

Notas Sobre Literatura Leitura e Linguagens 3

Angela Maria Gomes
(Organizadora)

 **Atena**
Editora

Ano 2019

Angela Maria Gomes
(Organizadora)

Notas sobre Literatura, Leitura e Linguagens 3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Karine de Lima

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

N899 Notas sobre literatura, leitura e linguagens 3 [recurso eletrônico] /
Organizadora Angela Maria Gomes. – Ponta Grossa (PR): Atena
Editora, 2019. – (Notas Sobre Literatura, Leitura e Linguagens;
v.3)

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-85-7247-071-1
DOI 10.22533/at.ed.711192501

1. Leitura – Estudo e ensino. 2. Literatura – Estudo e ensino.
3. Linguística. I. Gomes, Angela Maria.

CDD 372.4

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Notas sobre Literatura, Leitura e Linguagens vem oportunizar reflexões sobre as temáticas que envolvem os estudos linguísticos e literários, nas abordagens que se relacionam de forma interdisciplinar nessas três áreas, na forma de ensino e dos seus desdobramentos.

Abordando desde criações literárias, contos, gêneros jornalísticos, propagandas políticas, até fabulas populares, os artigos levantam questões múltiplas que se entrelaçam no âmbito da pesquisa: Desde o ensino de leitura, de literatura em interface com outras linguagens e culturas que fazem parte do contexto nacional, como a indígena, a amazonense, a dos afros descendentes até vaqueiros mineiros considerados narradores quase extintos que compartilham experiências e memórias do ofício, as quais são transcritas. Temas como sustentabilidade, abordagens sobre o gênero feminino e as formas de presença do homem no contexto da linguagem também estão presentes.

Os artigos que compõem este volume centram seus estudos não apenas no texto verbal e escrito, mas nas múltiplas linguagens e mídias que configuram a produção de sentidos na contemporaneidade. A evolução da construção de novas composições literárias com uso de imagens, vídeos, sons e cores foi aqui também tema de pesquisas, assim como o uso das novas tecnologias como prática pedagógica, incluindo Facebook – mídia/rede virtual visual – e o WhatsApp - aplicativo para a troca de mensagens -. Falando em novas práticas, o estudo do modelo de sala invertida - Flipped Classroom - que propõe a inversão completa do modelo de ensino, igualmente foi aqui apresentado e estudado como proposta de prover aulas menos expositivas, mais produtivas e participativas.

A literatura é um oceano de obras-primas. Diante desse manancial de possibilidades, a apreciação e análises comparativas de grandes nomes apresentados aqui, incluindo William Shakespeare, Guimarães Rosa, Machado de Assis, João Ubaldo Ribeiro, Carlos Drummond de Andrade, Rubens Fonseca, Dias Gomes, entre outros, traz uma grande contribuição para se observar cada componente que as constitui. Desse modo, fica mais acessível a compreensão, interpretação e assimilação dos sentimentos e valores de uma obra, fazendo um entrelaçamento da leitura, literatura e estudos da linguagem.

Assim, esta coletânea objetiva contribuir para a reflexão conjunta e a conexão entre pesquisadores das áreas de Letras - Linguística e Literatura - e de suas interfaces, projetando novos caminhos para o desenvolvimento socioeducacional e científico.

Angela Maria Gomes

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
O EDUCAR PARA A VIDA: PONTOS DE DESENCONTROS ENTRE A EDUCAÇÃO E A VIDA EM DALCÍDIO	
Idalina Ferreira Caldas José Valdinei Albuquerque Miranda	
DOI 10.22533/at.ed.7111925011	
CAPÍTULO 2	8
O ESPAÇO URBANO ENTRE MAZELAS, CONTRASTES SOCIAIS E VIOLÊNCIA EM FELIZ ANO NOVO E O OUTRO, DE RUBEM FONSECA	
Thalita de Sousa Lucena Silvana Maria Pantoja dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.7111925012	
CAPÍTULO 3	18
O ETHOS DAS CRÔNICAS DE MARTHA MEDEIROS E LYA LUFT SOB A ÓTICA DA ANÁLISE DO DISCURSO EM MAINGUENEAU	
Giovanna de Araújo Leite	
DOI 10.22533/at.ed.7111925013	
CAPÍTULO 4	26
O GÊNERO MEMÓRIAS COMO OBJETO DE ENSINO NO AMBIENTE DIGITAL	
Karla Simões de Andrade Lima Bertotti Sandra Maria de Lima Alves José Herbertt Neves Florencio	
DOI 10.22533/at.ed.7111925014	
CAPÍTULO 5	37
O JORNAL ESCOLAR COMO LUGAR DE PRÁTICAS DISCURSIVAS E SOCIAIS: UMA ANÁLISE CRÍTICA SOBRE O GÊNERO EDITORIAL	
Magda Wacemberg Pereira Lima Carvalho Elisabeth Cavalcanti Coelho	
DOI 10.22533/at.ed.7111925015	
CAPÍTULO 6	47
O LETRAMENTO LITERÁRIO E A INTERDISCIPLINARIDADE NO USO DO GÊNERO POEMA	
Gildma Ferreira Galvão Duarte	
DOI 10.22533/at.ed.7111925016	
CAPÍTULO 7	58
O <i>PAGADOR DE PROMESSAS</i> E “O DIA EM QUE EXPLODIU MABATA-BATA”: CONFIGURAÇÕES TRÁGICAS	
Erenil Oliveira Magalhães	
DOI 10.22533/at.ed.7111925017	

