

## *The Voice: do Corpo-Candidato ao Corpo-Commodity*<sup>1</sup>

Erika Silva e Souza de ALMEIDA<sup>2</sup>  
Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, SP

### RESUMO

Este artigo tem como corpus os candidatos da primeira e terceira temporadas do *The Voice* (EUA). O objetivo é problematizar a participação dos candidatos finalistas e a forma como são produzidos e conduzidos ao longo de uma temporada. A hipótese é a existência de um processo de moldagem desenvolvido pelo programa, e aprimorado ao longo de suas temporadas, que transforma corpos-candidatos em corpos-*commodities*, intervindo diretamente na indústria musical e nos mercados que ela envolve. A fundamentação teórica se apoia, sobretudo, na Teoria Corpomídia, de Katz e Greiner (2001).

**PALAVRAS-CHAVE:** *The Voice*, *reality shows* musicais, corpo-*commodity*, corpomídia, música na televisão.

Na economia, *commodities* são, em sua maioria, matérias-primas, recursos básicos, produtos agrícolas ou de mineração, produtos não especializados produzidos em massa. A ‘commoditização’ de um produto ocorre quando ele perde sua diferenciação, na maioria das vezes, em função da difusão do conhecimento necessário para produzi-lo. Ou seja, um produto pode ter muito valor de mercado, mas, à medida que muitos países adquirem a tecnologia necessária para sua produção, ele se torna uma *commodity*. O açúcar era um artigo de luxo na Europa até o século XVIII, e hoje é uma *commodity* produzida em mais de 100 países.

A hipótese que sustenta este artigo é a de que, no *The Voice*, os candidatos se tornam corpos-*commodities*, tomando o termo emprestado da economia, no sentido apresentado no dicionário.

Um bem econômico - um produto não especializado produzido em massa - um bem ou serviço cuja ampla disponibilidade tipicamente leva a margens de lucro menores e diminui a importância de outros fatores além do preço - aquele que está sujeito a pronta troca ou exploração dentro de um mercado. (COMMODITY, tradução livre. <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/commodity>>. Acesso em 16/08/2018)<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUCSP, e-mail: [almeida14@gmail.com](mailto:almeida14@gmail.com)

<sup>3</sup> an economic good - a mass-produced unspecialized product - a good or service whose wide availability typically leads to smaller profit margins and diminishes the importance of factors other than price - one that is subject to ready exchange or exploitation within a market. (COMMODITY, 2018)

Para propor a transformação dos candidatos em corpos-*commodity*, este artigo se detém nos três finalistas da primeira e da terceira temporadas. A escolha da primeira temporada se dá em função de ser a estreia de um novo formato de *reality show* musical; e a da terceira, por ser a temporada mais longa, com 32 episódios, e com recorde de candidatos na fase de audições. Os finalistas da primeira temporada, por ordem de colocação, foram Javier Colon, Dia Frampton e Vicci Matinez; e da terceira, Cassadee Pope, Terry McDermott e Nicholas David.

Apesar da primeira e segunda temporadas terem sido veiculadas em um espaço de menos de um ano, o site da NBC disponibiliza episódios somente a partir da segunda temporada. Devido à restrição geográfica, as temporadas não estão disponíveis para o Brasil. A investigação da primeira e terceira temporadas foi feita por meio do material disponibilizado pelo público no Youtube

Nos mais de 15 anos de *reality shows* musicais, considerando apenas os de maior audiência - *American Idol*, *The X Factor* e *The Voice* – em suas versões norte-americanas e britânicas, o número de pessoas que se candidataram a uma oportunidade de sucesso oferecida pelos programas ultrapassa a casa de dezenas de milhares.

