será necessário ater-se principalmente aos episódios coletados na primeira e na segunda temporadas da série, exibidas pelo canal *Fox* de setembro de 2009 a maio de 2011.

5 RESULTADOS E ANÁLISES

5.1 *Glee* e as representações discursivas das minorias

Antes de realizar qualquer análise ou apresentação da série é de fundamental importância destacar que os processos de constituição identitária e sugestão de subjetividades em *Glee* foram divididos neste trabalho em basicamente três linhas suplementares, na intenção de simplificar as análises e facilitar o olhar do pesquisador sobre esses processos.

Na primeira delas, destacamos os modelos identitários oferecidos por meio das funções enunciativas representadas por cada personagem, pois o processo de constituição de cada um dos integrantes da série (inclusos aí seus problemas, seu comportamento, suas relações interpessoais, o modo como fala e se veste e as músicas que canta e dança) pode e deve ser observado como um processo de enunciação onde se manifestam as vozes discursivas que vão sugerir os modelos e valores pregados pela série.

Na segunda linha destacada, observamos que tais modelos e valores são expressos também pelos artistas e musicais escolhidos para serem regrados pelos personagens, artistas que representam funções enunciativas particulares, construídas ao longo de sua carreira que, readaptados ao contexto da série, ganham novo valor para reforçar os efeitos de sentido das subjetividades e modelos aí defendidos ou mesmo para criar uma nova imagem do artista em questão, gerando assim um novo movimento no mercado cultural que beneficiará não apenas os produtores e associados da franquia *Glee*, mas todos aqueles que oferecerem e disponibilizarem suas músicas para utilização na série.

Por fim, na terceira linha destacada, procuramos analisar o conteúdo transmídia referente à série. Segundo Jenkins (2009), as mídias estão evoluindo hoje em direção a uma (inter)relação cada vez mais íntima e mais participativa com o enunciatário-espectador, antes inimaginável, e que depende *não apenas* dos suportes tecnológicos pelos quais os conteúdos de mídia são transmitidos, mas do próprio modo como esse público-enunciatário enxerga e pratica sua relação com essas mídias. Segundo o autor,

A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e *em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima* (JENKINS, 2009, p.325; grifo nosso)

Assim, torna-se essencial, neste trabalho de análise, o acesso ao material que procura desenvolver a série em outros suportes de mídia, como os livros oficiais que contam histórias que não aparecem na série, os CDs lançados com a extensa trilha sonora, os sites referentes aos personagens e mesmo o filme lançado para o cinema, entre muitos outros produtos que procuram atingir e se relacionar com o público da série por praticamente todos os veículos de mídia disponíveis (TV, rádio, internet, cinema, mídias impressas etc.), pois é importante, para a compreensão das práticas identitárias (ou subjetivadoras) veiculadas pelo discurso da série, procurar as regularidades em suas práticas discursivas distribuídas ao longo dessas três linhas. Ou seja: por meio das regularidades enunciativas presentes nos diversos enunciados analisados, pode-se encontrar a essência das práticas discursivas manifestas nas diversas vozes que compõem esses enunciados.

Não por acaso, os processos enunciativos inseridos em *Glee* parecem buscar, em cada aspecto, a identificação com o cotidiano do público ou aquilo que os telespectadores desejariam que fosse o seu dia-a-dia. Protagonizado por um típico grupo de *losers* de um *High School* norte-americano, *Glee* é um seriado que tem como questão central os conflitos entre os “populares” e os “excluídos” da escola, e o modo como esses excluídos encontram no clube de coral (*Glee club*) do colégio uma forma de serem aceitos, sentindo-se parte de um grupo e tendo a oportunidade de “expressar-se”. Inicialmente composto por 3 garotas (uma judia filha de pais gays extremamente talentosa mas rejeitada por seus colegas, uma negra gorda e “cheia de atitude” e uma oriental com dificuldades de fala) e 3 garotos (um *nerd* cadeirante, um fascinado por moda que posteriormente se assume gay e o aluno mais popular do colégio, líder do time de futebol americano que descobre sua paixão pela música e é abandonado por seus companheiros de time), o clube vai recebendo, ao longo da série, todos aqueles que se sentem excluídos ou são rejeitados pela comunidade em que vivem: uma líder de torcida que enfrenta o problema da gravidez na adolescência, outra que se descobre lésbica, um asiático tímido apaixonado por dança, um garoto novato no colégio e disléxico, uma garota obesa campeã colegial de luta-livre, entre outros.