CAPÍTULO 8	70
O PAPEL TRANSFORMADOR DA LITERATURA INFANTIL NA EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE: REFLEXÕES A PARTIR DE “A HISTÓRIA DO JOÃO-DE-BARRO”	
Laís Gumier Schimith Priscila Paschoalino Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.7111925018	
CAPÍTULO 9	86
O TEXTO LITERÁRIO NUMA PROPOSTA DE SALA DE AULA TECNOLÓGICA INVERTIDA	
Antonia Maria Medeiros da Cruz Maria Ladjane dos Santos Pereira Silvânia Maria da Silva Amorim	
DOI 10.22533/at.ed.7111925019	
CAPÍTULO 10	93
OS GESTOS DIDÁTICOS NO ENSINO DE GÊNEROS DE TEXTO	
Ribamar Ferreira de Oliveira Gustavo Lima	
DOI 10.22533/at.ed.71119250110	
CAPÍTULO 11	108
PARA ALÉM DOS LIMITES DA SALA DE AULA: NOVAS PRÁTICAS DE LEITURA E ESCRITA ATRAVÉS DO USO DO WHATSAPP NO ENSINO-APRENDIZAGEM DE LÍNGUA INGLESA	
Jailine Mayara Sousa de Farias Barbara Cabral Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.71119250111	
CAPÍTULO 12	119
POR QUE SER UM CLÁSSICO? – NOTAS EM ABISMO SOBRE “SE UM VIAJANTE NUMA NOITE DE INVERNO”, DE ITALO CALVINO	
Patricia Gonçalves Tenório	
DOI 10.22533/at.ed.71119250112	
CAPÍTULO 13	129
POR UMA LINGUAGEM ÚNICA: A PICTOGRAFIA DE ANTONIN ARTAUD	
Jhony Adelio Skeika	
DOI 10.22533/at.ed.71119250113	
CAPÍTULO 14	146
PRÁTICAS DE LEITURA LITERÁRIA SOB A PERSPECTIVA INTERTEXTUAL COM ALUNOS DA ESCOLA BÁSICA	
Valeria Cristina de Abreu Vale Caetano	
DOI 10.22533/at.ed.71119250114	
CAPÍTULO 15	156
PRÁTICAS DE LEITURA NA AMAZÔNIA POR PERSONAGENS-LEITORES MARGINALIZADOS	
Regina Barbosa da Costa Marli Tereza Furtado	
DOI 10.22533/at.ed.71119250115	

CAPÍTULO 16	165
REPERTÓRIO DE VAQUEIRO: TRANSCRIÇÃO E NARRAÇÃO	
Joanna de Azambuja Picoli Maria de Fátima Rocha Medina	
DOI 10.22533/at.ed.71119250116	
CAPÍTULO 17	176
ROSAURA, A ENJEITADA (1883): EFÍGIE OU ESFINGE DE BERNARDO GUIMARÃES?	
Marcus Caetano Domingos	
DOI 10.22533/at.ed.71119250117	
CAPÍTULO 18	191
SUPRESSÃO DAS VOGAL /A/ INICIAL NO DIALETO MOCAJUBENSE	
Ana Cristina Braga Barros Many Taiane Silva Ferreira Maria Rosa Gonçalves Barreiros Murilo Lima de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.71119250118	
CAPÍTULO 19	199
UM OLHAR DISCURSIVO SOBRE A VOZ DE SUCESSO NA REVISTA CARTA CAPITAL	
Thiago Barbosa Soares	
DOI 10.22533/at.ed.71119250119	
CAPÍTULO 20	214
VOZES MÚLTIPLAS NA CANÇÃO DE ITAMAR ASSUMPÇÃO	
Bruno César Ribeiro Barbosa Susana Souto Silva	
DOI 10.22533/at.ed.71119250120	
CAPÍTULO 21	226
“SUBA EM DIAGONAL, PARA A DIREITA, EM UM ÂNGULO OBTUSO, UNS 4CM”: DESCOMPARTIMENTANDO SABERES E HABILIDADES DE LEITURA EM MATEMÁTICA E EM LÍNGUA PORTUGUESA	
Adriano de Souza Sônia Maria da Silva Junqueira	
DOI 10.22533/at.ed.71119250121	
CAPÍTULO 22	238
A ATUALIDADE DA CRÍTICA DE LIMA BARRETO AOS PODERES CONSTITUÍDOS NA REPÚBLICA VELHA	
Renato dos Santos Pinto	
DOI 10.22533/at.ed.71119250122	
CAPÍTULO 23	246
A PROSÓDIA DOS VOCATIVOS NO PORTUGUÊS DO LIBOLO EM FALA SEMIESPONTÂNEA	
Vinícius Gonçalves dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.71119250123	
SOBRE A ORGANIZADORA	258

UM OLHAR DISCURSIVO SOBRE A VOZ DE SUCESSO NA REVISTA CARTA CAPITAL

Thiago Barbosa Soares

Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Porto Nacional - TO

RESUMO: Este artigo analisa os discursos sobre a voz de sucesso na mídia, em especial ao se instaurar o sucesso através de práticas discursivas que se referem à construção discursiva da voz famosa. Vista a importância adquirida pelo discurso midiático do sucesso e sua pouca investigação, sobretudo do ponto de vista discursivo, observaremos sua materialidade em suas respectivas repercussões na dinâmica complexa entre texto, mídia e sociedade. Para tanto, afunilaremos nosso escopo voltando-nos para a relação sobre os dizeres das vozes famosas na conformação de sujeitos e de sentidos do sucesso na mídia, em específico, na revista Carta Capital. Posto isso, rastreamos alguns mecanismos discursivos de constituição dos sentidos na mídia, circunscrevendo-nos a duas matérias encontradas na revista Carta Capital nos anos de 2013 e de 2015.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do discurso; Discurso do sucesso midiático; Voz.

ABSTRACT: This article analyzes the discourses about the voice of success in the media, especially when instituting success through

discursive practices that refer to the discursive construction of the famous voice. Given the importance acquired by the media discourse of success and its little research, especially from the discursive point of view, we will observe its materiality in its respective repercussions in the complex dynamics between text, media and society. To do so, we will tap our scope by turning to the relation on the sayings of the famous voices in the conformation of subjects and of meanings of success in the media, in particular, in the magazine Carta Capital. Having said this, we have traced some discursive mechanisms of sense-making in the media, circumscribing us to two articles found in Carta Capital magazine in the years of 2013 and 2015.

KEYWORDS: Discourse analysis; Discourse of media success; Voice.

1 | INTRODUÇÃO

Neste texto, empreenderemos duas análises cujo objetivo é descrever e interpretar o funcionamento dos dizeres acerca das vozes do sucesso midiático. Para tanto, faremos amplo emprego do referencial teórico e metodológico da Análise do Discurso derivada dos pressupostos dos trabalhos de Michel Pêcheux e de seu grupo, entretanto, não nos

furtaremos, assim que se fizer necessário, a acionar textos e autores que possam iluminar nosso objeto de investigação. Observaremos, portanto, as regularidades e as diferenças marcadas no tecido discursivo que frequenta um texto inserido no universo de circulação virtual da revistas Carta Capital.