No vídeo promocional, veiculado pela NBC antes da estreia do *The Voice*, o narrador descreve o programa como sendo um novo tipo de competição musical e que “pela primeira vez, não importa o que você veste, não importa sua aparência, porque, dessa vez, tudo o que importa é a voz.”<sup>4</sup> Mas as audições anteriores ao início do programa, que determinam quem irá se apresentar aos *coaches*, não são *blind auditions*. Em matérias sobre o lançamento do programa<sup>5</sup> e o que esperar da nova competição, o foco foram os *coaches* e o modo como o *The Voice* se diferenciava de seus concorrentes diretos por não julgar ou criticar os candidatos, e sim orientá-los. Carson Daly, um dos produtores executivos e *host* do programa, explicou o objetivo do formato em entrevista ao Huffpost:

Nós não criamos o programa para criar uma celebridade da música ou tornar as pessoas ricas e famosas. Isso nunca foi realmente o objetivo do show. Temos o orgulho de dizer que muitos dos artistas que estiveram no 'The Voice', de qualquer forma, deixaram seus trabalhos de fazer sanduíches e

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dfpAd8rcEKA> Acesso em 16/08/2018.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://goo.gl/kdZuWd>>, <<https://goo.gl/5qujD4>>, <<https://goo.gl/A7zgGx>> e <<https://goo.gl/qAGdjd>> Acesso em 16/08/2018.

---

estão indo bem na música. E no final do dia, para nós, isso é vencer. (BLICKLEY, 2017, tradução livre)<sup>6</sup>

Mesmo que o *casting* de apresentadores e os produtores tenham promovido o programa como uma oportunidade para cantores e cantoras ficarem conhecidos e aprenderem sobre o mercado da música, não se pode afirmar que essa é a percepção do público. Pelos índices de audiência, sempre altos em todas as temporadas (média de 13 milhões de espectadores), e pelas milhares de pessoas que se inscrevem a cada temporada, o fato dos ex-participantes não terem se tornado grandes nomes da música parece não afetar a credibilidade do programa.

A aparência ou o modo de vestir podem não importar quando o candidato se apresenta pela primeira vez e somente sua voz é considerada, mas, após ser aprovado para as próximas etapas, o processo de moldagem, seja do estilo musical, seja da aparência ou da maneira de performar, se inicia. O corpo se torna um corpo-*commodity* e, para apoiar essa hipótese, caminharemos entendendo o corpo como corpomídia.

A proposta de que todo corpo é corpomídia de si mesmo, isto é, um corpomídia do estado momentâneo da coleção de informações que o constitui, mexe também com o entendimento habitual de mídia. Aqui, mídia não é tratada como sendo um meio de transmissão. Na mídia que o corpomídia emprega, a informação fica no corpo, se torna corpo. (...) A mídia do corpomídia, então, identifica um estado do corpo. O corpo é mídia desse seu estado, por isso é sempre mídia de si mesmo, de cada momento dos seus estados. Porque um corpo sempre mostra a si mesmo, o que equivale dizer que ele sempre se apresenta com a coleção de informações que o constituem naquele exato momento. (KATZ, 2006b).

Os corpos-candidatos que se apresentam nos *reality shows* musicais, assim como qualquer outro corpo, se relacionam com os ambientes, com os quais interagem, e passam a ser mídia das informações com que entram em contato. Ao dizer que um corpo é mídia das informações que o formam, a ênfase recai na comunicação que esse corpo faz da coleção de informações que o constitui. Assim, os corpos-candidatos, à medida que encontram com as informações que o programa organiza para o seu processo de moldagem, vão mudando.

Os candidatos do *The Voice* se tornam mídia de todo o processo pelo qual passam, que começa antes da sua participação no vídeo. À medida que estas informações são absorvidas, elas se misturam às outras, que já faziam parte da coleção que forma cada

---

<sup>6</sup> “We didn’t really create the show to create a celebrity musician or make people rich and famous. That was never really the goal of the show. We are proud to say that so many of the artists who have been on ‘The Voice’ in any capacity have quit their sandwich-making jobs and are doing well in music. And at the end of the day that’s winning, to us.”

---

um de nós; é assim que os corpos são mídia da coleção de informações que os constitui, e que é sempre nova, pois está sempre mudando por conta das novas informações, que não cessam. Essa transformação não para de acontecer.