5.2 “Não deixe de acreditar”: a coragem e a superação na figura do *loser*

A construção discursiva dos personagens como *losers* excluídos ou deslocados em seu ambiente escolar se dá desde os primeiros minutos de sua aparição na série. Logo no primeiro episódio da primeira temporada são realizadas as audições para a constituição do novo *glee club*, e já na música escolhida para cada personagem são sugeridos o isolamento e descontentamento de cada um. Mercedes, a garota negra e acima do peso, canta *Respect*, que,

na voz de Aretha Franklin, tornou-se uma espécie de hino feminista nos anos 1960 nos Estados Unidos e é assim conhecida até hoje. No seu grito (literalmente) por respeito, em sua voz forte e imponente de *diva* estadunidense, e também em cada peça de roupa que usa e em sua própria postura no palco, Mercedes expressa sua condição de mulher, negra e acima do peso que exige e necessita ser respeitada por quem é e tem orgulho de ser (ver Fig. 1).



Figura 1: Mercedes se impõe em sua performance de *Respect*, de Aretha Franklin¹

Do mesmo modo, Kurt, o garoto homossexual perseguido pelos valentões da escola, tem como música tema no primeiro episódio *Mr. Cellophane*, do musical *Chicago*. Com sua voz aguda e quase feminina, Kurt expressa, com a própria letra da música (*Cellophane!!/Mr. Cellophane!!/Should have been my name/Mr. Cellophane!!'Cause you can look right through me/Walk riht by me/And never know I'm there!*) a figura deslocada e praticamente invisível que costumava desempenhar antes de fazer parte do *glee club*. Por fim, Rachel, a garota judia filha de pais gays, canta *On my own*, do clássico da Broadway *Les Misérables*, como reflexo de sua própria solidão e incompreensão (seu talento fora do comum para a música e as artes dramáticas são considerados por todos no colégio como uma espécie de aberração) e mesmo um prenúncio do amor impossível e conturbado que vai viver a partir de então com Finn, o já mencionado líder do time de futebol e garoto mais popular da escola.

Essa tendência de afirmação e confirmação das identidades propostas pelos personagens por meio das músicas selecionadas continua se desenvolvendo por toda a série. A

¹ GLEE, 2010

maior parte das músicas cantadas por Mercedes são dos estilos considerados “negros” dos Estados Unidos (principalmente o R&B e o hip-hop), afirmando a sua identidade e orgulho como minoria racial. Do mesmo modo, quase todas as músicas selecionadas para a voz de Kurt são de grandes *divas* ou músicas consagradas tradicionalmente cantadas por mulheres, como *Single Ladies*, da norte-americana Beyoncé, *Don't cry for me, Argentina*, consagrada na voz de Madonna no musical *Evita* e *Defying Gravity*, do espetáculo da Broadway *Wicked*, cantada numa espécie de duelo de divas com Rachel, ainda na primeira temporada da série. É importante destacar, no entanto, que ao mesmo tempo que essas escolhas e repetições criam o efeito de afirmação e orgulho da identidade proposta e assumida, por outro lado acaba criando também uma estereotipação do tipo representado: a personagem negra *sempre* está preocupada em *invariavelmente* expressar e afirmar a sua diferença racial por meio do estilo escolhido, do mesmo modo que na construção do personagem homossexual fica evidente a tendência para o feminino ou afeminado – mesmo no sexto episódio da série, quando é proposto um duelo de meninos contra meninas no *glee club*, Kurt tenta, de todas as maneiras, fazer parte do time das garotas.

Como não poderia deixar de ser, para a afirmação dos valores sugeridos discursivamente e a intensificação do efeito de pertencimento criado pelo discurso da série, a “força das minorias” é um argumento recorrente em cada episódio de *Glee*. Seja por meio dos diálogos, das músicas e da própria trama do seriado, são sempre exaltados valores como a liberdade, a independência e mesmo uma certa “superioridade” adquirida por esses excluídos ao se constituir um “grupo das minorias”, como podemos observar facilmente na performance de *Don't stop believin'*, da banda Journey, realizada no episódio piloto da série e que se tornou uma espécie de hino de esperança e símbolo da série.