"Parece, entretanto, que, se a análise se quer exaustiva, buscando atingir, para designar-lhe um lugar na estrutura, o detalhe absoluto, a unidade insecável, a transição fugitiva, deve fatalmente encontrar notações que" (cf. BARTHES, 2004, p. 182) possam, sobretudo se reiteradas, proporcionar o avanço da pesquisa. Ora, é sabido das ciências da linguagem que, se a língua não é transparente, os sentidos circulantes também não podem ser.

No discurso é onde residem os sentidos atravessados pela história, se encontram as constrições de força e o embate ideológico. Sendo o texto a efetivação linguística da qual se valem os sujeitos em suas práticas discursivas. É também no discurso que estão as múltiplas interpretações margeadas pelo texto e, conseqüentemente, as leituras dessas. Se o texto é a unidade de sentido estruturada linguisticamente, o discurso é dispersão e cerceamentos dos sentidos socialmente (SOARES, 2018a, p. 83).

Nessa toada, encontram-se os dizeres sobre as vozes no espaço da mídia, um mecanismo altamente denso na reprodução dos discursos sociais (ANGENOT, 2015). Não existindo literalidade para a Análise do discurso, rastreamos, portanto, quais efeitos são fabricados e como são veiculados nas formulações nas quais consta a voz como um núcleo arregimentador do sucesso de certas personalidades midiáticas no campo musical. Em vista dessa proposta, deixaremos as próprias análises trazerem à luz os dispositivos de construção textual e de mobilização dos discursivos integrantes da constituição dos dizeres sobre as vozes do sucesso midiático.

2 | CARTA CAPITAL: UM PANORAMA

Carta Capital é uma revista brasileira de publicação semanal em formato impresso e diária em formato virtual. Foi fundada em 1994 pelo jornalista ítalo-brasileiro Mino Carta, como é conhecido Demétrio Carta. Mino, antes de fundar a Carta Capital, trabalhou na criação editorial de revistas que fizeram história na imprensa brasileira, como Quatro Rodas, o Jornal da Tarde, Veja, e Isto É.

Uma das principais marcas da revista é sua orientação progressista presente sobretudo nas matérias acerca de política. É, portanto, uma alternativa às revistas congêneres cujo posicionamento ideológico visa formar sujeitos pouco críticos, pois servem a interesses de grandes empresas sobre as quais pesam o interesse dos lucros. Suas seções são compostas por: Política, Economia, Internacional, Opinião, Diversidade, Cultura, Esporte, Humor. Os mesmos textos oferecidos na versão impressa também estão disponíveis no site da revista com ínfimas modificações.

No site da Carta Capital, há uma ferramenta de busca da qual fizemos uso para encontrar matérias cuja voz fosse comentada, de modo ser essa uma das razões integrantes às quais seu portador é noticiado. Os critérios que nós utilizamos, mais especificamente, foram: a voz estar manifestamente expressa e caracterizada textualmente e a personalidade da qual se diz ser uma celebridade midiática. Tais critérios acabaram por nos levar ao campo da música no qual as vozes recebem algum tipo de comentários e/ou de avaliações. Assim, vamos analisar as matérias que lá encontramos intituladas **Para ler Michael Jackson** (2013) e **Billie Holiday** (2015).

Essas foram recortadas com objetivo de manter o subtítulo e o parágrafo no qual a voz é mencionada e qualificada explicitamente. Os recortes feitos estão no início das análises para que, a partir de suas respectivas organizações, composições e discursividades, possam ser consultados e retomados quando necessário. Dito isso, a seguir passamos às análises a respeito do discurso sobre a voz no discurso do sucesso detectado na revista Carta Capital.

3 | RECORTE I

Para ler Michael Jackson (Publicado em 07/03/2013)

Biografia contestada do astro pop analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos

Segundo o jornalista Bill Wyman, na revista *The New Yorker*, Jackson realizou a aspiração de muitos artistas ao cruzar fronteiras de mercado. “Ele conquistou uma popularidade e uma autonomia econômica nunca antes sonhadas por um artista negro”, escreveu. “Em meados dos anos 1980 era o maior astro negro da história ao evitar percepções convencionais de negritude.” Wyman afirma que o cantor, com sua **voz** infantil, aparência andrógina e pele cada vez mais branca, tornou literal o desejo de uma estética universal.

Noticiar uma biografia parece estar mais bem alinhado com uma concepção de cultura mais elitista, na qual o livro é o artefato cultural de maior valor simbólico na estruturação da cultura. Se, por um lado, é, em princípio, de leitura que se trata a reportagem acima, por outro, é de uma personalidade de sucesso, o que denuncia, ou pelo menos elucida, o fato de o sucesso atualmente ser considerado integrante da cultura. Por isso, o incentivo dado pelo título da notícia de se *ler Michael Jackson*, porquanto a literatura, que nunca saiu ilesa das tendências da época, é um dos redutos do sucesso produzido pela mídia. *Michael Jackson* é tanto para ser ouvido, quanto para ser lido.

Para ler Michael Jackson se inscreve no interdiscurso da recomendação de leitura por fazer uso da fórmula, em sentido amplo, *para ler...* Michael Jackson não era um escritor para ser lido metonimicamente por meio de sua obra, mas, sim, um cantor. Ler e ouvir são práticas distintas, do ponto de vista semântico, que, quando figuram como

recomendação em uma manchete, selecionam o público leitor. *Para ouvir Michael Jackson* remeteria a uma coletânea de músicas. No entanto, a formulação *Para ler Michael Jackson* não exclui aqueles que ouviam e ouvem suas canções para se centrar em quem lê, ao contrário, chama ouvintes a se tornarem leitores, e, no limite, leitores a se tornarem ouvintes.

Para o discurso midiático, por intermédio do discurso do sucesso, transformar fãs de um vulto do setor musical em consumidores de outro artefato de venda, livros dessa personagem, é excelente negócio, pois há a movimentação de mais um nicho de lucros que, por sua vez, aquece outros tantos. *Para ler Michael Jackson* é sintoma materializado linguisticamente do que afirmou Althusser (1992, p. 94): «A ideologia interpela os indivíduos enquanto sujeitos». A ideologia do sucesso visa interpelar (o já interpelado) o ouvinte de Michael Jackson em um leitor e, como ricochete, tornar não ouvintes em leitores, por conseguinte, estes serem interpelados em consumidores das músicas do cantor. Estratégia discursiva de reaproveitamento massivo dos existentes recursos comercializados somada à capitação de mais adeptos ao sucesso do *astro pop*.

