

# Estados da voz de sucesso: discursividades presentes no jornal “O Estado de S. Paulo”<sup>1</sup>

*States of the successful voice: discursivities  
present in the newspaper “O Estado de S.  
Paulo”*

*Estados de la voz exitosa: discursividades  
presentes en el periódico “O Estado de S.  
Paulo”*

## RESUMO

Este artigo objetiva depreender os sentidos e seus efeitos na composição do sucesso vocal de enunciados que foram encontrados em um dos jornais de maior circulação impressa e digital do Brasil, “O Estado de S. Paulo”. Os títulos das matérias localizadas nesse veículo de informação são: O QUINTO BEATLE (2011), Arícia, de negra e de índia (2011), e ESMERO VOCAL (2012). Para a realização da eleição desses textos foi empregado o seguinte critério: mencionar o item lexical voz. Já para execução desta investigação, foi acionado o dispositivo da Análise do Discurso.

Palavras-chave: voz; sucesso; análise do discurso; “O Estado de S. Paulo”.



Recebido em: 24 de novembro de 2022  
Aceito em: 13 de abril de 2023  
DOI: 10.26512/les.v24i1.45792

<sup>1</sup> Este artigo é produto derivado do projeto “Vozes do sucesso” (processo 301565/2022-8 - CNPq).

# CADERNOS de LINGUAGEM & SOCIEDADE

*Papers on Language and Society*

Thiago Barbosa Soares

[thiago\\_soares@mail.uft.edu.br](mailto:thiago_soares@mail.uft.edu.br)

<http://lattes.cnpq.br/8919327601287308>

Universidade Federal do Tocantins – UFT/  
CNPq, Campus de Porto Nacional, Brasil.

# ARTIGO

## ABSTRACT

This article aims to understand the meanings and their effects on the composition of the vocal success of utterances that were found in one of the newspapers with the largest print and digital circulation in Brazil, "O Estado de S. Paulo". The titles of the articles located in this information vehicle are: O QUINTO BEATLE (2011), Arícia, de negra e de Índia (2011), and ESMERO VOCAL (2012). To carry out the election of these texts, the following criterion was used: mention the lexical item voice. To carry out this investigation, the Discourse Analysis device was activated.

Keywords: voice; success; discourse analysis; "O Estado de S. Paulo".

## RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo comprender los significados y sus efectos en la composición del éxito vocal de los enunciados que se encontraron en uno de los periódicos de mayor circulación impresa y digital en Brasil, "O Estado de S. Paulo". Los títulos de los artículos ubicados en este vehículo informativo son: O QUINTO BEATLE (2011), Arícia, de negra e de Índia (2011) y ESMERO VOCAL (2012). Para llevar a cabo la elección de estos textos se utilizó el siguiente criterio: mencionar el elemento léxico voz. Para llevar a cabo esta investigación se activó el dispositivo de Análisis del Discurso.

Palabras clave: voz; éxito; análisis del habla; "O Estado de S. Paulo".

### Como citar:

SOARES, Thiago Barbosa. Estados da voz de sucesso: discursividades presentes no jornal "O Estado de S. Paulo". **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 9-26, jan./jun. 2023. DOI: 10.26512/les.v24i1.45792 Disponível em: . Acesso em: XXX.

### Correspondência:

Thiago Barbosa Soares  
Rua XXX, número XXX, Bairro XXX, Cidade, Estado, País.

### Direito autoral:

Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Da voz é possível dizer que sua representação está encarnada naquele que a usa. “A voz como capital simbólico, e até mesmo como aspecto cultural a partir de seus usos, pode ser meio de comunicação, forma de acesso ao mundo, aparato subjetivo de operações internas, para além de tantas propriedades características da voz humana” (SOARES, 2021a, p. 7). “La voix devient l'enregistrement le plus fidèle et le plus éphémère, le plus intouchable de ce que l'être humain accueille en lui, puis redonne et transmet à travers ses propres et uniques manières de capter les instants de la tragédie humaine” (FARGE, 2009, p. 21)<sup>2</sup>. Ora, se a voz possui tamanhas potencialidades de expressão, o que se diz acerca de seu desempenho tanto pode relacionar-se com seu capital simbólico quanto com a produção de um modo de recepção (SOARES; BOUCHER, 2020).

É do conhecimento das ciências sociais que a indústria cultural cria ídolos para vender, para exercer influência e para entreter (ADORNO; HORKHEIMER, 1985), de modo que resta ainda a elaboração de uma compreensão verticalizada sobre como tal fabricação vem sendo produzida. Nesse sentido, desenhar uma fetichização dos objetos circulantes na sociedade (ADORNO, 1999) é uma forma parcial de descrever os mecanismos de capilarização do sucesso atualmente. Apontar a mídia como responsável por criar discursos de competição (CHARAUDEAU, 2015) que, por sua vez, geram os variados tipos de destaque existentes, é incorrer na ingenuidade relativizante do teórico do senso comum (MININNI, 2008). Acreditar que o poder do sucesso midiático é fruto de uma meritocracia não-programada parece um tipo de ignorância cuja sustentação assenta-se na ilustração fetichista da mediatização de um poder paralelo ao poder divino.

Nesse horizonte em que a voz é uma representação figurante no âmbito midiático, o sucesso, como um vibrante distintivo, faz com que haja separações entre desiguais, já que é necessária, para que haja indícios de sucesso para seus sujeitos, a criação de projetos de ratificação de tais propriedades. Uma das principais dessas vincula-se à “força” estética, porquanto “A criação de um padrão estético e sua propagação pela mídia é um elemento na construção de hegemonias, identidades e práticas entre os receptores, mais ou menos dispostos a pensar nesses elementos quando de sua apropriação da mensagem dos meios” (MARTINO, 2010, p. 147).

Como decorrência da relação entre produção midiática, sucesso e voz em sociedade, acreditamos na produção de efeitos discursivos sobre o sucesso daqueles que possuem visibilidade midiática, pois os dizeres sobre algo podem afetar a forma de se compreender não apenas esse, mas também boa parte do universo simbólico que o circunda. Diante dessa constatação, este artigo objetiva depreender os sentidos e seus efeitos na composição do sucesso vocal de enunciados que foram encontrados em um dos jornais de maior circulação impressa e digital do Brasil, “O Estado

---

<sup>2</sup> Em tradução livre: “A voz torna-se o registro mais fiel e mais efêmero, o mais intocável que o ser humano acolhe nele, em seguida, restaura e passa através de suas próprias e únicas maneiras de capturar os momentos de tragédia humana”.

de S. Paulo”. Os títulos das matérias localizadas nesse veículo de informação são: **O QUINTO BEATLE** (2011), **Arícia, de negra e de índia** (2011), e **ESMERO VOCAL** (2012). Para a realização da eleição desses textos foi empregado o seguinte critério: mencionar o item lexical voz. Já para execução desta investigação, foi acionado o dispositivo da Análise do Discurso.