As informações do meio se instalam no corpo; o corpo, alterado por elas, continua a se relacionar com o meio, mas agora de outra maneira, o que leva a propor novas formas de troca. Meio e corpo se ajustam permanentemente num fluxo inestancável de transformações e mudanças (KATZ; GREINER, 2001, p 71)<sup>7</sup>

O corpo-*commodity* é o corpo que se torna mídia da coleção de informações adquiridas durante o processo de treinamento para a participação no programa. Quando deixa a competição, não deixa lá a mudança ocorrida, pois o corpo já se transformou. A especificidade desse corpo-candidato transformado em corpo-*commodity* é que ele se torna um corpo em que as informações se instalaram, mas que, depois de alterado por elas, não seguirá naquele ambiente, e o sucesso e o reconhecimento expresso nos milhões de votos do público terminam juntamente com a temporada. O corpo segue como corpomídia dessas várias informações recém adquiridas, mas deixa de ser visto pelo público, pois sai da tela.

São esses corpos que são ‘commoditizados’, em um processo de deslegitimação e, ao mesmo tempo, de estigmatização. Deslegitima quando o cantor deixa de ser reconhecido pelo público como representante daquele universo, e estigmatiza quando o cantor só é lembrado por ter participado do programa, vivendo uma vida distante daquela que foi sonhada. Abrem-se possibilidades de investigação acerca dos efeitos que a ‘commoditização’ pode causar, na maneira como esses corpos se alteram e passam a interagir com o meio após sua transformação.

### **Os vencedores e seus coaches**

Javier Colon venceu a primeira edição do *The Voice*, aos 33 anos. Nascido no interior do estado de Connecticut, onde o pai era dono de uma estação de rádio de língua hispânica, ingressou na carreira musical em 1999, como vocalista e percussionista de uma banda de *soul/funk*. Em 2002, assinou contrato com a Capitol Records, lançando dois álbuns, em 2003 e 2006, quando deixou a gravadora e criou seu

---

<sup>7</sup> Helena Katz e Christine Greiner são professoras no Programa em Comunicação e Semiótica e no Curso Comunicação das Artes do Corpo, da PUC-SP, onde desenvolvem a Teoria Corpomídia, na qual propõem um outro entendimento para o corpo no campo da comunicação.

---

próprio selo, Javier Colon Music, pelo qual gravou mais um álbum. Ao vencer o programa, assinou contrato com a Republic Records, onde permaneceu por apenas um ano, de 2011 a 2012, rompendo de forma não amigável com a gravadora.

Em entrevista, falou abertamente sobre como se sentia com a saída do grupo Universal e o resultado do *The Voice*:

A melhor coisa sobre ganhar a primeira temporada de 'The Voice' foi o programa ter me apresentado aos meus fãs e permitir que eles vissem e ouvissem quem eu sou como pessoa e o que eu faço como artista. A parte infeliz da situação, no entanto, foi o não previsto mau casamento entre a gravadora e eu. Eu entrei nisso com grandes esperanças, como acredito que todos fizeram. Mas quando você coloca seu coração e sua alma em um novo álbum que você acha realmente ótimo, e sua gravadora que deveria dar suporte e promover não faz ambos, é muito difícil não ficar chateado. (PARKER, 2012, tradução livre)<sup>8</sup>

Dia Frampton tinha 23 anos quando se tornou candidata do programa. O início da carreira foi na dupla Meg & Dia, com a irmã, lançando o primeiro álbum em 2005, *Our Home Is Gone*, seguido de *Something Real*, em 2006. Em 2007, assinaram contrato com a Warner Bros. Records, selo pelo qual lançaram um único álbum, *Here, here and here*, em 2008. A gravadora rompeu contrato com a dupla em 2010, que, no ano seguinte lançou, de forma independente, *Cocoon*. No mesmo ano, Dia ingressou no *The Voice*.