Para ler Michael Jackson ganha seus contornos de justificativa (do porque *ler Michael Jackson*) no interior da matéria. O subtítulo *Biografia contestada do astro pop analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos* auxilia no rastreio das condições de produção e emergência da própria notícia, pois «é impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como um sequência linguística fechada sobre si mesma, mas que é necessário referi-lo ao conjunto de discursos possíveis» (PÊCHEUX, 2010, p.78; itálicos do autor). Em vista disso, *Biografia contestada do astro pop* remonta não só a *para ler Michael Jackson* como também ao sucesso das celebridades midiáticas, ou seja, ao discurso do sucesso que as encarna. Quem tem uma biografia contestada que analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos sendo recomendada em título de uma revista estrangeira? A resposta é o já-dito que recupera o sujeito do discurso do sucesso, o *astro pop, Michael Jackson*.

Ao seguirmos o fio do discurso tecido no texto, encontramos a caracterização de biografia pela unidade lexical *contestada*, denotando um possível avesso do que se veicula comumente por apenas biografia. Noutras palavras, a biografia em questão trará não apenas os fatos mas também contestará os fatos que foram edificados pela *indústria de entretenimento dos Estados Unidos*. Esse é, então, mais um mecanismo textual de (re)construção discursiva do sucesso de Michael Jackson, porquanto dirá a "verdade" por contestação, que não deve ser outra coisa senão a heroicização do cantor. Além de ser uma *biografia contestada*, a obra *analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos*. O modificador *aberrante* traz ao trecho um traço da formação discursiva que crítica a indústria de entretenimento dos Estados Unidos. Ora, a face perversa da indústria cultural de entretenimento norteamericana já fora escrutinada a fundo por muitos outros, sobretudo pelos membros da Escola de

Frankfurt, não sem razão Adorno e Horkheimer dizem a esse respeito:

A fusão atual da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depreciação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão. Ela já está presente no fato de que só temos acesso a ela em suas reproduções, como a cinefotografia ou emissão radiofônica. (...) Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive suspendendo a diversão: nenhuma barreira se eleva contra o progresso cultural. (...) Divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado (p. 118-119).

Adorno e Horkheimer deixam claro o poder da indústria cultural de entretenimento de coisificar a vida. Uma biografia de Michael Jackson é integrante inevitável do processo de glorificação de uma celebridade pelo aparato dessa indústria *aberrante*. Tal crítica feita nessa obra se assemelha à hipotética indignação do homem com o fogo trazido do Olimpo por Prometeu, depois de tê-lo muito usufruído para fazer tudo que lhe é exequível com o benefício. "Crítico para conquistar" serviria como um rótulo para muitos dos que representam o sucesso e pretendem angariar mais fãs asseverando a desaprovação à mídia ou à *indústria de entretenimentos*.

Como outro recurso de discursivização do sucesso de *Michael Jackson*, a notícia tem estruturas sintáticas cujos modelos são as formas de discurso indireto e direto, cada qual gerando efeitos de sentidos complementares na retomada e constituição do interdiscurso do qual o intradiscurso extrai sua significação. Então, para se dizer que *Jackson realizou a aspiração de muitos artistas ao cruzar fronteiras de mercado*, evoca-se a figura de um jornalista norteamericano, Bill Wyman, da revista de mesma nacionalidade, empregando aí a forma de discurso indireto. Sobre esse tipo de expressão, Platão e Fiorin explanam:

O discurso indireto não se interessa pela individualidade do falante revelada no modo como ele diz as coisas. Por isso é a forma preferida nos textos de natureza filosófica, científica, política, etc., quando se expõem as opiniões dos outros com a finalidade de criticá-las, rejeitá-las ou **incorporá-las** (p. 185; grifo nosso).

Diante das demais partes desta reportagem, pode-se afirmar que a opinião do jornalista Bill Wyman foi incorporada ao conjunto de ideais exteriorizadas. Todavia, o desempenho do sujeito responsável pelo dito não deixa de ser levado em consideração, pois ele não é qualquer pessoa, é jornalista *na revista The New Yorker*. Portanto, o efeito de «objetividade analítica», tal como entendido por Platão e Fiorin (1993, p. 184), fica comprometido pela parcialidade impressa no texto. E na busca de criar o efeito de verdade, o discurso direto é mobilizado em: *“Ele conquistou uma popularidade e uma autonomia econômica nunca antes sonhadas por um artista negro”* e *“Em meados dos anos 1980 era o maior astro negro da história ao evitar percepções convencionais de negritude.”* Ao optar pelo discurso direto, o narrador cria um efeito de verdade, dando

a impressão de que preservou a integridade do discurso citado e a autenticidade do que reproduziu" (ibid.).

A reportagem serve-se de tantos mecanismos, ao (re)construir o sucesso do cantor, que não é preciso *ler* a biografia para se saber que ela o enaltece ainda mais. Nessa toada, o discurso indireto é repetido no seguinte fragmento: *Wyman afirma que o cantor, com sua voz infantil, aparência andrógina e pele cada vez mais branca, tornou literal o desejo de uma estética universal*. Aqui múltiplos elementos carecem de exame, como a negritude do cantor, sua voz e o *desejo de uma estética universal*. A começar pela negritude, progressivamente rechaçada por Michael Jackson em sua própria pele, cujo principal sinal é o de materialização do discurso racista de discriminação.

O *astro pop* desempenhou vivamente o papel de agente do sucesso como uma celebridade com enorme visibilidade, no entanto foi impelido pelo discurso da discriminação a marcar a ideologia dominante na pele, que de negra passou a praticamente branca. Ora, o discurso do sucesso é o discurso das classes detentoras dos meios de produção da vida social – geradoras fundamentais das desigualdades e discriminações – travestido das significações de glória midiática, de autonomia financeira, de realização pessoal e profissional, tão potentes que algemam boa parte do potencial combativo do cantor na luta contra o racismo. Quem poderia ter maior aderência do grande público, de seus fãs e demais setores da sociedade para se opor as práticas de racismo foi justamente quem comprovou que «Toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos, através do funcionamento da categoria de sujeito» (ALTHUSSER, 1992, 96).

