



UN ANÁLISIS DISCURSIVO SOBRE LA DIFUSIÓN DE LA VOZ EN EL PERIÓDICO ESTADÃO¹

A DISCURSIVE ANALYSIS ABOUT THE DISSEMINATION OF VOICE IN THE NEWSPAPER ESTADÃO

UMA ANÁLISE DISCURSIVA ACERCA DA DISSIMINAÇÃO DA VOZ NO JORNAL ESTADÃO

Thiago Barbosa Soares²

Resumen: Este artículo tiene como objetivo describir e interpretar los efectos de significado de las voces propagadas en el periódico Estadão, utilizando la herramienta interpretativa bien establecida del Análisis del Discurso. Para ello, se eligieron como corpus para este estudio los siguientes artículos del Estadão, todos de 2015, según el criterio de tener el marcador léxica voz como parte integrante del texto: "Tony Bennett se reinventa en nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennaft, 2015). Se utilizan las nociones de condiciones de producción, formación discursiva e interdiscurso, y sus respectivos entrelazamientos. Los vectores analíticos descritos anteriormente se aplican para examinar la discursividad invertida en los dichos sobre las voces proyectadas en los medios de comunicación, en el procedimiento interpretativo. Como uno de los principales resultados, parece que en ambos productos periodísticos predomina la formación discursiva liberal del mercado, formando los dichos sobre la voz y, a través de este expediente, apuntando a una estética conservadora de la voz exitosa en el medio en cuestión, cuya percepción se remonta a otras voces de la industria del entretenimiento.

Palabras clave: Voz; Éxito; Análisis del discurso; Discurso del éxito; Estadão.

Abstract: This article aims to describe and interpret the meaning effects of the voices propagated in the Estadão newspaper, using the well-established interpretive tool of Discourse Analysis. To this end, the following Estadão articles, all from 2015, were chosen as corpus for this study, according to the criterion of having the voice lexical marker as an integral part of the text: "Tony Bennett reinvents himself in a new album" (ESTADÃO, 2015) and "Julião Pinheiro, son of Paulo César Pinheiro and Luciana Rabello, releases album" (Pennaft, 2015). The notions of conditions of production, discursive formation and interdiscourse, and their respective intertwinings, are used. The analytical vectors described above are applied to examine the discursivity invested in the sayings about the voices projected in the media, in the interpretive procedure. As one of the main results, it appears that the liberal discursive formation of the market predominates in both periodical products, forming the sayings about the voice and, through this expedient, pointing to a conservative aesthetic of the successful voice, in the media outlet in question, with his perception goes back to other voices in the entertainment industry.

Keywords: Voice; Success; Discourse analysis; Success discourse; Estadão.

¹ Artículo derivado del proyecto "Vozes do sucesso: uma análise do sucesso midiático como ponte para o sucesso político" (proceso CNPq n° 301565/2022-8).

² Pesquisador bolsista de produtividade do CNPq, doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Professor no curso de Letras e no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT), Porto Nacional, Tocantins, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8919327601287308>. Email: thiago.soares@mail.uft.edu.br



Resumo: Este artigo tem como objetivo descrever e interpretar os efeitos de sentido das vozes propagadas no jornal *Estadão*, utilizando a consagrada ferramenta interpretativa da Análise do Discurso. Para tanto, foram escolhidas como corpus deste estudo as seguintes matérias do *Estadão*, todas de 2015, segundo o critério de ter o marcador lexical voz como parte integrante do texto: “Tony Bennett se reinventa em novo álbum” (ESTADÃO, 2015) e “Julião Pinheiro, filho de Paulo César Pinheiro e Luciana Rabello, lança álbum” (Pennafort, 2015). São utilizadas as noções de condições de produção, de formação discursiva e de interdiscurso, e seus respectivos entrelaçamentos. Os vetores analíticos descritos acima são aplicados para examinar a discursividade investida nos dizeres sobre as vozes projetadas na mídia, no procedimento interpretativo. Como um dos principais resultados, constata-se que a formação discursiva liberal do mercado predomina em ambos os produtos periódicos, formando os dichos sobre a voz e, através deste expediente, apontando uma estética conservadora da voz de sucesso no veículo mediático em questão, com sua percepção remonta-se a outras vozes existentes na indústria do entretenimento.

Palavras-chave: Voz; Sucesso; Análise do Discurso; Discurso do sucesso; *Estadão*.

1 Consideraciones iniciales

El éxito de la voz en los medios de comunicación brasileños contemporáneos ha demostrado ser uno de los principales factores de éxito y reconocimiento de artistas y figuras públicas. En este contexto, la voz se considera una importante herramienta de comunicación y expresión capaz de transmitir emociones, establecer conexiones con el público y añadir valor al contenido que se difunde. En el escenario actual, los medios de comunicación, en sus diversas plataformas, desempeñan un papel fundamental en la difusión de la información y el entretenimiento, y la voz se erige como un elemento indispensable para captar la atención del público y diferenciarse en medio de la ingente oferta de material puesto a disposición tanto para informar como para entretener. De este modo, quien tiene una voz "notable" tiene más posibilidades de destacar y alcanzar el éxito en los medios de comunicación brasileños contemporáneos.