Após o fim do programa, Dia lançou *Red* pela Republic Records, mas o álbum atingiu uma baixa posição, 106ª no ranking Billboard 200, e vendeu pouco mais de 10 mil cópias na primeira semana. O álbum foi lançado em dezembro de 2011, menos de seis meses após sua saída do *The Voice*. Dia considerou que a pressa em lançar o álbum foi muito prejudicial ao resultado:

Foi tão apressado. Para as 10 músicas que estão no álbum, são 15 produtores, e foi um pouco temerário. Quero dizer, foi incrível trabalhar com todas essas pessoas. Mas, para a Meg & Dia, trabalhamos com um produtor, entramos em um estúdio e tivemos esse foco. Com o *Red*, foi como 'lance este álbum o mais rápido possível, trabalhe com todas essas pessoas e obtenha um hit de rádio'. (SCULLEY, 2014, tradução livre)<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> “The best thing about winning season one of 'The Voice' was the show introduced me to my fans and allowed them to see and hear who I am as a person and what I do as an artist. The unfortunate part of the situation, however, was the unforeseen bad marriage between the label and I. I went into it with high hopes, as I believe everyone did. But when you pour your heart and soul into a new album that you think is really great, and your label who is supposed to support, market and promote your music does neither, it's really hard not to be upset.”

<sup>9</sup> “It was so rushed,” Frampton said. “For the 10 songs that are on the album, there are like 15 producers, and it was just a little bit scatterbrained. I mean, it was amazing to work with all of these people. But for Meg & Dia, we worked with one producer and got in a studio and had this focus. With *Red*, it was like ‘Get this album out as soon as possible and work with all of these people and get a radio hit.’”

---

Vicci Martinez ingressou no programa aos 26 anos. De 2000 a 2015, lançou 10 álbuns, dois EPs<sup>10</sup> e um dvd ao vivo, todos gravados de forma independente, exceto o EP *Come along* e o álbum *Vicci*, de 2012, ambos pela Republic Records, com quem assinou contrato após sua saída do *The Voice*. Vicci ganhou as eliminatórias regionais para American Idol, mas desistiu de continuar no programa em função dos termos do contrato e porque, desde o início, queriam mudar seu estilo e esconder a sua homossexualidade.

A terceira temporada do *The Voice* estreou em setembro de 2012 com 32 episódios, veiculados às segundas e terças. Cassadee Pope venceu a temporada, aos 23 anos, sendo a primeira mulher a vencer a competição. Iniciou a carreira aos 19, como vocalista da banda de rock Hey Monday, lançando um álbum e três EPs. Pela gravadora BMLG, antiga Republic Nashville e selo da Republic Records, além de *Frame by frame*, Cassadee gravou em 2016 o EP *Summer*, posição 14 no Top Country Albums e 164 no Billboard 200. Em 2017 anunciou sua saída da gravadora e em 2018, já independente, gravou o single *Take you home*, 49ª posição no ranking Hot Country Songs.

Terry McDermot tinha 35 anos quando ingressou no programa e foi o segundo colocado da terceira temporada. Não há muitas informações disponíveis sobre a vida e carreira do cantor antes de sua entrada no *The Voice*. Foi vocalista da banda Driveblind, quando morava em Los Angeles e depois formou a banda de pop rock Lotus Crush, quando se mudou para New Orleans com a esposa e filho, onde mora até hoje.

Nicholas David participou do programa aos 31 anos. Assim como Terry, não foram encontradas muitas informações sobre sua biografia anterior ao *The Voice*. Começou a ter aulas de piano e canto ainda na escola. Em 2004, gravou seu primeiro disco pelo selo próprio, *Wake the world*, por onde lançou mais cinco, mas nenhum dos trabalhos configurou em rankings. Nicholas é casado e tem três filhos.

Um programa que deveria revelar um novo talento, uma voz única, dentre os seis finalistas das duas temporadas analisadas, teve como vencedores candidatos mais próximos de artistas que já fazem sucesso e menos próximos de serem um “the voice”. Com vozes e estilos bem distintos, Dia Frampton e Vicci Martinez, Terry McDermot e Nicholas David, se aproximavam muito mais desse novo talento, desse algo único que de tempos em tempos surge na indústria da música.