Com vistas a tracejar o aparato teórico-metodológico utilizado para empreender a análise do corpus deste artigo, apresentamos os principais conceitos e noções que sustentam o processo de descrição e interpretação do dizeres sobre a voz de sucesso presentes em “O Estado de S. Paulo”. Assim, na esteira de Soares (2018, 2019, 2020a) para averiguar os sentidos das vozes de sucesso, enveredamo-nos pela instituição da Análise do Discurso, por meio de seus consagrados autores Orlandi (2007, 2008, 2011, 2012) e Pêcheux (2006, 2007, 2009, 2010, 2011, 2012), para delinear as principais noções e conceitos aplicados mais adiante para compreender os sentidos produzidos em textos jornalísticos cuja característica imprescindível é comentar a voz de celebridades midiáticas.

Como dito acima, o referencial usado para compreender os sentidos existentes na composição do sucesso vocal de enunciados que foram localizados em um dos jornais de maior circulação impressa e digital do Brasil, “O Estado de S. Paulo”, é a Análise do Discurso (AD). Uma das mais importantes concepções dessa área de estudo e pesquisa é justamente a caracterização de discurso, já que há para esse objeto algumas definições: fala, texto, língua etc. Para a Análise do Discurso seu objeto é tratado como efeito (PÊCHEUX, 2010, p. 81) cujo impacto pode ser percebido em outros efeitos derivados de um primeiro inalcançável. Em poucas palavras, o discurso refere-se aos efeitos que os artefatos culturais podem adquirir segundo determinada historicidade na qual estejam inseridos. Desse modo, um texto, como aqueles que logo serão alvo de exame, possui algumas discursividades que o atravessam e o constituem (ORLANDI, 2012; PÊCHEUX, 2012).

Da especificidade do discurso decorre necessariamente a compreensão de condições de sua emergência, isto é, a continuidade ou ruptura dos sentidos produzidos segundo a própria singularidade do artefato simbólico no qual o discurso ancora-se. Isso quer dizer que a exterioridade do dito traz para o texto características “semântico-retóricas” (PÊCHEUX, 2010, p. 78) do processo de produção dos sentidos colocado em jogo quando de sua enunciação. Diante do processamento enunciativo participante da organização discursiva, Orlandi assevera: “Em um discurso, então, não só se representam os interlocutores, mas também a relação que eles mantêm com a formação ideológica” (ORLANDI, 2011, p. 125). É propriamente segundo essa concepção que Soares afirma que “As formações ideológicas estão ligadas ao produzir sentidos, ou melhor, a definir concepções relativamente evidentes acerca de certo dado, concomitantemente, dissimulam outras possibilidades de sentido para o mesmo dado” (SOARES, 2020b, p. 15).

Em toda a sua pluralidade, a formação ideológica é articulada segundo a lógica da formação discursiva. Essa, por sua vez, “determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a

forma de um pronunciamento, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa etc.), a partir de uma dada posição numa dada conjuntura” (PÊCHEUX, 2011, p. 73). Isso significa, em outros termos, que existe uma predeterminação histórico-social “inevitável” envolvida em todo e qualquer dizer, mais precisamente: “as palavras mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam” (PÊCHEUX, 2011, p. 73). Portanto, não há enunciado isento dos efeitos do lugar, de quem e para quem é produzido, já que o cálculo de sua realização confere a todos esses elementos densidade existencial. É nesse enquadramento das formações discursivas que Orlandi explica a relação dessas com o interdiscurso, pois

As formações discursivas são diferentes regiões que recortam o interdiscurso (o dizível, a memória do dizer) e que refletem as diferenças ideológicas, o modo como as posições dos sujeitos, seus lugares sociais aí representados, constituem sentidos diferentes. O dizível (o interdiscurso) se parte em diferentes regiões (as diferentes formações discursivas) desigualmente acessíveis aos diferentes locutores (ORLANDI, 2007, p. 20-21).

Assim, de acordo com a citação acima, o interdiscurso é o lugar no qual estão “sedimentados” os sentidos participantes das formações discursivas e, segundo tal funcionamento, sua materialização nos textos que circulam em sociedade dá-se através de diversas ancoragens, entre elas, encontra-se o pré-construído. Esse conceito é descrito por Soares desta forma: “O pré-construído manifesta-se em certas particularidades linguísticas e/ou sintáticas de encadeamento gramatical, ou seja, o que pode ser linguisticamente analisável, tal como orações relativas, que recuperam fragmentos de discursos anteriores” (SOARES, 2020b, p. 18). Por esse viés, o pré-construído pode figurar no nível linguístico de formulação dos textos, portanto sua emergência está condicionada ao intradiscurso que, por sua vez, é a materialidade do formulável no interdiscurso, a textualização do discurso, a ancoragem das propriedades discursivas.

É por meio do acesso ao intradiscurso presente nas matérias jornalísticas que conseguiremos rastrear pré-construídos que retomam formações discursivas alocados no interdiscurso, que representa virtualmente condições de produção de (efeitos de) sentidos já enunciados. Portanto, a partir da ilustração das principais noções e conceitos a serem empregados, temos as disposições suficientes para encetar depreensão dos sentidos e seus efeitos na composição do sucesso vocal de enunciados localizados em “O Estado de S. Paulo: **O QUINTO BEATLE** (2011), **Arícia, de negra e de índia** (2011), e **ESMERO VOCAL** (2012). Para tanto, este artigo está organizado nas seguintes seções: **Em consideração: “O Estado de S. Paulo”**, rastreando as condições históricas de surgimento do veículo midiático em questão; **Em análise**, na qual consta como subtítulo o caderno, seu tipo, página e a data precisa da publicação do texto sob exame e propriamente a análise; e **Considerações finais** cuja síntese avaliativa do percurso interpretativo é descrita.