Muchos creen que una voz de éxito en los medios de comunicación contemporáneos puede entenderse como una voz agradable, cautivadora, asertiva y con características que capten la atención de los oyentes, es decir, una voz que tenga el "don" de una articulación adecuada, claramente adaptada al género de comunicación elegido. En la misma línea, muchos piensan que la voz es un activo que, con determinados atributos, puede hacer que una persona sea más relevante y, en consecuencia, tenga más éxito. Que la voz puede despertar las emociones del público, crear empatía y generar una mayor identificación con el mensaje que se transmite es prácticamente una perogrullada. Por lo tanto, la voz se percibe como una herramienta que potencia el alcance de la información y/o el entretenimiento (Soares, 2019a; 2022; 2024), emocionando y persuadiendo a su interlocutor, razón por la cual los profesionales de la voz invierten en el perfeccionamiento y entrenamiento vocal para garantizar una voz exitosa.



Hoy en día, hay muchos ejemplos de trabajadores de los medios de comunicación brasileños contemporáneos que tienen una voz distintiva, incluidos periodistas, locutores y presentadores de televisión. Los influencers digitales son algunos de los que se benefician del desarrollo vocal para alcanzar sus objetivos profesionales, como es el caso, por ejemplo, de la periodista Renata Vasconcelos, que tiene una voz asertiva e impactante, capaz de transmitir confianza y credibilidad. Además, la voz destacada por el éxito en los medios de comunicación contemporáneos también puede estar asociada a las tendencias y estilos adoptados en determinados momentos (Soares, 2019b), como el uso de una voz más natural y cercana al lenguaje oral, característica cada vez más valorada en los medios sociales de las plataformas digitales. Influencers digitales como Giovanna Ewbank y Felipe Neto utilizan una voz relajada y cercana al público para ganar seguidores y tener éxito en los medios online.

En vista de la importancia explícita de la voz en los más variados medios de comunicación, es necesario entonces comprender el funcionamiento de los dichos sobre la voz, ya que hay efectos en las producciones sobre la voz que aún son poco conocidos, como afirma Soares (2023a), "En este horizonte en que la voz es una representación figurativa en la esfera mediática, el éxito, como vibración distintiva, provoca separaciones entre desiguales, ya que es necesario que haya señales de éxito para su sujeto" (Soares, 2023a, p. 11). Teniendo en cuenta esta relación en el circuito social, analizar la discursividad presente en los dichos sobre las voces en las producciones mediáticas contemporáneas tiene el potencial de reformular las estructuras de poder o reforzar ciertas borraduras históricas. Por lo tanto, examinar cómo se utiliza la voz en el discurso mediático puede contribuir a comprender dinámicas discursivas específicas.

Dentro del contexto presentado anteriormente, este artículo tiene como objetivo describir e interpretar los efectos de significado de las voces propagadas en el periódico Estadão, utilizando la herramienta interpretativa bien establecida del Análisis del Discurso³. Para ello, se eligieron como corpus para este estudio los siguientes artículos del Estadão, todos de 2015, según el criterio de tener el marcador de voz como parte

³ Este texto se produce bajo la égida indisciplinar presentada por Soares (2023b) en el artículo titulado "Discolonizando el análisis del discurso brasileño: un ensayo sobre la formación del imaginario eurocéntrico", cuya perspectiva abre márgenes para superar el viralatismo brasileño diciendo que su Análisis del Discurso es francés o germánico, etc. Por lo tanto, como verá el lector, no se mencionará la nacionalidad del aparato teórico metodológico utilizado aquí como acto de transformación del hacer científico. Este acto es una forma de expresión de la apropiación autofágica del Análisis del Discurso desarrollado en Brasil, cuya descolonización pretende lograr en sus investigaciones y, en consecuencia, en sus correspondientes áreas de conocimiento.



integrante del texto: "Tony Bennett se reinventa en nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennafort, 2015)⁴. Para organizar la disposición de los elementos que componen el edificio argumentativo de este artículo, se esbozan los siguientes apartados: **Aparato teórico-metodológico**, en el que se enumeran las nociones de condiciones de producción, formación discursiva e interdiscurso; **Análisis: significados y sujetos en la propaganda de la voz**, en el que se aplican los vectores analíticos anteriormente expuestos, con el objetivo de examinar la discursividad investida en los dichos sobre voces proyectados en los medios de comunicación, en el procedimiento interpretativo de los siguientes artículos del periódico Estadão, "Tony Bennett se reinventa en un nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennafort, 2015). Por último, está la sección **Consideraciones finales**, en la que se analiza el trabajo realizado y las aportaciones que puedan arrojar luz para entender cómo lo que se dice sobre las voces del éxito mediático construye el propio éxito.