---

<sup>10</sup> Extended play ou EP é uma gravação em formato digital, cd ou vinil, com quatro ou seis faixas, que é longa demais para ser considerada um single (uma a três faixas) e curta demais para ser um álbum (10 a 12 faixas).

---

Javier Colon venceu a primeira temporada, mas contou com alguns fatores que o beneficiaram. Em comparação as outras duas finalistas, era o mais experiente no mercado da música, já tendo inclusive assinado contrato com uma grande gravadora. Considerando o estilo musical que seguiu até entrar no programa, o *coach* mais próximo seria Cee Lo Green, consagrado no *soul*, R&B, funk e *hip-hop*. Javier escolheu Adam Levine, vocalista de uma banda de pop rock, mas com quem já tinha se apresentado como *backing vocal* do Maroon 5. A escolha de repertório com grandes sucessos do pop e rock demonstrou a tentativa de redirecionar a carreira de Javier para um novo estilo, ou ao menos mostrar sua versatilidade fora do *soul*.

Em quase todas as fases, foi o último ou penúltimo a se apresentar no episódio, ficando mais recente na memória do público na hora da votação, aberta ao final de cada episódio. A única crítica que recebeu dos *coachs* ao longo das fases foi de Christina, sobre o repertório não ser *soul* ou R&B, mas não sobre a performance em si, sempre muito elogiada.

Dia foi sendo transformada em uma jovem senhora ao longo do programa, um figurino que em nada remetia a uma jovem de 23 anos. O repertório foi eclético, mas as versões próximas ao estilo que cantava anteriormente deram certa personalidade às suas performances. Vicci manteve seu estilo musical e figurino durante todo o programa, pareceu ser menos moldável que Dia e talvez não chegasse a finalista se sua participação não tivesse um papel importante na concorrência do programa: Vicci participou de *American Idol* e deixou o *reality* quando pediram que ela escondesse sua homossexualidade. No *The Voice*, não só não precisou esconder sua orientação como sua namorada apareceu nos episódios desde as *blind auditions*, espécie de mensagem para o público de que ali não havia nenhum tipo de preconceito, o que realmente importava era a voz.

Na terceira temporada, a vencedora foi novamente uma candidata para quem todas as cadeiras viraram nas *blind auditions*, a primeira mulher a vencer o *The Voice*. Com mais candidatos na primeira fase do que nas anteriores e todas as seguintes, na terceira temporada passaram pelo palco do programa diversos talentos dos mais variados estilos, mas a vencedora foi uma cantora que pode ser considerada *mainstream*. Uma cantora que, até então, se identificava com o rock, fez várias performances nesse estilo, se tornou uma cantora country ao vencer o programa, estilo no qual ela permanece até hoje, e faz relativo sucesso, alcançando boas posições nos rankings do segmento.



---

Cassadee é a vencedora do *The Voice* que conquistou mais visibilidade ao ser indicada ao Grammy, mas não venceu.

Os finalistas Terry McDemott e Nicholas David eram candidatos de estilo único. Ambos tinham qualidades que se espera de um novo talento, algo que os diferenciava dos demais. Terry variou pouco seu figurino e performances, Nicholas ao contrário, abusou de cores e estampas e ousou nos cenários, mas ambos eram grandes talentos, com vozes realmente diferentes, artistas que sendo bem orientados e produzidos, poderiam certamente chegar ao estrelato.

O estrelato, se tornar um grande sucesso, parece não ser possível por meio do *The Voice*, se comparado aos seus concorrentes *American Idol* e *The X Factor*, que possuem, entre seus candidatos, pelo menos uma dezena de artistas presentes, hoje, no *star system* das principais gravadoras, como Kelly Clarkson, Jennifer Hudson, Carrie Underwood, Camila Cabello, Harry Styles, Zayn Mallick, Little Mix, entre outros. O programa acaba sendo o que Carson Daly explica, em entrevista aqui já citada, uma espécie de treinamento sobre o mercado da música. Na mesma entrevista, a produtora executiva do programa, Audrey Morrissey, disse que para o candidato era a chance de ter um tutor individual pronto para compartilhar toda a sua expertise e ajudá-lo a ganhar o show, a carreira e se tornar um artista melhor, oportunidade que ela considerou inestimável.