## 1. EM CONSIDERAÇÃO: "O ESTADO DE S. PAULO"

Este é um dos jornais mais antigos do país. Sua fundação data de 4 de janeiro de 1875, quando o regime de governo no Brasil ainda era monarquista. Até 1889, circulava sob o nome "A Província de S. Paulo" e no ano seguinte passa a ser "O Estado de S. Paulo". De acordo com os registros do próprio periódico, o jornal foi idealizado por 16 pessoas reunidas por Manoel Ferraz de Campos Salles e Américo Brasiliense, concretizando uma proposta de criação de um diário republicano surgida durante a realização da Convenção Republicana de Itu, SP, com o propósito de combater a monarquia e a escravidão<sup>3</sup>.

É digno de nota o entroncamento da história de "O Estado de S. Paulo" com a história do Brasil. A participação ativa e engajada pôde ser observada em 1930, quando o jornal apoiou a "Aliança Liberal" e a candidatura de Getúlio Vargas à presidência – dois anos após as eleições, os atuais proprietários da corporação, Júlio de Mesquita Filho e Francisco Mesquita, são presos pelo governo Vargas aparentemente por envolvimento com a Revolução Constitucionalista de 32 –, em oposição a Júlio Prestes. Também sofreu sanções no regime ditatorial militar, porém, superou essas adversidades e em 1966 fundou um suplemento de notícias, o "Jornal da Tarde"<sup>4</sup>.

Em vista do que foi dito, seria possível acreditar que o diário em questão tem uma orientação progressista. Entretanto, os últimos acontecimentos políticos, entre eles, a deposição pseudolegal da presidenta Dilma Rousseff, a devastação do Partido dos Trabalhadores e a "caça" ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, foram tomados e noticiados pelo jornal de tal maneira que demonstram, com clareza, seu posicionamento ideológico. Se, de fato, "O Estado de S. Paulo" foi, em algum tempo, um vanguardista defensor de reformas, hoje seria mais difícil de percebê-lo como tal. As análises realizadas mais adiante devem contribuir para uma percepção mais sólida dos discursos agregados à formação ideológica do jornal. Nada mais instrutivo do que conhecer por dentro um dos meios de produção e de difusão de informações mais antigos do país.

De maneira geral, o periódico, tanto virtual quanto impresso, é composto por um conjunto de cadernos que são: Aliás, Caderno 2, Casa, Classificados, Divirta-se, Economia & Negócios, Edição de Esportes, Empregos e Carreiras, Esportes, Imóveis, Internacional, Jornal do Carro, Jornal do Carro Classificados, Metrôpole, Oportunidades, Paladar, Política e Viagem. Através de um mecanismo avançado de busca, encontramos a ocorrência de dizeres sobre a voz no Caderno 2, cuja cobertura atende ao entretenimento, ao comportamento digital e à literatura. Os títulos das matérias são: **O QUINTO BEATLE** (2011), **Arícia, de negra e de índia** (2011), e **ESMERO VOCAL** (2012).

---

<sup>3</sup> <http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti1.htm>.

<sup>4</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Jornal\\_da\\_Tarde\\_\(S%C3%A3o\\_Paulo\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Jornal_da_Tarde_(S%C3%A3o_Paulo)).

Os textos de cujos títulos acima foram mencionados, receberam os mesmos tipos de tratamentos operacionalizados em Soares (2018, 2019, 2020a), isto é, cada um dos componentes do corpus deste artigo mantém suas principais características de forma e de conteúdo, recebendo o negrito nas menções explícitas ao item lexical voz. Portanto, o leitor pode conferir os trechos fundamentais de onde quaisquer elementos sintagmáticos possam ter sido extraídos, sem prejuízos para a compreensão da leitura. Como instrumentalização das análises, também foi utilizado o recurso itálico para destacar alguns trechos do corpus com o intuito de facilitar a identificação desses e a retomada da ideia do enunciador. O objetivo com este expediente é a rigorosa preservação dos contextos enunciativos das notícias, de modo que os dados de quem, de quando, de onde, de como e os eventuais porquês foram conservados. Feitos esses esclarecimentos, ingressamos efetivamente às análises sobre os dizeres acerca da voz no interior do discurso do sucesso midiático diagnosticado no jornal "O Estado de S. Paulo".

### 1.1 Em análise: caderno 2, D9, p. 95, 15/10/2011

#### O QUINTO BEATLE<sup>5</sup>

Cauby Peixoto se reencontra com o rock ao dar aos Beatles o **vozeirão** que eles nunca tiveram

É de repente que Paul McCartney baixa em Cauby Peixoto. Quando fala sobre conservar os graves de sua **voz** em noites de sono bem dormidas, seu queixo treme, suas mãos gesticulam e ele olha a quem está por perto com pupilas saltadas, como se aquele camarim do Bar Brahma fosse seu palco. A música vem sem idioma definido, mas com melodia certa. "De looonginuaidiingrooooud... Roooud... Ouviu? Roooud... Essa é a **voz** aguda. Agora veja: De looonginuaidingrooooad, essa é a **voz** grave. Gosto mais dos graves, eles têm mais nuances." Cauby canta *The Longand Winding Road*, dos meninos de uma banda inglesa que ele descobriu há poucos meses. Espertos, esses Beatles não só parecem ter clonado seu figurino para posarem na capa do LP *Sgt Peppers*, de 1967, como criaram músicas para seu **vozeirão**. "Só ouvi o que eles gravaram agora. Quando estouraram, eu só curtia Frank Sinatra."

(...)

Ao final, a conversa com Cauby ganha ritmo de iê-iê-iê: Esse sucesso ainda pode passar? "Se eu deixar, se eu descansar, se eu não cantar bem..." O palco é o que para você? "O tipo de amor perfeito. Eu recebo aplauso e dou minha música." Com quem gravaria um disco de duetos? "Com o Tony Bennet. Só ele tem a extensão de **voz** que eu tenho nos agudos e nos graves." Quando foi que descobriu sua **voz**? "No colégio minha professora mandava eu cantar mais baixo, não gostava da minha **voz**."

<sup>5</sup> Caderno 2, D9, p. 95, 15/10/2011.