2 Aparato teórico-metodológico

Como ya se ha mencionado, las nociones de condiciones de producción, formación discursiva e interdiscurso y sus respectivos entrelazamientos conforman la red arquitectónica de esta sección. Antes de esbozar cada uno de estos operadores de análisis del discurso, conviene señalar el concepto de discurso adoptado aquí. Se toma del trabajo de Pêcheux (2010) que el discurso es "(...) un efecto de sentido entre los puntos A y B" (Pêcheux, 2010, p. 81), precisamente porque se opone al "esquema de información plana derivado del trabajo de Jakobson según el cual un emisor produce un mensaje X y lo envía a un receptor que, a su vez, recibe el mismo X enviado" (Soares, 2018a, p. 116). Por tanto, como la primera delimitación del discurso abarca no solamente la inmediatez del proceso comunicativo y la segunda produce una síntesis de la no linealidad de los significados percibidos en una dirección determinada, puede afirmarse que la elección entre una y otra conduce a opciones tanto de procedimientos heurísticos como de uso de operadores de análisis discursivo cuyo retorno al proyecto epistemológico "original" se hace inevitable.

⁴ Es importante resaltar que los artículos aquí examinados coincidentemente son sobre cantantes, sin embargo la investigación versa sobre lo que se dice sobre las voces mediáticas exitosas independientemente del nicho de actividad de sus titulares. De esta manera, tenemos una buena indicación de qué área mediatizada recibe mayores inversiones discursivas para construir sus sujetos y significados. Esta es una ganancia secundaria de esta investigación, como se puede observar a lo largo del estudio.



Para describir e interpretar estos efectos de sentido, es fundamental observar los vínculos teórico-metodológicos, como las condiciones de producción, la formación discursiva y el interdiscurso, aplicados a una determinada información que circula en el colectivo, como los artículos "Tony Bennett se reinventa con un nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennafort, 2015). Con esta perspectiva esbozada en este artículo, queda claro que las condiciones de producción se refieren al conjunto de factores sociales, históricos, ideológicos e institucionales que influyen en la producción de discursos, o sea, las condiciones de producción engloban el conjunto articulado de coyunturas sociohistóricas en las que está involucrado un determinado evento discursivo. Según Pêcheux (2011), el discurso no se limita a ser una manifestación individual, sino que se constituye como una práctica social y política moldeada por estas condiciones.

Al abordar las condiciones de producción, Pêcheux (2011) subraya que el discurso no es imparcial, sino que está influido por las relaciones de poder y la ideología, ya que constituye tanto una forma de reproducir como de impugnar las estructuras sociales vigentes. En vista de ello, la comprensión de las condiciones de producción desempeña un papel crucial en la descripción de cómo el poder y la ideología se manifiestan en los significados producidos en la sociedad. Relacionada con las condiciones de producción está la formación discursiva, intrínsecamente ligada al funcionamiento de la ideología en la interacción entre comunicación y sociedad, como afirma Orlandi (2011) al respecto: "La formación discursiva se caracteriza por las marcas estilísticas y tipológicas que se constituyen en la relación entre el lenguaje y las condiciones de producción" (Orlandi, 2011, p. 132). En otras palabras, la formación discursiva determina las posibilidades de sentido y los límites de lo que se puede decir -tanto en términos de forma como de contenido- en un segmento determinado del circuito social y en un momento dado.

Dado que cada formación discursiva tiene sus propias reglas, normas y representaciones, que se construyen colectivamente, establecen los criterios de lo que se considera legítimo, verdadero y aceptable en un discurso específico. La conexión entre formación discursiva e interdiscurso es fundamental para entender que un discurso nunca se produce de forma aislada - ya que las condiciones de producción se activan dentro de la relación entre estos dos operadores analíticos - sino que siempre está en diálogo con otros discursos, evocando formaciones discursivas que son trazadas, referenciadas o incorporadas a su núcleo. Como explica Orlandi (2007), "las formaciones discursivas son diferentes regiones que recortan el interdiscurso (lo decible, la memoria de lo dicho) y



que reflejan las diferencias ideológicas, la manera en que los sujetos se posicionan" (Orlandi, 2007, p. 20).

De esta manera, el interdiscurso consiste en el conjunto de discursos y formaciones discursivas presentes en el circuito social, que establecen el horizonte de posibilidades para producciones discursivas específicas, o en otras palabras, en palabras de Orlandi (2007) "Lo decible (el interdiscurso) se divide en diferentes regiones (las diferentes formaciones discursivas) que son desigualmente accesibles a los diferentes hablantes" (Orlandi, 2007, p. 20-21). Por lo tanto, como se puede ver, las formaciones discursivas pueden provenir de diferentes ámbitos sociales, como la política, la ciencia, los medios de comunicación, la religión, entre otros. En otras palabras, las formaciones discursivas, activas en el interdiscurso y presentes en los textos, no se limitan a un único dominio social, sino que abarcan una amplia gama de áreas y campos diversos. Cada ámbito tiene sus propias prácticas discursivas, normas y valores que influyen en la forma en que se construyen e interpretan los discursos. Así, los discursos de un ámbito determinado se ven influidos mutuamente por otras formaciones discursivas -como fuerzas de atracción y/o repulsión- presentes en el interdiscurso en el que se encuentra la historicidad de los significados.