Essa pode ser uma das explicações para o *The Voice*, de fato, não ter nenhum vencedor hoje figurando no *star system* das grandes gravadoras, mas há também uma diferença importante entre o programa e *American Idol*: os *coaches*. A ideia de colocar quatro cantores formando times e competindo entre si é uma fórmula que se mostrou muito eficiente, em termos de audiência e publicidade, mas talvez seja essa mesma fórmula que impede o formato de lançar artistas como estrelas do mercado musical. Na primeira versão de *American Idol*, exibida pela Fox, a maioria das temporadas teve um júri composto por produtores e cantores, um equilíbrio importante para se preparar a carreira de um candidato, o cantor com sua experiência artística e o produtor com a visão do mercado.

Por mais sucesso e experiência de um cantor, na maioria das vezes ele também foi produzido por alguém que conhecia os melhores caminhos a se trilhar, e tinha a expertise de assistir a uma performance e saber o que pode ser feito para que esse artista se torne uma estrela. Esse não é um conhecimento que necessariamente se espera de um



---

cantor, e, na maioria das vezes, ele não o tem, até porque, se faz parte do *star system*, conta com os melhores produtores do mercado para orientar sua carreira.

Se o *The Voice* não trouxe o sucesso esperado para seus vencedores, contribuiu muito para a carreira dos *coaches*. Blake Shelton, por exemplo, já era um cantor de sucesso com vários hits na primeira colocação dos rankings do *country*, mas, depois do programa, dois de seus discos ficaram em primeiro lugar no Billboard 200, um ranking em que raramente figura a música *country*. No programa, também teve a oportunidade de promover a carreira de sua então esposa, Miranda Lambert. Adam Levine e sua banda lançaram, na primeira temporada, *Moves like Jagger*, com participação de Christina Aguilera. A música chegou ao primeiro lugar em rankings de 18 países e ficou entre os 10 *singles* mais vendidos de 2011, com mais de 7 milhões de cópias. Christina se tornou a quarta cantora na história do Hot 100 com *singles* na primeira posição em três décadas diferentes, 1990, 2000 e 2010.

### **The Voice e o corpo-commodity**

Mesmo se apresentando como um novo formato, *The Voice* se assemelha mais a um show de calouros do que seus concorrentes, e também se diferencia dos demais na forma como molda seus corpos-candidatos, transformando-os em corpos-*commodities* como resultado dessa moldagem. Este processo sujeita o corpo-candidato às regras do programa, e às mudanças e adaptações pelas quais deve passar para atingir a vitória, sendo transformado em um talento “lapidado”. As transformações percorrem todas as fases de cada temporada e são resultado das orientações da produção do programa, do contato com os técnicos, da aceitação ou rejeição do público, das críticas dos jurados após as apresentações.

Somam-se também as demais dinâmicas do programa, como os encontros com os *coaches*, que podem acontecer inclusive de madrugada. As gravações do programa são realizadas nos estúdios da *Sony Pictures*, na Califórnia, o que obriga candidatos de outros estados se mudarem, impossibilitando qualquer outra atividade. Os candidatos também não escolhem o repertório que irão performar, não opinam sobre figurino, maquiagem ou cenografia.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Disponível em: < <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/tv/a8102022/the-voice-secrets-behind-the-scenes/>>. Acesso em 18/06/2018.

---

Nos quase 10 anos desde sua estreia, passaram pelo palco do *The Voice* mais de 900 candidatos. O processo de moldagem foi se intensificando ao longo das temporadas, deixando claro o tipo de corpo a ser produzido. Não um corpo que representa o novo, mas um corpo-*commodity* que circule pelos públicos e mercados. Um modelo de corpo que reproduz padrões de repertório, performance e figurino já presentes na indústria da música e os reforça, sendo bom aliado na promoção de artistas do *star system*. O público, por meio das diversas formas de interação oferecidas, seleciona o que foi prévia e cuidadosamente produzido, sendo levado a escolher o que já está escolhido.