O *quinto Beatle*, veiculada no caderno de cultura e entretenimento, é uma notícia emblemática no tocante ao alto número de menções feitas a voz, oito vezes. Só é repetida tantas vezes por se tratar do próprio foco do texto. O título se justifica ao longo da matéria na qual a voz é o objeto mediador entre um cantor brasileiro e um grupo britânico. O *quinto Beatle* diz da inclusão de Cauby Peixoto no quarteto que, segundo o texto, seria o *vozeirão que nunca tiveram*. Teria a voz a capacidade de elevar um cantor ao sucesso obtido por um dos mais famosos grupos musicais? Voz grande e potente não era a causa do sucesso dos Beatles, já que a notícia afirma a falta de um *vozeirão* atribuído a Cauby Peixoto. Que vozes tinham os Beatles que lhe renderam o sucesso do qual tantos outros almejam. Aqui os dizeres sobre a voz orbitam sobre o *vozeirão* e fazem remissão a vozes que não atingiram esse patamar, mas chegaram ao sucesso.

Diante dessa observação, o discurso da força e da potência de qualidades, como pertencentes ao eixo do paradigma meritocrático presente no interdiscurso, é um ancoradouro de dizeres acerca de um *vozeirão* que não obteve o estrelato mundial e que aparentemente se ressentiu desse fato. Na esteira desse discurso, os cantores que demonstram maior potencial artístico e performático devem estar no topo da carreira. Contudo, há no funcionamento interno da lógica da meritocracia um deslize onde atua o discurso da pobreza subserviente do Brasil aos países estrangeiros, produtor do conhecido complexo de vira-latas. Cauby Peixoto pertenceu, na história da música brasileira, aos grandes e notáveis construídos pela junção da mídia e por sua voz que compôs, principalmente nas décadas de 1970 e 1980, um padrão de estilo musical. Portanto, a comparação da voz do cantor brasileiro à voz dos integrantes dos Beatles é um tipo de desconstrução discursiva da história material a qual essas vozes estão vinculadas, de modo a reforçar o viralatismo brasileiro que, ao reconhecer o seu melhor, o faz para "enfrentar" os ditos maiores (norte americanos e europeus).

Os dominados tentando, pela dominação superar os dominantes, circunscreve uma das faces ideológicas expressa no discurso. Isso se dá na construção do cenário enunciativo posto em marcha no discurso. O *vozeirão* é um caminho que tem seus efeitos pré-construídos no sucesso de Cauby Peixoto, mesmo que o *quinto Beatles* só exista como uma ficção. Os dizeres sobre essa voz perfazem uma trilha. *Quando o cantor fala sobre conservar os graves de sua voz em noites de sono bem dormidas, seu queixo treme, suas mãos gesticulam e ele olha a quem está por perto com pupilas saltadas, como se aquele camarim do Bar Brahma fosse seu palco de show. Se esse período for reformulado a partir da permuta de graves de sua voz em traços de seu sucesso poderemos, guardadas as devidas diferenças, afirmar que Cauby Peixoto quando diz de sua voz, seu instrumento de trabalho, está dizendo de seu sucesso, ou seja, sua voz é índice pré-construído de seu sucesso midiático. Desse modo, o artista prescreve uma receita da qual faz uso para manter um dos traços notórios do seu sucesso, os graves de sua voz.*

*"De looonginuaiddiingroouud... Roouud... Ouvia? Roouud... Essa é a voz aguda. Agora veja: De looonginuaiddiingroouoad, essa é a voz grave, é uma tentativa de descrição da diferenciação*



entre a voz aguda e a voz grave que não é senão a demonstração do conhecimento da própria plasticidade vocal do cantor. Portanto, além de comentar a fórmula dos *graves de sua voz*, o cantor também discorre sobre os nuances das tonalidades de sua voz no jogo musical, de maneira a exprimir sua *expertise* na *projeção vocal*<sup>6</sup>. Entretanto, os recortes das falas do artista constituem uma estratégia narrativo-argumentativa de construção discursiva de suas qualidades (FERREIRA, 2010) retomadas. A narratividade da matéria conduz o leitor a um sujeito midiático cujas características poderiam integrá-lo aos Beatles ou ainda superá-los, porque esses não tinham seu *vozeirão*, como *parecem ter clonado seu figurino para posarem na capa do LP Sgt Peppers, de 1967*.

Desse ponto de vista, Cauby Peixoto é descrito com características positivas que lhe corroboram o sucesso midiático de que desfruta e lhe exigem mais espaço das câmeras, dos holofotes e dos microfones etc. Porém, no trecho em que uma explícita entrevista com o artista é feita, dá-se a fabricação do herói que, rejeitado por causa de seus dotes, atinge, através desses, um lugar de destaque em sua carreira profissional. Então, o mérito do cantor é reconhecido na articulação entre resposta e pergunta: *Esse sucesso ainda pode passar? “Se eu deixar, se eu descansar, se eu não cantar bem...”*. Ora, aqui se pode notar a ilusão de que o sujeito pré-construído tem de seu próprio sucesso; ele é a origem da qual emana seu dom propiciador de suas condições de sucesso, entretanto, é a mídia que o seleciona, a partir de critérios identificáveis, por meio da formação discursiva meritocrática, nos dizeres sobre sua voz, para compor seu rol de agentes. Cauby Peixoto, como não poderia deixar de ser, retoma o arquétipo do herói em sua resposta à questão *Quando foi que descobriu sua voz?*

*“No colégio minha professora mandava eu cantar mais baixo, não gostava da minha voz”,* e como isso é possível, já que, feitas as devidas ressalvas, o *vozeirão* era a projeção vocal de Cauby Peixoto? E aqui a ordem da língua parece enredar a ordem do discurso, pois como não gostar de uma voz de força e de potência fora do comum – a sufixação do aumentativo sintético *ão* refere-se ao maior, não raras vezes ao melhor – que, *per si*, já é um diferencial capaz de levar seu proprietário a ganhar destaque entre aqueles que não a detém. Os efeitos de sentido se desdobram no interdiscurso e resvalam no discurso da força e da potência e, conseqüentemente, o sucesso do *vozeirão* é atravessado pela singularidade que, tal como textualizada, é um dom do artista. Portanto, de acordo com a formação discursiva meritocrática, ao herói são destinadas provações que lhe farão despertar seu dom para, assim, alcançar seus objetivos. Entre esses, figura o sucesso; para os heróis das câmeras e dos microfones, o sucesso da mídia.

---

<sup>6</sup> Expressão de criação de Le Huche e empregada por Guy Cornut (*La voix*, 2004, p. 55).