Don't stop believin' parece representar e resumir, por si só, todo o processo discursivo que será exaustivamente retomado e reiterado ao longo de toda a série, tanto na letra da música quanto no contexto em que se insere a performance dos personagens. No momento em que Will Schuester, mentor do clube e professor de espanhol, decide desistir de seu sonho de trabalhar com música para procurar um emprego mais rentável e Finn se encontra num impasse entre fazer o que gosta e ser taxado de *loser* ou desistir de seu sonho para continuar fazendo parte do grupo dos populares, os garotos parecem encontrar a força necessária para seguir seus sonhos e enfrentar seus medos nessa poderosa balada épica dos anos 1980, apresentada com energia, cores berrantes e tênis *All Star*. Não é por acaso que nesse momento Will, com lágrimas nos olhos, decide não abandonar a escola, Finn decide que é do grupo dos excluídos que ele decide fazer parte e o espectador enunciatário decide que quer “fazer parte” dessa série.

Aceitando e assumindo o efeito de sentido subjetivação proposto nesse momento pela série o espectador tem a ilusão de passar, a partir desse momento, a perseguir seus sonhos lado a lado com os personagens com que se identifica, sonhos esses que serão construídos e adaptados ao longo de todo o discurso da série que, como pudemos observar, não se restringe aos episódios exibidos pela televisão ou baixados da internet, mas se difunde por todas as mídias a que o espectador-enunciatário tiver acesso.



Figura 2: Performance de *Don't stop believin'*, no primeiro episódio da série²

A partir do momento em que se pertence ao grupo, aceita e propaga seus valores, o personagem se torna mais forte, seguro e independente. Expressa ao longo de toda a história, essa idéia atinge um de seus pontos máximos de afirmação no segundo episódio da segunda temporada, uma espécie de tributo à ressuscitada “*pop little princess*” Britney Spears, que tem sua imagem totalmente reconstruída como uma espécie de “vencedora”, que não teve medo de enfrentar e superar seus problemas e está, novamente, no auge da popularidade.

Nesse episódio, Artie, o garoto de cadeira de rodas, após receber uma anestesia, tem uma alucinação em que canta a música *Stronger*, de Britney, que tem o seu sentido totalmente reconstruído de acordo com o contexto em que está inserido. Referindo-se originalmente a um relacionamento amoroso frustrado e a força retirada dessa experiência, essa música dialoga diretamente com outra música da cantora (*Baby one more time*, do seu primeiro álbum). Porém, inserida na série na voz de Artie, a música ganha uma completa re-significação.

² GLEE, 2010.

Anteriormente isolado, cheio de dificuldades e anti-social, depois de entrar para o *glee club* Artie consegue *duas* namoradas, um grande destaque como artista e decide participar do time de futebol americano da escola (onde, depois de alguma resistência, acaba sendo aceito e tornando-se uma espécie de estrela).



Figura 3: Artie canta *Stronger*, de Britney Spears³

Assim, numa espécie de desabafo e ao mesmo tempo de hino da vitória, Artie expressa para aqueles que não acreditaram em seu potencial a sua nova força, e o quanto foi beneficiado pela confiança ganha e pelo orgulho de sua condição (*You might think that I won't make it on my own/But now I'm stronger than yesterday/Now there's nothing but my way/My loneliness ain't killing me no more/I'm stronger!*⁴). Sua vitória e sua força são ainda discursivamente ressaltadas no clipe da música (ver Fig. 3), em que Artie está usando seu uniforme de futebol americano (símbolo máximo de seu *pertencimento* a um grupo) e canta parte no campo de futebol, parte na academia da escola (por excelência o “templo” do culto do corpo, um dos principais meios de controle subjetivação da sociedade contemporânea).

³ GLEE, 2011.