Teniendo en cuenta el estudio anterior de las nociones de condiciones de producción, formación discursiva e interdiscurso y sus respectivos entrelazamientos, se puede entender, en resumen, que a partir de la descripción de las condiciones de producción, los discursos no son meramente el producto de un individuo, sino que están moldeados por factores sociales, históricos e ideológicos. Al comprender la formación discursiva, se puede ver el conjunto de reglas, normas y representaciones que rigen la producción, circulación e interpretación de los discursos en una sociedad específica, por lo que se pueden entender los límites y las posibilidades de crear efectos de significado. El examen del interdiscurso pone de relieve que los discursos nunca se producen solos, sino siempre en relación con otras formaciones discursivas, promoviendo prácticas discursivas y evocando la historicidad de los significados.

Por lo tanto, al considerar las condiciones de producción, las formaciones discursivas y el interdiscurso como operadores para interpretar el corpus de este artículo, se amplía la capacidad de analizar lo que se dice sobre la voz de en un gran medio de comunicación como Estadão. Una vez explicado el aparato teórico-metodológico, en el siguiente apartado se aplicarán estos conceptos teóricos analizando las interacciones discursivas en los siguientes artículos del diario Estadão, "Tony Bennett se reinventa con



nuevo disco" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza disco" (Pennafort, 2015). Mediante la aplicación de estas herramientas analíticas, se espera poder revelar matices de cómo ciertas voces propagadas en el periódico Estadão producen determinados significados y temas, así como comprender cómo las voces retratadas son representadas y posicionadas dentro del discurso periodístico-mediático.

3 Análisis: significados y temas en la publicidad vocal

Es fundamental presentar las condiciones históricas en que surgió el periódico Estadão al abordar las noticias encontradas en 2015 en ese periódico. Según Soares (2018b), Estadão es uno de los periódicos más antiguos del país. También, según Soares (2018b), "Su fundación se remonta al 4 de enero de 1875, cuando el régimen de gobierno en Brasil todavía era monárquico" (Soares, 2018b, p. 227). Soares (2018b) señala que hasta 1889 circuló con el nombre de "A Província de S. Paulo" y al año siguiente pasó a llamarse "O Estado de S. Paulo". De acuerdo con los propios registros del periódico, el periódico fue la creación de 16 personas reunidas por Manoel Ferraz de Campos Salles y Américo Brasiliense para realizar una propuesta de crear un diario republicano con el objetivo de luchar contra la monarquía y la esclavitud. Así, el surgimiento de Estadão, según su propia descripción, promovió el periodismo crítico y de investigación al analizar los intereses económicos y políticos implicados en las noticias que difundía.

Después de destacar algunos de los elementos constitutivos de las condiciones de surgimiento histórico del periódico Estadão, podemos pasar a analizar los artículos sobre la voz encontrados en 2015, en una investigación sobre qué y cómo se dice sobre la voz, con el objetivo de describir e interpretar los siguientes textos a la luz de la bien establecida herramienta interpretativa del análisis del discurso: " Tony Bennett se reinventa en el nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennafort, 2015). En estos textos, el término "voz" y sus variaciones se destacarán en negrita de acuerdo con la metodología de investigación utilizada. Dicho esto, a continuación se presenta el primer texto objeto de examen, cuya fecha de publicación es el 31 de diciembre de 2015.

Tony Bennett se reinventa en su nuevo álbum

A sus 89 años, Tony Bennett sigue reinventándose con encanto, ligereza y enorme talento. Pertenece a la rara categoría de cantantes populares capaces de combinar el acceso al gran público con la música de calidad. Siempre le han ido bien el jazz y la música pop.

(...)



Son 14 temas antológicos. **La voz** de Bennett suena cada vez más como el escocés más raro, un poco rasposa, alcanzando agudos que no crees que pueda alcanzar (pero lo consigue). La expresividad de las palabras es otro rasgo emocionante (fíjate en la increíble *The Last Time I Saw Paris*).

Bill Charlap, a pesar de tener 49 años, parece haber crecido en el ambiente musical del jazz de los años cuarenta. No se equivoque: si el contexto es mainstream, "revival" u homenaje, la calidad musical está muy viva.

Basta un ejemplo. El clásico de Kern *I Won't Dance* recibió un arreglo convencional de big band de los años 30 en el CD de 2014 con Lady Gaga. Ahora Bennett quería interpretarlo en un vals de tres por cuatro. En el libreto, Will Friedwald dice que "cambiaron el título a *I Won't Waltz*". Y Kern sería "una conexión directa entre Brahms y Charlie Parker". Después de escuchar el CD, uno se da cuenta de lo acertado que es. En muchas de sus 200 canciones para **voz** y piano (*lieder*), Brahms canta a la serena felicidad de tiempos pasados, evocando melancólicamente la felicidad perdida y el sentimiento resignado de haber venido al mundo demasiado tarde (expresado por Alfred Einstein, en un libro sobre los *lieder* alemanes). La música de Kern tiene mucho de eso, y con el refinamiento armónico y la fanfarronería de Parker.