A ideologia tem suas raízes profundas no inconsciente, agindo, muitas vezes, sorrateiramente na elaboração dos sujeitos "bons" (ibid.), por isso quem não lhe reconhece e lhe é contrário chama-se sujeito "mau" ou subversivo. O sujeito do sucesso não pode ser mau, ao contrário, precisa ser um sujeito bom para ter seus atributos inflamados pela mídia. "A mídia nesse sentido, não é apenas o *instrumento* de imposição legitimada de um padrão, mas também a *arena* das disputas de espaço pela construção de práticas significativas dentro de uma cultura em luta" (MARTINO, 2010, p. 147; grifos do autor). A *pele cada vez mais branca* gesta no interdiscurso os sentidos aos quais todos que não são brancos estão submetidos, o clareamento da pele de um *astro pop* são alguns de seus efeitos.

A mídia conserva a hegemonia ideológica em suas práticas discursivas, de modo a perpetuar o edifício do sucesso e seus atributos, num apelo sutil a um item da sentença do imperador Vespasiano: "pão e **circo** para o povo". Eis, assim, que a voz do cantor surge no tecido textual unida à *aparência andrógina* como marca do sucesso de Michael Jackson. A voz do *astro pop* é caracterizada como *infantil*, nos remetendo ao início da ópera na Itália em que os cantores eram castrados em tenra idade para manterem um timbre infantil ou feminino. A esse respeito, o filme *Farinelli, Il Castrato* demonstra em seu enredo como a fama de um jovem castrado foi se estabelecendo

como uma espécie de padrão.

Wajcman (2012), acerca do cantor de ópera castrado, diz: "*Le castrat tient en quelque sorte la position de la voix off, disant la raison du désir qui lie l'homme à la femme. Voix ailleurs, il est la voix du désir, son Autre à la fois présent et ignoré*" (p. 34) (Em tradução livre: "O castrado mantém de algum modo a posição da voz de fora, dizendo que é razão para o desejo de que liga o homem a mulher. Voz é, além disso, a voz do desejo, seu Outro presente e ignorado."). É essa voz infantil, também traço presente na voz feminina, que trouxe a muitos cantores de ópera de séculos passados e a *Michael Jackson* o reconhecimento e a fama. A voz *infantil* como um desejo do outro, desejo no qual é arrolado homem e mulher, tal como alude Wajcman; por ser a voz de fora, isto é, nem a voz do homem, nem a voz da mulher, mas lhes constituindo na origem, é a voz do desejo reprimido. A voz dita infantil realiza o retorno do que já não é mais, o encontro com a falta insistentemente presente no Outro e o encadeamento do retorno à falta.

Portanto, a voz *infantil do astro pop* sustenta e dá vazão a discursos sobre a voz e lhes imprime as peculiaridades do discurso do sucesso assentadas no acabamento mercadológico da voz. É a voz *infantil, aparência andrógina e a pele branca* a literalidade do *desejo de uma estética universal*. Desse modo, não só é criado o efeito de exaltação da figura do cantor como também são estabelecidos componentes hegemônicos da estética do sucesso.

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).

O desejo de uma estética universal é, no fio do discurso, uma preconstituição do próprio sucesso. A capitalização da estética do sucesso dura o tempo da representatividade midiática de seu sujeito, quando essa cessa, outra personalidade assume o lugar – invariavelmente isso ocorrerá, dadas as crescentes demandas preparadas para o consumo – ou o mercado em conjunto com a mídia lança produtos que difundam e vendam a celebridade, aproveitando, assim, do alastramento do seu sucesso, como uma biografia *Para ler Michael Jackson*.

4 | RECORTE II

Billie Holiday (Publicado em 08/04/2015)

Adjetivos como "ícone" e "autêntica" não bastam para descrever a importância de "Lady Day". Poucos conseguiram dar vida à música como ela: sua influência é sentida cem anos após seu nascimento

Ela tinha apenas 17 anos, um pouco acima do peso, perfeitamente bela e

absolutamente desconhecida. E cantou como se realmente tivesse vivido [o que a canção dizia]." Assim o produtor musical John Hammond descreve seu primeiro encontro com Billie Holiday. Ele foi confrontado com a **voz** única dela em 1933, numa casa noturna em Nova York.

Outro recorte de matéria oriunda do segmento Cultura da revista Carta Capital. Na matéria acima, a seção de Cultura da revista traz informações sobre uma cantora estadunidense, caracterizando, com isso, um enfoque, no quesito cultural, abundantemente estrangeiro quando da menção de voz. O norteamericanismo marca sua presença assídua na difusão do sucesso, sendo tratado como um item da cultura brasileira do qual leitores têm necessidade de tomar não apenas nota mas também incorporarem ao seus saberes cotidianos. A influência dos atores do sucesso norteamericano no plano midiático brasileiro parece estar relacionada a uma padronização do *establishment* do sucesso. A notícia *Billie Holiday* acentua a integração das importações estadunidenses como «propriedades» nacionais, porquanto, como um título, apela ao pré-construído "*quem é*" cuja resposta não se dá pelo acesso ao interdiscurso, e sim pelo intradiscurso.

A construção *Billie Holiday* (feita apenas como epíteto artístico) segue as mesmas utilizadas em textos jornalísticos sobre celebridades brasileiras, salvo os casos em que se antecipa o conteúdo principal noticiado com elementos presentes na matéria, como *Xuxa mostra seu lado solidário em SP* (cf. SOARES, 2017, p. 140). Portanto, se há uma estrutura relativamente estável de abrir os dizeres acerca de celebridades nacionais, quando se faz uso dela para enunciar o que quer seja sobre uma personalidade estrangeira, cria-se o efeito de reconhecimento de sua importância no Brasil. Os mecanismos discursivos de formulação dos intradisursos reconhecem a significação de organizações sintáticas e de seus constituintes, de modo que quando um componente carece de paridade com outros de volumosa circulação, no caso o nome, emprega-se o já consolidado hipocorístico ou o próprio nome como centro privilegiado de gravitação de pré-construídos, qual o título: *Shirley Mallmann* (cf. *ibid*, p. 152).

"Há, portanto, determinações históricas, sociais e culturais na atribuição dos nomes e apelidos, vislumbrando sua condição de sujeito singular e sua integração e valorização social" (PIOVEZANI, 2012, p.11) e, nesse traçado, Eleanora Fagan Gough passa a ser *Billie Holiday* e *Lady Day*. As formas de chamamento e evocação carregam a historicidade de suas condições de produção e emergência para o momento de retomadas. Há no uso desse procedimento o assujeitamento de quem recebe um ou mais nomes pelo fato de necessariamente se ver reconhecido na designação. Raros são os caso de quem escolhe como se chamará ou qual será sua alcunha, pois a sujeição está em sermos apreendidos pelas teias ideológicas da língua que se materializam nos discursos e, por conseguinte, nos nomes.