O contrato firmado entre candidatos e o programa inclui cláusulas como a possibilidade de alterar as regras e eliminar candidatos a qualquer momento, independente da votação do público (ignorando o sistema de votação do programa), e obrigar os candidatos a se submeterem a testes médicos ou psicológicos, podendo divulgar os resultados na TV. No caso de descumprimento de alguma cláusula, os processos poderiam chegar a US\$ 1 milhão de dólares.<sup>12</sup>

A força das imagens produzidas e consumidas por todos os envolvidos nesses tipos de *reality shows* também alcança os milhões que os assistem. E essas trocas de informação com todo esse público transforma a todos os envolvidos, povoando as coleções de informações que constituem cada um com os valores que as imagens construídas para as telas precisam publicizar. Assim, é possível identificar a força dessa operação que normaliza modelos de corpos produzidos para estes programas não apenas no mercado da música, mas em toda a sociedade. É a normalização do corpo-*commodity*, que traz consequências sobre as quais cabe continuar refletindo.

### Referências bibliográficas

BRICKLEY, Leigh. 'The Voice' Is Great TV. It's Just Not Always Great For The Winners. Huffpost, Estados Unidos, 17 de dezembro de 2017. Disponível em: <[https://www.huffpostbrasil.com/entry/the-voice-success-for-winners\\_us\\_5a0b545ee4b00a6eece4e116](https://www.huffpostbrasil.com/entry/the-voice-success-for-winners_us_5a0b545ee4b00a6eece4e116)> Acesso em 12/10/2018.

COMMODITY. In: Merriam-Webster Online Dictionary. Springfield: Britannica. Disponível em < <https://www.merriam-webster.com/dictionary/commodity>>. Acesso em 14/08/2018.

KAPLAN, Don. Exclusive: Secret 'The Voice' contract says NBC can ignore votes and release talent's psych tests on TV — and contestants who reveal details can be sued for up to \$1M. New

---

<sup>12</sup> Disponível em: < <http://www.nydailynews.com/entertainment/tv-movies/voice-harsh-contract-deny-contestants-including-voice-article-1.1721131>> Acesso em 26/08/2018

---

York Daily News, Nova Iorque, 14 de março de 2014. Disponível em:<  
<http://www.nydailynews.com/entertainment/tv-movies/voice-harsh-contract-deny-contestants-including-voice-article-1.1721131>>. Acesso em 26/04/2018.

KATZ, Helena. Todo corpo é corpomídia. In: Com Ciência Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. Dossiê Semiótica e Semiologia. Nº 74, 2006b. Disponível em: <  
<http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=11&id=87>>. Acesso em 11/07/2017.

KATZ, Helena; GREINER, Christine. Corpo e processo de comunicação. Revista Fronteiras: estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 3, n. 2, p. 71, dez. 2001.

PARKER, Lindsey. Javier Colon Unsurprisingly Parts Ways With Record Label. Yahoo, Estados Unidos, 12 de junho de 2012. Disponível em: <  
<https://www.yahoo.com/entertainment/bp/voice-winner-javier-colon-unsurprisingly-parts-ways-record-003309722.html>> Acesso em 25/07/2018.

SCULLEY, Alan. Dia Frampton Starts Over with Archis. Shepherd Express, Milwaukee, 4 de junho de 2014. Disponível em:< <https://shepherdexpress.com/music/music-feature/dia-frampton-starts-archis/>>. Acesso em 28/08/2018.

TRUONG, Peggy. What it's really like to be on The Voice. Cosmopolitan, Nova Iorque, 2 de novembro de 2016. Entertainment. Disponível em <  
<http://www.cosmopolitan.com/entertainment/tv/a8102022/the-voice-secrets-behind-the-scenes/>>. Acesso em 18/06/2018.