Bennett y Charlap son precisos en esta recreación. En tres canciones, solamente hay **voz** y piano; en otras cuatro, incluida la canción que da título al disco, la cantante y pianista Renée Rosnes, esposa de Charlap, toca con él a dos pianos comedidos, acariciando la **voz** de Bennett. Y en las siete restantes, reina el formato piano-bajo-batería. Mezzo Brahms, mezzo Parker. El ambiente de una rara velada de canciones relacionadas con el repertorio *liederístico* romántico del siglo es más encantador. Una hermosa sorpresa, otra joya preciosa en el baúl del cantante cuando se acerca su 90 cumpleaños el 26 de agosto de 2016 (ESTADÃO, 2015).

En cuanto a las condiciones de producción, cabe señalar que el texto anterior se publicó en la sección de Cultura, donde los temas se abordan desde el punto de vista de la creación y difusión de artefactos estéticos producidos en el circuito colectivo. De esta manera, el artículo se adscribe al repertorio, cuya consideración de la voz la convierte en una pieza de diversión y entretenimiento que puede ser intercambiada, es decir, la voz como objeto cultural necesita ser adorada, venerada y luego, como ocurre en el sistema socioeconómico actual, comercializada. A la vista de estas condiciones de producción del artículo "Tony Bennett se reinventa en nuevo disco" (ESTADÃO, 2015), es posible describir estos efectos como los primeros procesos responsables de la conformación de los significados engendrados en él. Otro elemento marcado por las condiciones de producción, cuyo efecto se deja sentir en la formación discursiva, es el título del artículo, "Tony Bennett se reinventa en nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015).

Cuando el sujeto es el responsable de hacer la acción, hay un sujeto independiente; sin embargo, cuando el efecto de la autorrealización del sujeto es solo una construcción sintáctica, se produce la discursivización de lo que Soares (2018b) postula en la siguiente observación: "Esta es la formación ideológica predominantemente capitalista resumida en la afirmación "el hombre se hace a sí mismo"; ¿quién puede permitirse el lujo de no depender de los medios de comunicación, ya sea para seducir o



para "hacerlo en grande?" (Soares, 2018b, p. 254; comillas del autor). Por tanto, la perspectiva según la cual se produce el título de la noticia porta el núcleo de la ideología capitalista, cuya materialización tiene lugar en una formulación en la que se produce la autorrealización de "Tony Bennett" al "reinventarse" en un nuevo álbum (ESTADÃO, 2015), delineando, a través de este expediente sintáctico, una expresión de la formación discursiva liberal⁵ del mercado.

La impresión de la guía de lectura, el título, sobre el resto de significados dispuestos en el texto del artículo, hace que exista una relación orgánica entre las condiciones de producción, la formación discursiva dominante, el liberalismo de mercado, y el interdiscurso de tal manera que, sin examen discursivo, una afirmación como "A los 89 años, Tony Bennett sigue reinventándose con encanto, ligereza y enorme talento" (ESTADÃO, 2015) no únicamente es aceptada en el circuito social, sino que es celebrada. Tal es la articulación entre el momento en que se publica el artículo, el último día de 2015, y su formación discursiva de mercado liberal que el resultado es la activación del interdiscurso, en el que encontramos la demanda de comprar regalos o souvenirs y entregarlos a los más cercanos como muestra de afecto en los últimos o primeros días de un nuevo año. En otras palabras, un artista era elogiado por trabajar a una edad avanzada y, para recibir lo que le correspondía, tenía su parte de reconocimiento al aparecer en las noticias en un momento oportuno para vender su obra.

Sin embargo, Tony Bennett es una celebridad cuyo éxito depende de sus apariciones en los medios y, como su material de trabajo es su voz, recibe comentarios sobre su rendimiento vocal, como en "La voz de Bennett se parece cada vez más al escocés más raro, un poco rasposa, alcanzando agudos que no crees que pueda (pero lo consigue)" (ESTADÃO, 2015). La comparación de la voz de Bennett con "el escocés más raro" está cruzada por la expresión "medio rasposa", cuyo efecto es, según el diccionario Aulete Digital (2023), "Dejar un regusto en la garganta" y/o "Sonido áspero y rasposo". Sin embargo, la edad de la voz ya ha sido comparada con el "escocés más raro" -el gradiente de rareza de este tipo de bebida está formado por una serie de factores, entre ellos la edad de envejecimiento-, lo que, en gran medida, justificaría el "medio áspero" de la voz. En este horizonte de explicación, es importante subrayar una pauta de lectura ya presentada al principio del párrafo inicial del texto, "A los 89 años, Tony Bennett, continúa (...)".