É na língua que se marcam as cores e tonalidades de que se revestem os nomes. A carga disfórica ou eufórica se presentifica na orientação de efeitos de sentido que a

essas denominações se dá, tal como se pode verificar em *Billie Holiday* e *Lady Day*. De *Billie Holiday* a Adjetivos como "ícone" e "autêntica" não bastam para descrever a importância de "Lady Day" constitui a cadeia de deslizamento metafórico, «Isso significa dizer que não se passa necessariamente de uma sequência discursiva a outra apenas por uma substituição, mas que as duas sequências estão, em geral, ligadas uma a outra por uma série de efeitos metafóricos (PÊCHEUX, 2010, p. 99).

A cantora é recuperada em vários trechos da reportagem, de maneira que a estruturação desses seja ancoradouro de investigação. A ocorrência dos lexemas "ícone", "autêntica" e importância conferem à cantora e a seus demais atributos legitimidade. *Billie Holiday*, também afamada pela acunha de *Lady Day*, não é qualquer personalidade do sucesso, adjetivos como "ícone" e "autêntica" não bastam para descrever a importância sua. Ora, a carga eufórica está disseminada nos dizeres acerca da cantora e, somado a isso, os limites do efeito de seu sucesso são recobertos por ultrapassarem os possíveis sentidos contidos nas atribuições: ícone e autêntica.

Não se pode deixar de notar a semelhança fonológica da antonomásia Lady Day com a da falecida princesa da Inglaterra, Diana, chamada popularmente de Lady Di. Essa ganhou um hipocorístico feito a partir de seu próprio nome, aquela recebeu um epíteto artístico por ser mais do que um ícone e autêntica em *dar vida à música e ter sua influência sentida cem anos após seu nascimento*. Contudo, qual o significado, para além da designação de uma celebridade do universo musical, de Lady Day em língua inglesa? O sintagma em questão significa, em língua inglesa, «festa da anunciação da virgem Maria» (Informação extraída e traduzida livremente do dicionário online Dictionary.com [cf. <http://www.dictionary.com/browse/lady-day>]. Também constam em uma das entradas de Lady Day, o nome da cantora, Eleanora Fagan, a data de nascimento e de falecimento e o gênero musical que cantava jazz), em 25 de março, também chamada *Annunciation Day*. Portanto, a gênese de seu uso está atrelada ao discurso religioso no qual Maria, uma virgem, é a mulher que dá à luz ao salvador do mundo, Jesus Cristo. Posto isso, o discurso religioso e suas condições de produção são recortadas na discursivização do nome Lady Day, abrindo, no interdiscurso, efeitos de sentido possíveis de serem referidos a *Billie Holiday*.

Dessa perspectiva é interessante notar que, uma vez detectado esse caráter religioso atuando em diferentes processos de significação, podemos perceber que os vários discursos da cultura ocidental são atravessados pelo discurso religioso: o pedagógico, o jurídico, o acadêmico, o das minorias, o das «alternativas» etc (ORLANDI, 1987, p. 9; grifo da autora).

Apartir de Orlandi e da verificação da presença do discurso religioso na construção do sucesso de *Billie Holiday*, é lícito reconhecer o efeito de *a anunciada* arregimentado no âmbito midiático, quando do emprego de Lady Day. A cantora é *a anunciada* tal qual a Maria bíblica, entretanto, diferente dela, traz ao mundo *vida à música e sua influência sentida cem anos após seu nascimento*. Para o mercado, parceiro efetivo

da mídia, o recurso discursivo é estratégico porque soa convidativo aos ouvintes e consumidores. Ora, "Tudo o que é sólido e estável se volatiliza, tudo o que é sagrado é profanado, e os homens são finalmente obrigados a encarar com sobriedade e sem ilusões sua posição na vida" (cf. MARX; ENGELS, 1996, p. 69).

A incorporação de traços do discurso religioso pelo discurso do sucesso faz jus a mercadologização do mundo, sobretudo, dos artefatos de maior poder simbólico. Evocar figura tão significativa na sagrada narrativa ocidental para intitular uma personalidade midiaticizada é, entre outras coisas, mostrar a ilimitada capacidade de sujeição pelo discurso e capitalizar o maior número de participantes de religiões para aderirem à celebridade. "As palavras 'mudam de sentido' ao passar de uma formação discursiva para outra" (PÊCHEUX, 2011, p. 73; grifo do autor), contudo a historicidade presente nas condições de produção dos discursos pode ser recuperada via interdiscurso, de maneira que justamente os efeitos de sentido vinculados a essa historicidade possam ser utilizados no engendramento de outras formações discursivas, como neste caso.

Diante do exposto, é admissível a relação entre discursos cuja base orientacional porte traços ideológicos similares ou a apropriação de elementos característicos de um discurso por outro, tal como visto acima e como pode ser verificado no seguinte trecho: "*Ela tinha apenas 17 anos, um pouco acima do peso, perfeitamente bela e absolutamente desconhecida*". Trecho atribuído ao produtor musical John Hammond que está atado ao discurso da beleza efetivamente presente também em um conjunto variado de outros dizeres sobre as vozes de sucesso (SOARES, 2018b). É a partir da recuperação dos imperativos contidos no interdiscurso sustentador do discurso da beleza que interpretamos mais essa conjunção discursiva no interior desta notícia.

A idade quando enunciada em textos informativos, como observada em *Morre Whitney Houston, diva da música pop americana*, traz um conjunto considerável de dizeres passíveis de observação. *Tinha apenas 17 anos* cria, pelo circunstanciador adverbial *apenas*, uma moça jovem, contudo na década de 30 do século passado, aos 17 anos tanto mulheres quanto homens já eram considerados adultos e muitos já desempenhavam o papel de «chefes» de famílias. Os 17 anos estão também caracterizados por *um pouco acima do peso* que, por sua vez, é contraposto por *perfeitamente bela e absolutamente desconhecida*. *Um pouco acima do peso, mas perfeitamente bela e absolutamente desconhecida* é o efeito de contraposição cumprindo seu ofício quando a legitimação de uma personalidade de sucesso passa pela higienização do discurso da beleza.