⁴GLEE, 2011. “Você pode pensar que eu não farei isso sozinho/Mas agora eu estou mais forte do que ontem/Agora não há mais nada em meu caminho/Minha solidão não está mais me matando/Eu estou mais forte!” (tradução nossa)

5.3 *A loser like me*: o pertencimento e o “orgulho de ser minoria”

Do mesmo modo, essa exaltação do pertencimento à minoria atinge seu ápice nos episódios 16 e 18 da segunda temporada. Primeiro episódio no qual são cantadas músicas originais da série, o episódio 16 narra a competição regional de clubes de coral. *Loser like me*, composta para ser a principal performance do grupo na competição, ressalta de modo claro o posicionamento ideológico proposto ao espectador-enunciatário pelo discurso da série. Pelo enunciado construído na cena em que a música é cantada o fã é persuadido a acreditar que, apesar de excluído, diferente e rejeitado, não deve jamais desanimar dos seus objetivos, pois ele é de certo modo superior a todos que estão contra ele e que o odeiam (*I'm not thinkin' 'bout you haters/ 'Cause Hey!, I could be a superstar/ I'll see you when you wash my car*⁵).

Esse discurso de orgulho e superioridade acentua o efeito de pertencimento, criando no enunciatário a ilusão de uma proximidade entre ele e a série-enunciador e, mais do que isso, uma ilusão de intimidade e mútua compreensão. Ao final, o fã que se sente envolvido e inserido no ambiente de *Glee* declara, juntamente com a música, àqueles que não o aceitam e não compreendem (sejam esses seus pais, amigos, família, fãs de outras séries ou a sociedade em geral): *Just go ahead and hate on me and run your mouth/So everyone can hear/Hit me with the worst you got and knock me down/Baby, I don't care/Keep it up and soon enough you'll figure out/You wanna be.../You wanna be/a loser like me!*⁶

No episódio 18 da segunda temporada, por sua vez, são as questões da beleza física e da autoaceitação que se tornam elementos centrais. Envergonhada com sua aparência, Rachel, a grande estrela da série, decide fazer uma cirurgia plástica para deixar seu nariz igual ao de Quinn Fabray, a “líder de torcida loira e perfeita” do *glee club*. Partindo daí, todos os integrantes do clube começam a lidar com seus próprios conflitos internos a respeito de seus problemas e vulnerabilidades. Preocupado com a onda autodepreciação que começa a assolar seus alunos, Will Schuester (professor de espanhol da escola e mentor do *glee club*) pede ajuda a Emma, a conselheira do colégio que sofre de um grave caso de TOC com limpeza, por quem Will é profundamente apaixonado.

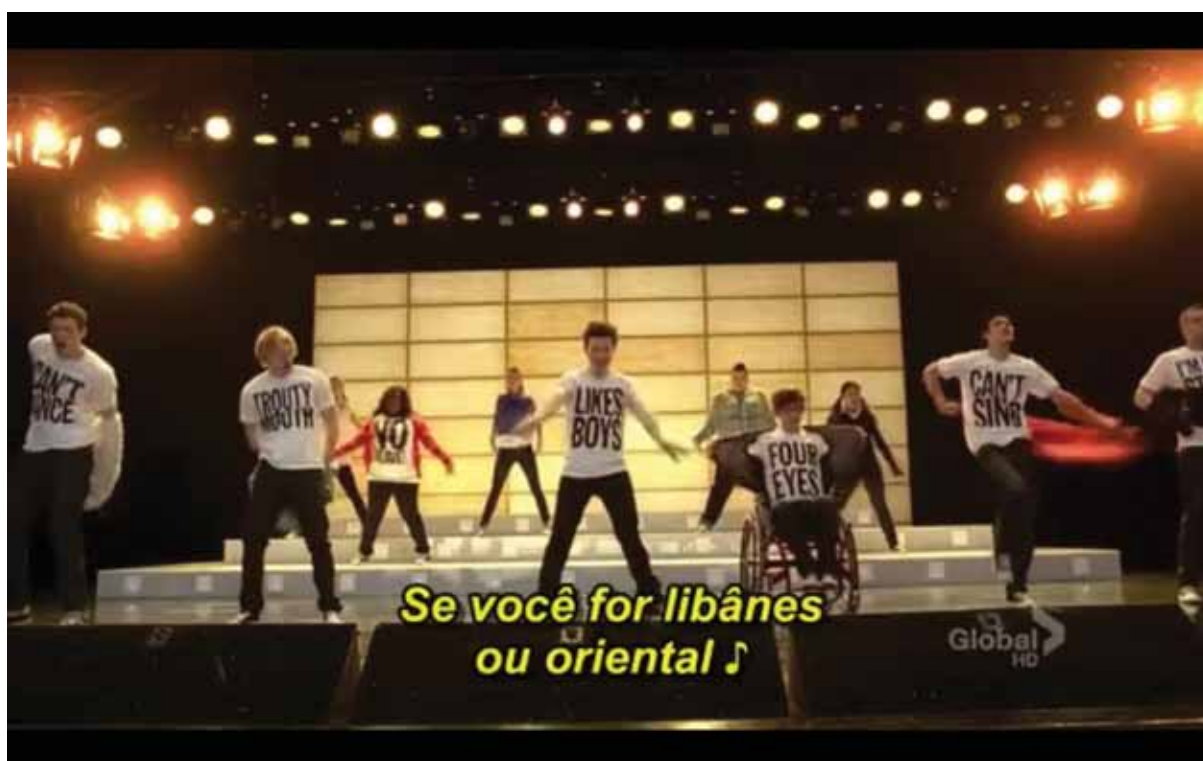
As vozes que propõem os modelos de subjetivação oferecidos pela série começam a se manifestar quando os dois professores decidem fazer um exercício onde cada um deve encarar sua maior vulnerabilidade, aceitá-la como algo imutável e, principalmente, ter orgulho dela,