⁵ Es importante señalar que la formación discursiva liberal proviene de las fuerzas que promueven el mercado y, en consecuencia, las ventas, las ganancias y la competencia, esto, por supuesto, en teoría.



La formación discursiva liberal del mercado, que promociona el trabajo de un cantante de 89 años, introduce elementos críticos en el artículo, como la comparación de su voz con "el whisky más raro, algo rasposo" (ESTADÃO, 2015), para después aportar el efecto de sorpresa que proporciona la siguiente formulación: "alcanzando cotas que no crees que pueda (pero lo consigue)" (ESTADÃO, 2015). En esta estructura sintagmática, hay una arquitectura argumentativa cuyos ejes son divergentes, pero la formación discursiva liberal del mercado está presente, anclando tanto la producción de significados como la producción del sujeto en la aparente contradicción. Ante esta constatación, la linealización sintagmática del enunciado "alcanzando alturas que no crees que alcance (pero llega)" (ESTADÃO, 2015) prevé, a partir del proceso parafrástico, los ejes argumentativos "no crees que alcance" y "llega (alcanzando alturas)" articulado por una partícula conjuntiva, "pero". Esta conjunción, tal y como se utiliza en el texto, indica un solapamiento enunciativo, es decir, otra perspectiva enunciativo-discursiva está presente en el enunciado.

Como resultado del uso del "pero" como operador argumentativo, ángulos opuestos, marcados por visiones diferentes, volvemos a la producción discursiva en la que, "alcanzando cotas que no crees que alcance (pero lo conseguirá)" (ESTADÃO, 2015), se activa el interdiscurso en el que el eje argumentativo "no crees que lo consiga" remite al discurso edadista, según el cual la edad es un factor limitante y, en consecuencia, discriminador, mientras que el eje argumentativo "lo conseguirá (alcanzando cotas)" remite al discurso productivista encabezado por la ideología de mercado subyacente en la formación discursiva liberal. En esta dirección, se movilizan dos discursos en una sola formulación, cuyo contenido es propagandístico, confirmando lo que Guimarães (2002) dice sobre el uso de *pero* en determinados contextos lingüísticos: "Esto confirma nuestra hipótesis de que el significado de los recortes enunciativos no es sólo... sino que es polifónico" (Guimarães, 2002, p. 129).

En la misma línea de desencadenar argumentos divergentes en el interdiscurso, el uso del paréntesis en "(pero llega)" (ESTADÃO, 2015) también moviliza la estructura enunciativa en la que un sujeto distinto del enunciadador queda marcado por este operador textual. En cuanto a registros de naturaleza similar, Authier-Revuz (2004) afirma: "En el hilo del discurso que un solo hablante produce real y materialmente, un cierto número de formas, detectables lingüísticamente en el nivel de la frase o del discurso, inscriben, en su linealidad, al otro" (Authier-revuz, 2004, p. 12). Dicho esto, tanto la construcción argumentativa como la delimitación enunciativa presentes en "alcanzando alturas que no



crees que pueda (pero llega)" (ESTADÃO, 2015) no solo materializan la heterogeneidad de las producciones discursivas, sino que también representan parte del núcleo estructurante de la formación discursiva liberal de mercado que existe en el artículo "Tony Bennett se reinventa con un nuevo disco" (ESTADÃO, 2015).

El texto continúa con otro pasaje en el que se comercializa la voz: "Bennett y Charlap son precisos en esta recreación. En tres canciones, son solo voz y piano; en otras cuatro, incluida la canción que da título al disco, la cantante y pianista Renée Rosnes, esposa de Charlap, toca con él a dos pianos contenidos, acariciando la voz de Bennett" (ESTADÃO, 2015). En esta construcción podemos leer parte de las condiciones internas de producción del artículo, cuyo contenido versa sobre la producción de un álbum musical en el que participan otros artistas como Charlap y su mujer, Renée Rosnes. De esta estructura en la que se recurre a otros sujetos mediáticos de éxito, hay más estadounidenses. Encontrarse con celebridades de otras nacionalidades, cuando la investigación trata de refranes sobre voces de éxito, ratifica, por tanto, lo que dice Soares (2018b) al respecto: "No se trata de una publicidad cualquiera, sino de una en la que los refranes sobre las voces se refieren a personalidades extranjeras, la gran mayoría estadounidenses" (Soares, 2018b, p. 297).

La utilización de más artistas del país de origen de Tony Bennett, Estados Unidos, articula la formación discursiva liberal del mercado y sus efectos en el interdiscurso para sancionar y promover la publicidad del producto "vendido" por la noticia "Tony Bennett se reinventa con nuevo disco" (ESTADÃO, 2015). En el plano argumentativo, esta formación discursiva orienta la consideración de que "200 canciones para voz y piano" (ESTADÃO, 2015) performativiza la cultura musical, pero, por el contrario, cuantifica la voz como si de un producto se tratase, para convertirla en un simple material de venta y consumo. Desde esta perspectiva en la que la voz es vista como un objeto comercializable, se dice que – en el contexto de la producción de los temas del álbum – el sonido del piano está "acariciando la voz de Bennett" (ESTADÃO, 2015), volviendo, a través del propio interdiscurso presente en el texto, al significado engendrado en el pasaje "La voz de Bennett es cada vez más como el whisky más raro, algo áspera" (ESTADÃO, 2015), porque una voz como la de Bennett parece necesitar otro sonido que la acaricie.