As lentes que captam a forma física da celebridade e lhe atribuem *um pouco acima do peso, mas perfeitamente bela e absolutamente desconhecida* são as de um agente do sucesso musical, logo, "entendem do assunto". Tanto é verdade que, por intermédio de John Hammond, de *absolutamente desconhecida* passou a *Billie Holiday* e a *Lady Day*. Estamos perante o discurso autorizado, tal como lhe define Ferreira (2010, p. 95). Portanto, o aspecto físico do sujeito do sucesso precisa encarnar as prescrições impostas pelo discurso da beleza, que dita desde peso, estatura, cor de

pele, cor de cabelo, cor de olhos, delineamento muscular até como os itens anteriores devem estar dispostos. *Billie Holiday* passou no teste com a ressalva de encontrar-se *um pouco acima do peso*.

A **voz** da cantora é trazida à tona sendo caracterizada como única. A respeito dos dizeres sobre a voz, o adjetivo única pouco revela sobre a voz de Billie Holiday, já que cada voz é única no que tange a sua composição de traços, timbre, altura, velocidade, tessitura e potência. "*Pour un artiste, un mélomane ou une cantatrice, la voix est caractérisée par son timbre, son ampleur, sa tessiture, son registre, son volume dans la gamme musicale, ses harmoniques dans une culture*" (VASSE, 2010, p. 80) (Em tradução livre: "Para um artista, um amante da música ou um cantor, a voz é caracterizada pelo seu timbre, sua tessitura, seu registro, seu volume na escala musical, seus harmônicos em uma cultura"). Entretanto, é uma *voz única* porque é uma "encantadora" voz do sucesso. A singularidade desta *voz* está aliada à *perfeitamente bela*, uma vez que a invisibilidade da primeira se manifesta na visibilidade da segunda.

O encontro entre o discurso sobre a voz e o discurso do sucesso, nesta matéria jornalística, se dá sob circunstâncias segundo as quais a criação de efeitos de sentido faz remissão à historicidade, que, então, precisa ser examinada. Melhor explicando: no trecho em que a *voz única* é enunciada, seu lugar de ocorrência também o é, qual seja, *casa noturna*. A *voz única* é *confrontada* na *casa noturna em Nova York*, um dos centros financeiros mais importantes dos Estados Unidos. O lugar em que é única evoca o discurso da prostituição. Casa noturna, ainda que atualmente tenha passado por transformações em seu emprego, equivale a bordel, a cabaré, a prostíbulo, a lupanar, à boate etc. Em vista disso, pode-se considerar a utilização de *casa noturna* como um eufemismo por se tratar de uma figura pública com consolidado prestígio midiático. Portanto, as condições de emergência da publicidade da voz de Billie Holiday estão conectadas as suas condições de vida, que precisam ser maquiadas, quando não apagadas, para integrarem o sucesso da cantora.

A *voz única* está no lugar em que as demais vozes não são ouvidas, tampouco conhecidas. Uma voz reconhecida por quem tem a chancela da indústria da voz para fazê-lo. A *voz única* passa, ao deixar a *casa noturna* para ganhar as telas e microfones do mundo do sucesso, pela higienização do discurso conservador da moral e dos bons costumes que, por todo seu aparato midiático e retórico-discursivo, lhe transforma na figura imaculada de *Lady Day*.

5 | BREVES CONSIDERAÇÕES

A revista Carta Capital veicula em sua seção Cultura reportagens sobre personalidades afamadas pela mídia e, conseqüentemente, pela sociedade em um discreto movimento publicitário. Parece não haver saída à publicidade, porquanto essa é agenciadora de recursos que lhe promove a continuidade, mesmo em veículo

progressista de comunicação. Por nossas buscas nos terem levado sempre ao âmbito da cultura, no que diz respeito à classificação dada pela revista à matéria antes analisada, podemos usar da inferência para dizer que as vozes do sucesso alcançaram o patamar de artefatos culturais. Os mesmos podem ser comercializados e, para tanto, precisam de visibilidade, quanto maior for essa, maior poderá ser sua comercialização.

Na análise, percebemos os diversos expedientes a partir dos quais o discurso do sucesso lança mão para (re)criar celebridades, de maneira a lhes naturalizar o sucesso da voz. A potente é interlocução de discursos no interior das notícias, reforçando a proposição dialógica dos sentidos, defendida por Bakhtin/Volochínov (1981), perfaz trilhas intrínsecas à voz no discurso do sucesso, quais sejam: a beleza, a autoridade, o enigma (para os menos conhecidos), a negritude, a feminilidade, o sagrado, a higienização etc. Esses postos em marcha como efeitos de sentidos necessários aos dizeres sobre os portadores de vozes do sucesso mobilizam outras produções discursivas que se efetivam na língua, na ideologia e no inconsciente, visto que «Na produção do discurso, o sujeito sofre a tripla determinação: a da língua, a da ideologia e a do inconsciente» (BARONAS, 2011, p.16).

Nas análises, percebemos os diversos expedientes a partir dos quais o discurso do sucesso lança mão para (re)criar celebridades, de maneira a lhes naturalizar o sucesso da voz. A potente interlocução de discursos no interior das notícias, reforçando a proposição dialógica dos sentidos, defendida por Bakhtin/Volochínov (1981), perfaz trilhas intrínsecas à voz no discurso do sucesso, quais sejam: a beleza, a autoridade, o enigma (para os menos conhecidos), a norteamericanização das Américas, a negritude, a feminilidade, o sagrado, a higienização etc. Esses postos em marcha como efeitos de sentidos necessários aos dizeres sobre os portadores de vozes do sucesso mobilizam outras produções discursivas que se efetivam na língua, na ideologia e no inconsciente, visto que "Na produção do discurso, o sujeito sofre a tripla determinação: a da língua, a da ideologia e a do inconsciente" (BARONAS, 2011, p.16).

O discurso do sucesso examinado na revista se assenta, em boa parte, no universalismo norteamericano. Assim, há uma marcante recorrência da difusão de personalidades norteamericanas cuja fama tem de ser edificada também no Brasil. A presença de cantores estadunidenses é flagrante, corroborando, entre outras coisas, uma possível importação do caráter propagandístico da música na América do Norte, como tal nos expõe Adorno (1999):

A música, com todos os atributos do etéreo e do sublime que lhes são outorgados com liberalidade, é utilizada sobretudo nos Estados Unidos, como instrumento para a propaganda comercial de mercadorias que é preciso comprar para poder ouvir música (p. 77).