⁵ GLEE, 2011. “Eu não estou me preocupando com vocês, inimigos/Porque, ei, eu poderia ser um grande astro/Nos vemos quando você estiver lavando meu carro” (tradução nossa)

⁶ GLEE, 2011. “Apenas vá em frente em me odeie e grite muito/ Para que todos possam ouvir/Me acerte com o pior que você tem e me derrube/*Baby*, eu não me importo/Continue assim e logo você vai perceber/Você quer ser.../Você que ser/Um fracassado como eu!” (tradução nossa)

pois “é o que faz cada um ser único e especial”. Assim, os alunos devem apresentar a música *Born this way*, de Lady Gaga, um indisfarçado hino de exaltação a todas as diferenças e a tudo aquilo que vai contra as regras, cada um vestindo uma camiseta branca com um rótulo que especifica sua maior fragilidade.

Enquanto vestem camisetas com rótulos como “*Likes boys*”, no caso de Kurt, o garoto homossexual, “*Nose*”, no caso de Rachel, e “*Brown eyes*”, no caso de Tina, a garota oriental que quer ser como as modelos que vê nas revistas, e cantam “*I’m beautiful in my way/’Cause God makes no mistakes/I’m on the right track, baby/I was born this way!*”⁷, os alunos percebem o quanto tem orgulho de suas diferenças, e como são esses elementos que os fazem “especiais”. Assim, as vozes que subjazem a esses enunciados construídos tanto visualmente quanto verbalmente, estão reiterando as funções enunciativas de exaltação e orgulho das diferenças, representados tanto pelo discurso de *Glee* quanto em todo o processo discursivo construído em torno de uma artista como Lady Gaga, a autoproclamada madrinha dos homossexuais, deslocados e *freaks* (esquisitos, aberrações) de modo geral. Também o fato de Kurt protagonizar essa apresentação reforça esses sentidos de autoaceitação e resistência, já que, neste episódio, o garoto acabara de retornar da escola para a qual havia sido transferido por estar sofrendo *bullying* e, de modo geral, Kurt é sempre tomado na série como uma espécie de modelo a ser seguido no que diz respeito à coragem de assumir sua posição e lidar com as consequências.



⁷ GLEE, 2011. “Eu sou lindo do meu jeito/Porque Deus não comete erros/Eu estou no caminho certo, *baby*/ Eu nasci assim!” (tradução nossa).

Figura 4: O elenco de *Glee* apresenta *Born this way*, de Lady Gaga⁸.

Como se pode observar na Figura 4, durante a apresentação da música de Lady Gaga, todos os alunos estão vestindo as mesmas roupas, de modo que *a única coisa* que os diferencia são os rótulos em suas camisetas, do mesmo modo que aquilo que os torna “especiais”, segundo o discurso adotado pela série, é justamente a característica que os faz diferentes dos outros.