## 1.2 Em análise: Caderno 2, D6, p. 90, 19/02/2011

### Arícia, de negra e de índia<sup>7</sup>

Arícia tem uma **voz** peculiar – potente, afinada, pungente e cativante – que se destaca entre tantas genéricas que infestam a “nova MPB”. É criteriosa na escolha do que canta (um dos achados do CD é *Preto Velho*, do baiano Marcus Cabeção), e tem o dom raro das grandes intérpretes de fazer dela canções alheias.

A propósito, em certos momentos, Arícia lembra a gloriosa Gal Costa dos tempos de *Clariô* e escolheu a dedo canções que não só caem bem na sua **voz**, mas no contexto do disco em que homenageia as índias e as negras.

À matéria acima, podemos inicialmente perguntar: quem é *Arícia*? Da falta de resposta consistente, surge a fama como pré-construído do sucesso (SOARES, 2017). Arícia é uma personalidade com visibilidade midiática. O título somente se justifica ao final do recorte, demonstrando, assim, sua menor orientação da leitura do texto. De Arícia se diz da voz, portanto, essa, diferentemente do pré-construído fama, não está assentada em já-ditos e necessariamente requer sua edificação textual-discursiva. Nesse direcionamento, *Arícia tem uma voz peculiar* possui sentido sem criar figuras de linguagem ou desentendimentos, porque está na ordem do discurso do sucesso. Em caso contrário, existiria um pré-construído no enunciado: *Arícia tem uma voz peculiar*, assim como todo mundo. A peculiaridade da voz não é um traço exclusivo de Arícia, mas, isto sim, de seu sucesso.

A *voz peculiar* é descrita como: *potente, afinada, pungente e cativante*. Os qualificativos dados à *voz peculiar* foram isolados por travessão, o que, de certa maneira, lhes realçam, criando o efeito discursivo de destaque. Não sem razão tal *voz peculiar se destaca entre tantas genéricas que infestam a “nova MPB”*. De acordo com a matéria, a *voz peculiar* de Arícia *se destaca entre tantas vozes genéricas por* ser potente, afinada, pungente e cativante, pois, *entre as vozes genéricas* estão vozes não potentes, não afinadas, não pungentes e não cativantes. Em outras palavras, parece ser possível que vozes sem peculiaridade sejam elevadas ao sucesso. Diante disso, pode-se, então, dizer que existe uma contradição ou luta de vozes no interior dos espaços discursivos do sucesso midiático.

Os discursos, postos em marcha a partir de determinadas condições, repercutem as formações ideológicas e discursivas que lhe caracterizam. O meio musical e, conseqüentemente, as vozes que lhes integram recebem das formações sociais que representam características, muitas vezes, apagadas pelo homogeneizante discurso do sucesso midiático.

As sociedades existem na medida em que possam fazer música, ou seja, travar um acordo mínimo sobre a constituição de uma ordem entre as violências que as dividem a partir do seu interior. Assim, a música se oferece tradicionalmente como

---

<sup>7</sup> Caderno 2, D6, p. 90, 19/02/2011.

o mais intenso modelo utópico da sociedade harmonizada e/ou, ao mesmo tempo, a mais bem acabada representação ideológica (simulação interessada) de que ela não tem conflitos (WISNIK, 2001, p. 34).

As diferenças sociais reverberam nas músicas que, por sua vez, encontraram vozes peculiares para lhes representarem. Razão pela qual se justifica a existência de tantos estilos musicais que atraem públicos variados. Portanto, pode-se afirmar que não existe um corpo social unificado por uma voz ou um tipo vocal, por mais que isso seja um dos efeitos de sentido alardeado a respeito *de uma voz peculiar – potente, afinada, pungente e cativante – que se destaca entre tantas genéricas que infestam a “nova MPB”*. "O melhor não representa a todos", até porque tal melhor é uma fabricação histórica com seu lastro discursivo sempre acionado quando conveniente.

Pour ce qui nous concerne, en revanche, ce "fantasme" est un constat clinique, ce qui'on pourrait appeler un symptôme du social aux prises avec la problématique identitaire. Et lorsque dans ce contexte, nous parlons de la voix que le groupe tend à se définir, il ne s'agit pas d'une analogie mais bel et bien d'une manifestation vocale caractérisée comme telle (POIZAT, 2001, p. 97)<sup>8</sup>.

Os grupos musicais por meio de suas composições, em boa medida, representam uma parcela da sociedade e a voz tem papel relevante nesse processo representacional que, por sua vez, tem uma contrapartida na identificação do público. É provável que *uma voz peculiar, potente, afinada, pungente e cativante que se destaca entre tantas genéricas que infestam a “nova MPB”* consiga envolver mais de um segmento social. Ao contrário, uma voz menos potente, menos afinada, menos pungente e menos cativante talvez consiga seduzir uma expressiva camada da sociedade (SOARES, 2018, 2019, 2020a). Dessa perspectiva, os dizeres sobre a voz partem de formações discursivas relativamente consolidadas, como é o caso da formação discursiva meritocrática, sobre a égide do melhor, voltadas a interlocutores cuja afinidade e identificação sejam naturais a essas vozes.

"L'identification est connue de la psychanalyse comme expression première d'un lien affectif à une autre personne. C'est la forme la plus précoce et la plus originaire du lien affectif" (FREUD *apud* POIZAT, 2001, p. 104)<sup>9</sup>. Ora, a constituição de uma formação discursiva pode articular traços inconscientes, como a identificação a suas produções textuais, de maneira a ser mais potente e, ao mesmo tempo, mais convincente em relação a outras cuja articulação não segue essa estratégia. Com isso, chegamos a um ponto nodal para o qual a *voz peculiar* de Arícia *se destaca entre tantas vozes genéricas por* ser destinada a um público destacado. "A cantora não canta para a grande massa", antes, dados os seus dotes vocais, canta para os que lhe conseguem observar *o dom raro das grandes intérpretes de fazer dela canções alheias*.

<sup>8</sup> Em tradução livre: "Por isso nos concerne que, por outro lado, essa "fantasia" é uma constatação clínica, que poderíamos chamar de um sintoma do social com a problemática identitária. E quando neste contexto, falamos da voz que o grupo tende a se definir, não é uma analogia, mas sim uma manifestação vocal caracterizada como tal".