Portanto, a voz, a música e o sujeito do sucesso constituem as bases de mecanismos de propagação do comércio de artefatos culturais, as vozes do sucesso.

Notícias "inocentemente" trazidas a público com vistas a informar, a entreter e a influenciar leitores, encaminham-lhes para o mercado musical da indústria cultural, fomentando direta e indiretamente o consumo e a geração de produtos desse nicho e de outros a ele ligados. Pois,

O mercado musical se constrói transnacionalmente, de maneira centralizada, a partir do monopólio de grandes gravadoras multinacionais que trabalharam, até a década de 1980, de maneira verticalizada e centralizada, dominando as principais etapas do negócio de discos, desde a gravação em estúdios próprios, passando pela prensagem até a distribuição. Sistema que conta ainda, em seus quadros, com especialistas que tentam antecipar as tendências de consumo e formatar os produtos, no caso, o elenco de contratados numa pletera de artistas hierarquicamente organizados: *popstars* grandes vendedores de discos e músicos *cult* que não vendem tanto mas legitimam culturalmente um catálogo. O mercado musical se articula, por um lado, a uma indústria fonográfica independente, que ocupa nichos específicos, e, por outro, a todo um sistema de mídia formado por programas de rádio e televisão, revistas e jornais especializados em crítica musical, *shows* etc (SÁ, 2007, 51-52; grifos da autora).

Desse modo, o mercado associado à indústria musical é excepcionalmente amplo e vasto, como dimensiona Sá, conseqüentemente, articula a mídia, até a mais progressista, em seu favor, lhe fazendo repercutir a intersecção do discurso do sucesso com o discurso sobre a voz. 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. A voz que é *privilegiada, poderosa, infantil, única*, alcança os píncaros do sucesso, não só por ter esses atributos, mas, antes, por esses lhe serem naturais e apropriados pela indústria musical para servir de mercadoria.

A voz, então, é uma mercadoria com idiosincrasias invisíveis aos olhos, porém perceptíveis aos sentidos sensoriais e, ainda mais, sentida e propagada no inconsciente como desejo:

L'élaboration lacanienne situe enfin la voix dans la dialectique du rapport de désir, mais du rapport de désir de l'Autre (au sens de «chez» l'Autre). (...) la voix se constituait comme objet, dans le désir de l'Autre impliqué dans la signification que celui-ci attribue aux cris ou aux vocalisations de l'enfant et dans la réponse qu'il leur donne. Si écouter c'est obéir, c'est dans la mesure où écouter c'est se soumettre au désir de l'Autre (POIZAT, 2001, p. 139; grifo do autor).

Em tradução livre: «A elaboração lacaniana situa finalmente a voz na dialética da relação do desejo, mas da relação do desejo do outro (no sentido de «casa» do outro). (...) a voz se constituiu como objeto do desejo, no desejo do outro implicado na significação que atribui aos gritos ou vocalizações da criança e na resposta que a eles se dá. Se ouvir é obedecer, é na medida em que ouvir é se submeter ao desejo do Outro».

Ora, a voz é o objeto do desejo que, por sua vez, é matéria-prima consumida no mercado musical. Assim, a inscrição da voz dos sujeitos do sucesso no inconsciente

não é tão somente o desejo de ouvi-la, mas o desejo de submeter-se a ela. Logo, o discurso do sucesso abre e põe em atuação seus inúmeros tentáculos para levar os sujeitos do sucesso e suas vozes a todos os lugares.

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.

ALTHUSSER, A. **Aparelhos Ideológicos do Estado**: Notas sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado. Trad. Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro 6ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

ANGENOT, M. **O discurso social e as retóricas da incompreensão**: consensos e conflitos na arte de (não) persuadir. Carlos Piovezani (org.) São Carlos, SP: EdUFSCar, 2015.

BAKHTIN, M./VOLOCHÍNOV, V. N. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 2ª ed. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1981.

BARONAS, R. L. Michel Pêcheux: um pensamento sob o signo da inquietude. In: BARONAS, R. L. **Ensaio em análise de discurso**: questões análico-teóricas. São Carlos, SP: EdUFSCar, 2011.

BARTHES, R. **O rumor da língua**. Trad. Mario Laranjeira. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

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.

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**. 6ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

ORLANDI, E. **Apresentação**. In: ORLANDI, E. (org.). *Palavra, fé, poder*. Campinas, SP: Pontes, 1987.

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.] 4ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

PÊCHEUX, M. Língua, linguagem, discurso. In: PIOVEZANI, C; SARGENTINI, V. (orgs.). **Legados de Michel Pêcheux inéditos em análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2011.

PIOVEZANI, C. Identidades e metamorfoses na denominação dos jogadores de futebol no Brasil. In: **Esporte e Sociedade**: Identidades e metamorfoses. Ano 7, n 19, março 2012.

PLATÃO, F. S.; FIORIN, J. L. **Para entender o texto**: leitura e redação. 7ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1993.

POIZAT, M. **Vox populi, vox Dei**: voix et pouvoir. Paris: Métailié, 2001.

SÁ, S. M. A. P. Música eletrônica, DJs e consumo. In: BARROS FILHO, C.; CASTRO, G. (orgs.). **Comunicação e práticas de consumo**. São Paulo: Saraiva, 2007.

SOARES, T. B. **Discursos do sucesso**: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2017.

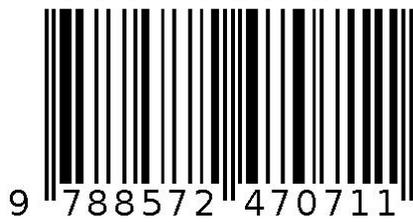
SOARES, T. B. **Percurso linguístico**: Conceitos, críticas e apontamentos. Campinas, SP: Pontes, 2018a.

SOARES, T. B. **Vozes do sucesso**: uma análise dos discursos sobre os vícios e virtudes da voz na mídia brasileira contemporânea. Tese de Doutorado (Doutorado em Linguística). São Carlos, SP: Universidade Federal de São Carlos, 2018b.

VASSE, D. **L'arbre de la voix**. France: Bayard, 2010.

WAJCMAN, G. **Voix suivi de chut!** Paris: Nous, 2012.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-071-1



9 788572 470711