É interessante destacar, no entanto, algumas vozes que se manifestam um pouco mais sutilmente por trás da aparente clareza dessa performance, começando pela escolha dos rótulos utilizados. Como constata-se ainda na Figura 4, o rótulo utilizado por Kurt (o garoto no centro da imagem) é “*Likes Boys*”, e não “*Gay*” ou “*Homossexual*”, como se poderia esperar. Assim, o garoto que “gosta de garotos” está assumindo *seu próprio rótulo*, e não o rótulo que lhe é destinado pela sociedade. Ou seja: na escolha lexical desse enunciado, fica discursivamente implícito o fato de que Kurt está aceitando e assumindo aquilo que *é*, enquanto se rebela e recusa aquilo que *os outros* dizem que ele seja, um valor essencial para o modelo identitário oferecido não apenas pelo personagem de Kurt, mas em todo o discurso da série.

Similarmente, Artie, que é sempre identificado como “o garoto na cadeira de rodas” ou “o cadeirante” (mesmo nesse trabalho), nessa performance em especial carrega o rótulo de “*Four Eyes*” (quatro olhos). Desse modo, reiterando a imagem de “guerreiro que não precisa de ninguém” construída para Artie desde o início da série e que atingiu seu ápice na performance de *Stronger*, já discutida aqui, o rótulo em sua camiseta parece deixar claro que o fato de não poder andar não representa para Artie um problema maior do que o problema de usar óculos, já que o personagem deveria escolher para si um rótulo que representasse sua maior vulnerabilidade. É ainda mais interessante perceber que a preocupação de Artie não está no problema de visão que o leva a usar óculos – mas sim no resultado *estético* de se usar os óculos, ou seja, os “quatro olhos”.

Por fim, todos esses efeitos de sentido possuem ainda um realce final que passa facilmente despercebido pelo espectador-enunciatário, mas que ao mesmo tempo é facilmente identificável: durante essa performance, todos os personagens estão utilizando tênis *Converse* preto. Uma espécie de “*Coca-cola*” das marcas de calçados, os mundialmente famosos tênis *All Star* são como um símbolo de liberdade e ao mesmo tempo de pertencimento a um seletivo grupo – e, mais do que isso, um grande símbolo da globalização para a juventude.

⁸ GLEE, 2011.

5.4 “*Você é o que você compra*”: fenômeno transmídia e as práticas de consumo cultural

Como já discutimos anteriormente, uma das linhas de força das práticas subjetivadoras presentes em *Glee* está naquilo que chamamos “conteúdo transmídia” relacionado à série. É bastante fácil perceber que a narrativa de *Glee* não se restringe apenas ao conteúdo televisivo quando podemos encontrar livros, DVDs CDs da série em livrarias e lojas de departamento; vídeos e clipes especiais veiculados pela internet e músicas que podem ser compradas direto no iTunes; uma completa grife de roupas com a marca da série; e mesmo o recente *reality show* produzido pelo canal *Oxygen*, *The Glee Project*.

É interessante observar como fluxo que flui por diversos suportes intensifica e modifica o efeito de identificação do público com a série e também a ilusão de realidade proveniente dessa relação. Como discute Jenkins (2009), essas práticas constituem as chamadas *lovemarks*, em que o fã não é apenas um consumidor passivo e eventual – ele *dialoga* com o conteúdo que está adquirindo, cria uma *fidelidade* a respeito da marca, a ponto de ser capaz de comprar todo e qualquer produto veiculado sob aquele rótulo, criando assim um movimento de mercado em que o público não adquire meros bens de consumo, mas adquire sua própria realidade, sua cultura e sua *identidade*. E, como mencionado anteriormente, esse movimento não beneficia apenas os produtores do seriado, mas todos os artistas e musicais que disponibilizam suas músicas para regravação.

Como exemplo, podemos mencionar os CDs lançados com a longuíssima trilha sonora do seriado. Durante a primeira temporada, quatro discos foram gravados, com aproximadamente 70% das músicas cantadas durante os episódios: *Glee, the music: Volume 1* (2009); *Glee, the music: Volume 2* (2009); *Glee, the music: Volume 3 – Showstoppers* (2010); e *Glee, the music: The Power of Madonna*.

Devido ao imenso sucesso de vendas dos discos e das versões digitais compradas no iTunes, na segunda temporada foram gravados e lançados *seis* discos, com aproximadamente 90% das músicas cantadas nos episódios: *Glee, the music: Volume 4* (2010); *Glee, the music: Volume 5* (2010); *Glee, the music: The Christmas Album* (2010); *Glee, the music: The Rocky Horror Glee Show* (2010); *Glee, the music: Volume 6* (2011); e o álbum especial apenas com músicas dos *Warblers*, grupo concorrente dos protagonistas da série, *Glee, the music presents: The Warblers* (2011).