<sup>9</sup> Em tradução livre: "A identificação é conhecida pela psicanálise como primeira expressão de uma ligação emocional a outra pessoa. Esta é a forma mais precoce e mais original de laço emocional".

Arícia canta para todos, mas não é a todos que *lembra a gloriosa Gal Costa dos tempos de Clariô*. Descrição cujo conteúdo é uma comparação entre artistas musicais, porém, que sobreleva o sucesso Arícia, *que tem uma voz peculiar – potente, afinada, pungente e cativante – que se destaca entre tantas genéricas que infestam a “nova MPB”*. Portanto, uma comparação cujo efeito de ratificação transferencial do sucesso de Gal Costa à Arícia desloca mais do que sentidos dados e aparentes, porquanto ratifica, por meio do intradiscursos, a instrumentalização da formação discursiva meritocrática.

Nessa mesma esteira, dada ratificação também se reforça pelo processamento metafórico que entrecruza regiões de sentidos, ou melhor, campos de sentidos distintos numa interação diametralmente oposta (SOARES, 2021b,) entre o sucesso vs. fracasso, entre o singular vs. genérico, a saber, os campos semânticos da música e da saúde. Ora, *a voz peculiar* e com tantos outros caracterizadores restritivos da boa voz, *potente, afinada, pungente e cativante* faz frente às vozes *genéricas* pela estratificação dos sentidos engendrados no verbo “infectar”. Este traz, na relação intrínseca entre voz e saúde, a projeção histórica da “infestação musical”, da má qualidade das outras vozes “como infecções generalizadas, ou melhor, *genéricas*, como pragas *que infectam*, “se alastram” e tomam conta “do corpo” da “*nova MPB*”.

Por essa razão, corroboramos a ideia de que não é ingênua, nem aleatória a relação entre o destaque da *voz peculiar* em detrimento *das genéricas*. Estas colocam, em um desdobramento parafrástico, “a saúde dos consumidores da *nova MPB* em risco”, diferentemente daquela que se destaca das demais. De outro modo, uma voz que não só adentra o rol do sucesso, mas também representa aquelas que são silenciadas em sociedade. De fato, essas projeções marcam o funcionamento do discurso da voz de sucesso como um mecanismo interdiscursivo de manutenção da fama, de segregador entre aquilo que é *peculiar* e aquilo que é comum; entre *a voz que é pungente e cativante* e as que historicamente *infectam* um domínio musical reconstituído, a “*nova MPB*”.

Desse modo, o interdiscurso passa a agir de acordo com as circunstâncias materiais segundo as quais uma matéria como essa é publicada. Além dos traços e da performance vocal capazes de destacar Gal Costa no âmbito da MPB, a peculiaridade do engajamento dessa também é transferida para a figura midiática de Arícia. Não é sem razão que o título *Arícia, de negra e de índia* é uma homenagem *as índias e as negras*. *Uma voz peculiar, potente, afinada, pungente e cativante* se destinando a pagar tributo às lutas dos invisíveis em um quadro social onde *as índias e as negras* quase não têm voz.

### 1.3 Em análise: caderno 2, D3, p. 46, 22/06/2012

#### ESMERO VOCAL<sup>10</sup>

Kelly Clarkson chega para mostrar seu gogó dourado

O programa American Idol e suas cópias espelham a formação estética da diva contemporânea nos últimos dez anos. Em vários aspectos, isso se resume à perfeição esperada de uma cantora pop. Uma **voz** de talento equivale a uma **voz** perfeita. A afinação milimétrica satisfaz ouvidos acostumados com o som de softwares. Os agudos impressionam a plateia. Os melismas grandiloquentes extrapolam a tradição soul para deixar claro que aquela **voz** tem “alma”. Uma das primeiras gargantas a surgir nos primórdios dessa época – e a navegar estes padrões estilísticos com categoria – foi a de Kelly Clarkson, que se apresenta amanhã, na Arena Anhembi, durante o Pop Music Festival 2012.

Situada no caderno 2, *Esmero vocal* é uma matéria que tem a voz de uma cantora como o assunto principal. Cabe ressaltar que o título foi escrito em caixa alta, o que, entre outras coisas, destina maior ênfase aos efeitos de sentido por ele orientados. *Esmero vocal* não é qualquer meticulosidade no trato com a voz, é mais: **ESMERO VOCAL**. Dentro do registro escrito da língua existem estratégias para evidenciar certos elementos, um deles é a caixa alta ou a letra maiúscula, isto é, a criação de índice de pré-construção discursiva, já que o relevo destacado não é apenas o linguístico, mas também o social. Assim, o realce se dá na relação dessa notícia com as outras desse caderno no mesmo período em que foi publicada. Além disso, esse procedimento textual parece também apontar para uma característica do sucesso da artista Kelly Clarkson. Em um desdobramento parafrástico o *ESMERO VOCAL* equivale a *Kelly Clarkson chega para mostrar seu gogó dourado*, sendo mais específico, *ESMERO VOCAL* equipara-se a *gogó dourado*. Compreendendo o jogo de equivalências sob a égide do discurso do mérito *gogó dourado* traduz o talento nato. Na mesma visada discursiva, *esmero vocal*, então, representa a competência adquirida pelo trabalho sobre a voz.

O *gogó dourado*, em vários aspectos, se resume à *perfeição esperada de uma cantora*. Portanto, *esmero vocal* pode ser encontrado no eixo das formulações do texto, de tal modo a constituir uma particularidade intradiscursiva correlativa ao interdiscursivo. Em vista disso, *uma voz de talento equivale a uma voz perfeita*, refere-se à voz do sucesso ou ao sucesso da voz? *Uma voz perfeita que equivale a uma voz de talento* tem *gogó dourado* por conta do *esmero vocal*. Já é possível distinguir o discurso segundo o qual o *esmero vocal* é a justificativa do sucesso de Kelly Clarkson, o discurso meritocrático cuja principal tradução, até o presente, dá-se na formação discursiva meritocrática. De acordo com essa, o topo dos segmentos sociais é atingido pelos mais bem qualificados, pelos que se aperfeiçoaram, pelos que se esmeraram etc. O discurso meritocrático pretende-se democrático, imparcial, justo, porém, não reconhece as abissais

<sup>10</sup> Caderno 2, D3, p. 46, 22/06/2012.

desigualdades participantes do seio social. Todavia, a mídia sabe lhe dar os tons mais agradáveis quando constrói ou desconstrói personalidades.