De lo que se dice sobre la voz de Bennett, es posible extraer el funcionamiento de la formación discursiva liberal de mercado que, en las condiciones de producción examinadas en "Tony Bennett se reinventa en nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015), tiene efectos sobre la voz del artista, mediante el uso de procesos argumentativo-enunciativos,



y moviliza, a través del interdiscurso, otros discursos, como el discurso etarista, para elogiar el éxito del sujeto exitoso en cuestión, ya que a pesar de su edad sigue "reinventándose". Como el objetivo de esta investigación es describir e interpretar los efectos de sentido de las voces propagadas en "Tony Bennett se reinventa en nuevo disco" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza disco" (Pennaft, 2015), resta analizar este último, cuya fecha de publicación es el 30 de diciembre de 2015, también en la sección Cultura.

Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza un álbum

En una casa de bamba, un diploma en la pared no significa nada. Al terminar la escuela, Julião Pinheiro no recibió ninguna presión de sus padres, el compositor Paulo César Pinheiro y la cavaquinista Luciana Rabello, para decidir qué camino tomar. Aunque nadie le animó, le pareció natural seguir el camino abierto por su familia, que también incluye al guitarrista Raphael Rabello (1962-1995), hermano de Luciana, y a Paulinho da Viola, su cuñado. "Julião lo eligió así. Siempre hemos dejado libertad a los dos niños para que descubrieran su propio destino, pero debe de estar en los genes, porque los dos son extremadamente musicales" (...).

El CD contiene sambas sincopadas y lúgubres. El vigor de la guitarra de Julião y su voz suave mecen el lirismo de su padre. El morro post-romántico está en O Morro e o Samba ("Samba, cá pra nós/ ya no tiene lugar/ ya no tiene voz/ voz/O rei ficou pra trás/ en cada morro que samba enviaba/ ya no envía"), que abre el CD. El disco tiene temas tradicionales del repertorio de samba: la desilusión del carnaval (Cortejo da Ilusão), la mención de los instrumentos que son fundamentales para él (Pulsção), el elogio de la escuela de samba (Verde e Rosa, Mangueira, Árvore Santa), el amor roto (Vento Que Passou), la mulata que se mece y encanta (Quem É Aquela?, Bamba com Bamba), la relación de afecto íntimo con el ritmo (Samba É Bom, cantada con su padre) (Pennaft, 2015).

A partir de las condiciones de producción dadas por la sección en la que se encuentra el artículo mencionado, se favorece la perspectiva de la cultura como mercancía comercializable y, a partir de esta concepción superficial, surge la propagación de significados y sujetos exitosos, que ratifican el éxito mediático de otros sujetos, como muestra el título: "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennaft, 2015). Esta guía de lectura muestra cómo el éxito debe comportarse de acuerdo con sus propietarios y sucesores, ya que sintagmatiza la estructura social, en la que el éxito mediático puede ser transferido a sus allegados, lo que funciona en paralelo con el interdiscurso. Según Soares (2018b), en estos casos, "El interdiscurso pasa a actuar de acuerdo con las circunstancias materiales en las que se publica una historia como esta" (Soares, 2018b, p. 328), para transferir significados sobre celebridades como "Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello" a "Julião Pinheiro", el destinatario del éxito en el texto en cuestión.



En la dirección dada por el titular, se observa la estrategia de formulación sintáctica en la que el aposición "hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello" (Pennafort, 2015) presenta quién es "Julião Pinheiro", el sujeto que "lanza un disco" (Pennafort, 2015) y este expeditivo ratifica la observación hecha por Soares (2017) al respecto: "la existencia de una frase que funciona como aposición sirve, de alguna manera, para destacar con precisión quién es el sujeto" (Soares, 2017, p. 136) para los medios y, en consecuencia, quién debe ser el sujeto para el público. Por lo tanto, como primera guía de lectura, el título proporciona algunas condiciones para la producción de los efectos y sujetos producidos en el texto examinado, como el deslizamiento del sentido de éxito de los padres, "Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello" a su hijo "Julião Pinheiro". Al producirse este tipo de fabricación metonímica del efecto de éxito, significa, entre otras cosas, que "Julião Pinheiro" se encuentra entre los sujetos desfavorecidos del éxito mediático.