Como é fácil de perceber, a produção da série respondeu diretamente a recepção do público, editando mais CDs e incluindo mais faixas em cada CD, para que nenhuma música importante da série estivesse ausente. Desse modo, na segunda temporada da série, o enunciador deu um retorno a o público que, por sua vez, tinha dado seu retorno à série na

temporada anterior, criando um movimento de mão dupla no mercado de consumo cultural, ainda conforme Jenkins (2009).

Também é interessante notar que álbuns como *The Power of Madonna* configuram um enunciado que ao apenas manifesta vozes do discurso da série, como também dos discursos veiculados pela própria Madonna como “artista de resistência” que se pretende. Desse modo, “Madonna”, como função enunciativa, é assumida como reiteração parte integrante do discurso da série, ao mesmo tempo que a série “atualiza” “Madonna” numa geração em que ela talvez não possua tanta força quanto possuía nas anteriores.

A grife de roupas da série é outro ponto de bastante interesse quando se pensa na identificação do público com as personagens que assiste. Com seus figurinos bastante característicos (e muitas vezes bastante extravagante), cada personagem parece representar todas as nuances de sua personalidade apenas nas roupas que veste (como podemos observar na Figura 5). Assim, Kurt (o segundo da esquerda para a direita) está sempre vestido com roupas da alta costura e repleto de acessórios – casacos, coletes, cachecóis, boinas e até uma luva de brilhantes quando realiza sua performance de *Single Ladies*; Tina (a quinta da direita para a esquerda), a garota tímida que fingiu ser gaga para não ser obrigada a “socializar”, parece esconder-se embaixo de suas toucas e seu figurino sempre escuro com tendências para o gótico; Rachel, por sua vez, em sua própria definição, prefere o estilo “*sexy school girl librarian chic*”, com polainas, saias curtas de pregas e suéteres de cavaleiros que, segundo ela, refletem as nuances de sua personalidade cheia de surpresas e, segundo seus colegas, refletem o quão irritante ela consegue ser.



Figura 5: Figurino dos personagens⁹

Assim, enquanto você “aprende” com suas experiências e sonha em ser talentoso como Rachel, linda como Quinn corajoso como Kurt para assumir todos os seus riscos, você pode *vestir-se* como eles. Desse modo, o efeito de sentido de participação e interação é ampliado a tal ponto que o público não se sente mais um elemento externo: ele *faz* a série, *participa* dela – ele *é* a série.

Esse tipo de relação parece atingir seu ponto máximo em *The Glee Project*, *reality show* criado pelos produtores da série com o objetivo escolher um membro entre os fãs de *Glee* para participar de sua terceira temporada, exibida a partir de setembro de 2011.

⁹ GLEE, 2010.



Figura 6: Elenco de *The Glee Project*¹⁰.

Nesse *reality show* foram selecionados, dentre aproximadamente 40.000 inscritos, doze integrantes que “representassem” os objetivos de *Glee*, para participar durante dez semanas de competições de canto, dança e atuação. Assim, foram selecionados fãs da série de vários lugares do mundo garotos e garotas que reiterassem o discurso de orgulho e superação da série (uma garota ruiva e obesa, um garoto negro e gay que canta exatamente como uma mulher e inclusive um brasileiro de 20 anos com 1,48m de altura, por exemplo) criando um efeito de maior proximidade a cada dia entre a série-enunciador e o público-enunciatário, em que as vozes subjacentes aos enunciados produzidos pelo programa parecem sussurrar para o fã que “mesmo sentado no sofá de sua casa há milhares de quilômetros dos Estados Unidos, você está perfeitamente representado e, mais do que isso, participando diretamente do processo de construção do seriado”.

¹⁰ THE GLEE PROJECT, 2011.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após extenso trabalho de aquisição de material teórico, coleta e análise dos dados e reflexão sobre o conjunto de enunciados que formam o discurso de *Glee* (conjunto este que vai muito além dos episódios televisivos que compõem o núcleo da série, como pudemos comprovar ao longo da pesquisa), pode-se concluir que, utilizando-se dos amplos recursos oferecidos não apenas pela materialidade audiovisual mas também do universo de possibilidades criado pelas recentes revoluções e transformações no campo da mídia e da comunicação, esse produto midiático pode exercer (e exerce) uma grande influência nas práticas subjetivadoras que propõem modelos de identidade e práticas de consumo para o público jovem não apenas nos Estados Unidos mas em todo o mundo.