*Uma voz de talento equivale a uma voz perfeita* recobra, no fio do discurso, as ilusões metafísicas da perfeição, sempre utilizada para criticar a materialidade do mundo. É no talento, encastelado na torre dos contrastes sociais, que a perfeição traz algo de seu brilho, aqui se voltando à voz. Resta aos desfavorecidos ouvirem e se deleitarem com as vozes de talento. Trata-se da exaltação das qualidades do sujeito. O favorecimento do discurso individualista na atual sociedade capitalista é uma das prerrogativas da formação discursiva meritocrática.

O individualismo corresponde inicialmente a um fato histórico – a livre concorrência, da época em que se formava a sociedade capitalista – e, a seguir, a uma ideologia mistificadora. A burguesia utiliza seu individualismo natural para dispersar, em uma polvadeira de indivíduos e de consciências separadas, as outras classes, especialmente a classe que mais a ameaça: o proletariado (LEFEBVRE, 2017, p. 60).

O talento não é democrático, é uma demagogia individualista. Uma grande parcela da população brasileira tem voz, mas são poucos que com *esmero vocal* chegam ao *gogó dourado* na mídia. *A afinação milimétrica satisfaz ouvidos acostumados com o som de softwares*, porquanto Kelly Clarkson cumpre seu papel de cantora "modelo" no tocante a sua voz. *Os agudos impressionam a plateia* pode ser lido sob o signo do *esmero vocal*; não se trata apenas de um traço de uma voz em suas variações agudas, mas de um impacto no público, que é termômetro do sucesso vocal da artista. Na esteira dos atributos vocais estão *os melismas grandiloquentes*, ornamentos utilizados para estender as sílabas em uma palavra em um determinado trecho musical. Cabe ressaltar que a noção de *melisma*, advinda do estudo do canto, até então não fora empregada em textos coletados anteriormente, de maneira, então, a conceder maior especificidade à descrição do *esmero vocal* da cantora.

A apresentação de uma técnica, o uso de melismas, tem seu efeito de especialidade potencializado pelo determinante *grandiloquente*. Esse diz sem localizar o dizer no território do audível sobre a voz, sendo, portanto, mais do que um penduricalho de qualificação positiva, pois deixa em aberto as significações de melismas. "A voz, efeito de trabalho de enunciação, se encarrega de indicar na região discursiva em que opera não a confirmação do que as palavras dizem, mas um ponto de difração, de seccionamento de modos de significar" (SOUZA, 2009, p. 57). Uma voz distinta, uma voz que *tem alma*, isto é, um *esmero de voz*. O que mais dizer de uma voz tão qualificada; há ainda o emprego que lhe faz a propaganda.

Toda a construção das características da voz de Kelly Clarkson deságua na publicidade do Pop Music Festival 2012 de que ela participa. Os dizeres sobre a voz ao mesmo tempo em que, no interior do discurso do sucesso midiático, fazem separações entre as vozes comuns e as vozes do sucesso, permitem uma circulação ampla de sentidos. Conseqüentemente a voz passa, como vimos, a um artefato de venda e, para tanto, carece de atributos cada vez mais instigantes para

chamar a atenção do público. Portanto, a voz, um signo do encantamento, é utilizada para atrair ouvintes, tal como uma isca que, quanto melhor, mais rápido fisga seu alvo. Por esse ângulo, os dizeres da voz demonstram mais do que virtudes e vícios chanceladas pela formação discursiva meritocrática, apresentam como o sucesso é delineado a partir da matéria fônica e sua performance, porquanto "quanto maior é a altura, maior é a escada".

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise empreendida nas matérias encontradas em “O Estado de S. Paulo: **O QUINTO BEATLE** (2011), **Arícia, de negra e de Índia** (2011), e **ESMERO VOCAL** (2012) foi possível perceber, entre outras coisas, a densidade da construção do sucesso midiático engendrada nas marcas expressas pela textualidade dada às vozes. Desse modo, cumprimos com o objetivo aqui proposto, isto é, depreender os sentidos e seus efeitos na composição do sucesso vocal nos enunciados referidos. Ao mesmo tempo, é importante mencionarmos o fato de que o sucesso das vozes midiáticas pertence ao campo musical, testemunhando algo que intuímos e que Dias confirma ao apontar que

O estudo da música-mercadoria pode evidenciar um produto cultural de características muito especiais. Sua capacidade de sensibilizar as pessoas pode levar a reações do mais largo espectro: da angústia ao divertimento, do questionamento à passividade, da liberdade à clausura (DIAS, 2008, p. 35).

De acordo com Dias (2008), a música possui permeabilidade em toda a sociedade porque desperta todo o tipo de sentimento, ao passo que a voz parece receber mais comentários textualizados, sobretudo na mídia, como vimos, quando está inserida no interior do mercado musical. Nesse sentido, é realmente significativo o fato de que as condições nas quais todas as menções à voz estarem dentro de marcadores de tempo compreendidos entre 2011 e 2012 em um mesmo jornal, pois, por mais que se ouça e se fale de voz em muitos lugares (SOARES, 2018), veículos de informação responsáveis por transmitir os marcadores de sucesso são os principais meios de circulação de sentidos agentes da fabricação desse tipo de ícone de status social. Portanto, é possível dizer, *mutatis mutandis*, que “A raridade com a qual os dizeres sobre a voz são encontrados na revista, sobretudo no tocante às celebridades do mundo do canto, pode sinalizar para a naturalização meritocrática do sucesso nesse âmbito” (SOARES, 2020a, p. 14).

Feitos esses esclarecimentos acerca das condições de emergência do tecido no qual a voz de sucesso vem à tona, uma síntese dos sentidos depreendidos sobre os efeitos existentes na composição do sucesso vocal nas matérias analisadas é capaz de alinhar as eventuais imprecisões cometidas no processo analítico e, sobretudo, dar maior verticalidade para estas considerações. Diante dessa disposição, é possível asseverar que **O QUINTO BEATLE** exprime a voz brasileira de sucesso em relação às vozes inglesas de sucesso. O movimento discursivo

comparatista segue desde seu olvidado início trazendo a estrangeiridade como superioridade em detrimento da nacionalidade brasileira. Sobre a voz de Cauby Peixoto, *o vozeirão que os Beatles nunca tiveram*, pesa o encômio, porém, isso é para lhe dar o posto fictício de *quinto Beatle*. Com base nesse mecanismo de cotejo chegamos ao seu ancoradouro, o discurso meritocrático. A voz é parâmetro de sucesso no meio musical, portanto, o topo somente "deveria" ser atingido por quem tem em sua voz as características mais elevadas: ter *vozeirão*, *conservar graves*, produzir *agudos* e etc. Dito em outros termos, a performance vocal do cantor para receber o título imaginário de *o quinto Beatle* deve estar entre as melhores da concorrência midiática do sucesso. Apenas a melhor das vozes nacionais "poderia" integrar o grupo musical.

O que é feito das outras vozes? **Arícia, de negra e de índia** não é o *vozeirão*, mas *tem uma voz peculiar – potente, afinada, pungente e cativante* – que lhe permite figurar entre as personalidades prestigiadas com o sucesso midiático. Contudo, na matéria acerca da voz de Arícia é possível notar, a partir do rastreamento de seus componentes discursivos, o atendimento às minorias em sua voz. Seus inúmeros atributos vocais textualizados abrem o interdiscurso à questão: por que uma *voz peculiar, potente, afinada, pungente e cativante* para justificar uma homenagem às índias e às negras? Para reverenciar aqueles sem "voz" é preciso ter na voz uma série de predicados e ainda trazer à memória do ouvinte a famosa Gal Costa. Ora, para além da propaganda, detectamos aí o discurso meritocrático gerando seus efeitos. De modo relativamente próximo, o mérito é o porto do sucesso midiático dos dizeres sobre a voz de Kelly Clarkson.

**ESMERO VOCAL** traz o gogó dourado de Kelly Clarkson em uma tácita promoção do programa *American Idol*. A formação ideológica na qual se enquadra a textualização a respeito da voz da cantora é predominantemente meritocrática, delineando o sucesso ao talento *equivalente a uma voz perfeita*. O esmero não é apenas um cuidado é uma manutenção de status, portanto, no que se refere à voz, o sucesso é uma seleção de talentos naturais. Assim, é criada uma estética da voz alinhada aos mesmos mecanismos de produção de sentido da beleza. Segundo uma dialética da contradição, a perfeição de uma voz implica na imperfeição de outras tantas vozes, por conseguinte, sua própria condição meritocrática de beleza individual advém da desarmonia das vozes comuns. Portanto, sucesso, voz e mídia configuram, como foi possível perceber por meio da análise empreendida, um tecido discursivamente meritocrático cujo principal efeito parece ser a criação e a circulação de uma estética da voz.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: ADORNO, T. W. *Textos escolhidos*. Trad. Luiz João Baraúna e João Marcos Coelho. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1999.

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.



- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. 2. ed. Trad. Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2015.
- GUY, C. *La voix*. 7. ed. Paris, Fr: Presses Universitaires de France, 2004.
- DIAS, M. T. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2008.
- FARGE, A. *Essai pour une histoire des voi: au dix-huitième siècle*. Paris: Bayard, 2009.
- FERREIRA, L. A. *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. São Paulo: Contexto, 2010.
- MARTINO, L. M. S. *Comunicação e identidade: quem você pensa que é*. São Paulo: Paulus, 2010.
- MININNI, G. *Psicologia cultural da mídia*. Trad. Mario Bresighello. São Paulo: A Girafa Editora: Edições SESC SP, 2008.
- ORLANDI, E. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.
- ORLANDI, E. *Discurso e leitura*. 8. ed. São Paulo, Cortez, 2008.
- ORLANDI, E. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 6. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.
- ORLANDI, E. *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.
- PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad. Eni Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2006.
- PÊCHEUX, M. Papel da Memória. In: ACHARD, P. et al. *Papel da Memória*. Trad. José Horta Nunes. 2ª ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.
- PÊCHEUX, M. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. Eni Puccinelli Orlandi et. al. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.
- PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (orgs.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Trad. Bethania S. Mariani et al. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.
- PÊCHEUX, M. Língua, linguagem, discurso. In: PIOVEZANI, C; SARGENTINI, V. (org.). *Legados de Michel Pêcheux inéditos em análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2011.
- PÊCHEUX, M. Foi "propaganda" mesmo que você disse? Trad. Eni Orlandi. In: ORLANDI, E. (org.). *Análise de Discurso: Michel Pêcheux*. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.
- POIZAT, M. *Vox populi, vox Dei: voix et pouvoir*. Paris: Métailié, 2001.
- SOARES, T. B. *Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo*. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2017.
- SOARES, T. B. *Vozes do sucesso: uma análise dos discursos sobre os vícios e virtudes da voz na mídia brasileira contemporânea*. 2018. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10489>. Acesso em 24 nov. 2022.
- SOARES, T. B. Sentidos da Voz: uma análise das unidades de discurso presentes no campo da oratória. *Humanidades & Inovação*, v. 6, p. 268-280, 2019.
- SOARES, T. B. Uma análise dos dizeres sobre a voz de sucesso midiático. *Cadernos de Estudos Linguísticos*, v. 62, p. 1-17, 2020a.
- SOARES, T. B. *Composição discursiva do sucesso: efeitos materiais no uso da língua*. Palmas, TO: EDUFT, 2020b.

SOARES, T. B. *Sentidos da voz: usos na oratória, na filosofia, na psicanálise e na mídia Iguatu*, CE: Quipá Editora, 2021a.

SOARES, T. B. O contraste no discurso do sucesso: a diametralidade discursiva do enunciado “oposto”. *Revista Porto das Letras*, v. 7, n. 1, p. 98-115, 2021b. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/11300>. Acesso em: 24 nov. 2022.

SOARES, T. B.; BOUCHER, D. F. A estética do sucesso vocal: discursos engendrados na construção de vozes de sucesso midiático. *Anuário de Literatura*, Florianópolis, v. 25, n. 2, p. 101-118, 2020.

SOUZA, P. *Michel Foucault: o trajeto da voz na ordem do discurso*. Campinas, SP: Editora RG, 2009.

VARGAS, M. V. *Verbo e práticas discursivas*. São Paulo: Contexto, 2011.

WISNIK, J. M. *O som e o sentido*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

## O AUTOR

### Thiago Barbosa Soares

Doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Professor adjunto no curso de Letras e no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Bolsista de produtividade do CNPq. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8919327601287308>. Email: [thiago.soares@mail.uft.edu.br](mailto:thiago.soares@mail.uft.edu.br)