Podemos observar que em *Glee*, assim como em muitos outros produtos midiáticos, a juventude e, mais especificamente, as *minorias* são, ao mesmo tempo, *objetivadas* e *subjetivadas* – são o *objeto* de que tratam os discursos manifestados pela série, ao mesmo tempo em que são *subjetivadas* (ou seja, representadas, mas também sugeridas, constituídas e construídas) por suas práticas discursivas. Assim, cria-se uma ilusão de realidade, intimidade e mesmo de participação que cativa o enunciatário, mergulhando-o completamente nas práticas discursivas propostas e realizadas pela série.

O desenvolvimento desta pesquisa nos levou, também, a refletir sobre a necessidade de uma modificação ou adaptação nos processos teórico-metodológicos ao lidar com esse tipo de produto midiático. Por um lado, deixar de estudar ou consultar algum material do conteúdo transmidiático da série pode causar como consequência uma visão muito restritiva das práticas discursivas aí veiculadas. Por outro, a consulta sistemática a todo e qualquer material relacionado a série, em todos os outros suportes midiáticos, pode levar a uma quantidade extremamente excessiva de *corpus*, impossibilitando uma análise mais apurada e objetiva do material.

Desse modo, propõe-se, para desenvolvimento em trabalhos futuros, uma indispensável reflexão e revisão teórica dos diálogos entre a análise do discurso e os estudos de mídia, a fim de realizar uma adaptação nos processos e métodos de *olhar* sobre o objeto analisado, para que o aporte metodológico da AD possa acompanhar as evoluções e transformações contínuas e inevitáveis nos campos da mídia e da comunicação.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BALSER, E.; GARDNER, S. **Glee: Não deixe de acreditar**. São Pulo: Rai, 2011.

BAUMAN, Z. **Globalização: As conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

FERNANDES, C. A. Lingüística e história: formação e funcionamentos discursivos. In: FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. C. (Org.). **Análie do discurso**. Unidade e dispersão. Uberlândia: Entremeios, 2004. p.43-70.

_____. **Análise do discurso: reflexões introdutórias**. São Carlos: Claraluz, 2.ed., 2007.

FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. In: RABINOW, P.; DREYFUS, H. **Michel Foucault. Uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

_____. **A ordem do discurso**. Rio de Janeiro: Loyola, 1999.

_____. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

GLEE. A primeira temporada completa. Los Angeles: Twentieth Fox Home Entertainment, 2010

_____. A segunda temporada complete. Los Angeles: Twentieth Fox Home Entertainment, 2011.

GREGOLIN, M. R. (org.) **Discurso e mídia**. A cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003a.

_____. AD: lugar de enfrentamentos teóricos. In: FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. C. (Org.). **Teorias Lingüísticas: problemáticas contemporâneas**. Uberlândia: UFU, 2003b. p.21-34.

_____. Michel Foucault: o discurso nas tramas da história. In: FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. C. (Org.). **Análise do discurso**. Unidade e dispersão. Uberlândia: Entremeios, 2004. p.19-42.

_____. Bakhtin, Pêcheux, Foucault. In: BRAIT, B. (org.). **Bakhtin: outros conceitos chave**. São Paulo: Contexto, 2006a, p.33-52.

_____. **Foucault e Pêcheux na Análise do Discurso**. Diálogos e duelos. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2006.

_____. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v.4, n.11, p.11-25, nov. 2007.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEWIS, C. S. **As crônicas de Nárnia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

LOEWLL, S. **Glee: O início**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

PÊCHEUX, M. **O discurso**. Estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes Editores, 2008.

SANTOS, B. S. **Pela mão de Alice: O social e o político na pós-modernidade**. São Paulo: Cortez, 2000.

SARGENTINI, V.; GREGOLIN, M. R (org.) **Análise do discurso**. Heranças, métodos e objetos. São Carlos: Claraluz, 2008.

THE GLEE PROJEC. Los Angeles: Oxygen Television, 2011.