Dadas las condiciones de producción proporcionadas por la proyección del título del artículo del periódico Estadão en el discurso, corresponde ahora describir e interpretar sus elementos internos, que se refieren sobre todo a lo que se dice sobre la voz del éxito mediático. Así, en el contexto de este texto, podemos ver que después de la afirmación de que un título no es determinante para una carrera profesional, aparece el siguiente fragmento "Una vez terminada la escuela, Julião Pinheiro no recibió ninguna presión de sus padres, el compositor Paulo César Pinheiro y la cavaquinista Luciana Rabello, para decidir qué dirección tomar" (Pennafort, 2015) para respaldar la idea anterior. Bajo el escrutinio discursivo, esta configuración textual-discursiva identifica las condiciones en que Julião Pinheiro recibió su impulso por la música y, al mismo tiempo, verifica la aparente no concurrencia de factores que obligaron al hijo de César Pinheiro a trabajar en otras actividades no mediáticas. Desde esta perspectiva, la formación discursiva conservadora, cuyo papel en la crianza del futuro cantante es fundamental, puede verse en la continuación por parte de Julião Pinheiro de la carrera artística de sus padres.

En el interdiscurso, la formación discursiva conservadora, engendrada por las condiciones de producción de los sujetos, "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello" (Pennafort, 2015), y significados de éxito, es capilarizada por la materialización de los efectos de continuidad del éxito mediático que, a su vez, borra el conjunto de desigualdades existentes en el circuito colectivo brasileño, haciendo del éxito (mediático) no la coronación del mérito, sino un derecho concedido a quien tiene familiares exitosos. Es en estas raíces sociales que "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César



Pinheiro y Luciana Rabello, lanza un álbum" (Pennafort, 2015) cuando menciona su voz en "El CD tiene sambas sincopadas y lúgubres. El vigor de la guitarra de Julião y su voz suave mecen el lirismo de su padre" (Pennafort, 2015), lo hace de una forma que reestructura la transferencia del éxito de padre a hijo por contigüidad.

En conjunción con la fabricación del éxito por proximidad, más adelante, en el texto analizado, aparece el siguiente fragmento sobre la voz: "El CD tiene sambas sincopadas y lúgubres. El vigor de la guitarra de Julião y su voz suave acunan el lirismo de su padre" (Pennafort, 2015). La voz de Julião se caracteriza por ser "suave", pero para no distanciarse del éxito mediático de su padre, "arrulla el lirismo de su padre", es decir, el cantante, que está iniciando su carrera, canta las canciones de alguien cuyo camino hacia el éxito ya está consolidado, "Paulo César Pinheiro". La construcción sintáctico-semántica está orientada por la formación discursiva conservadora que permite decir, como vemos, mucho de los "iluminados" por el éxito y poco de los que aún no están "iniciados". En esta dirección, la "voz suave" aporta a la descripción del lanzamiento del disco la reanudación, vía interdiscurso, de los significados de suavidad, brandura y delicadeza para la interpretación de "Julião".

Además de estos significados que engendran la representación del cantante en cuestión, está la recuperación comparativa, también vía interdiscurso, de la propia performativización de la composición "Paulo César Pinheiro" realizada por otros cantantes ya conocidos e insertados en el imaginario colectivo, como Tom Jobim. De este modo, la descripción de la "voz suave" produce el efecto de continuidad, ya que la principal característica del movimiento de la MPB en Brasil es su suavidad, que contrasta con la feroz lucha ideológica librada por sus miembros en un principio. Además, es posible ver que este rasgo vocal es uno de los más relevantes para el tipo de música en el que se inscriben las producciones del padre de "Julião". Así, la formación discursiva conservadora, en alianza con la formación discursiva liberal de mercado, proporciona la determinación de la "voz suave" como, interdiscursivamente, una cualidad marcadamente positiva de la vocalización realizada por el cantante en el medio musical en el que "edita discos", al mismo tiempo que promueve la comercialización de la "voz suave".

4 Consideraciones finales

Con el objetivo de describir e interpretar los efectos de sentido de las voces propagadas en el periódico Estadão, se analizaron "Tony Bennett se reinventa con un



nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015) y "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennaft, 2015) a la luz de las herramientas interpretativas bien establecidas del Análisis del Discurso. Al investigar las condiciones de producción de cada uno de los artículos, se detectó en ambos la formación discursiva liberal del mercado, responsable de la proliferación de significados articulados a las voces y, en "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza álbum" (Pennaft, 2015), se verificó la presencia de la formación discursiva conservadora, engendrando la proximidad del éxito como el mantenimiento de sus sujetos.

Desde una perspectiva sintética, en "Tony Bennett se reinventa en nuevo álbum" (ESTADÃO, 2015), la voz de Bennett, aunque haya envejecido, sigue siendo capaz de proporcionar encantos y recibe así visibilidad mediática, mientras que en "Julião Pinheiro, hijo de Paulo César Pinheiro y Luciana Rabello, lanza un álbum" (Pennaft, 2015), la voz suave de Julião Pinheiro "encarna el lirismo de su padre" porque, en consecuencia, conserva uno de los rasgos vocales del tipo específico de nicho en el que se inserta su producción, sirviendo así de justificación para obtener el éxito mediático. Por lo tanto, en ambos casos, lo que se dice de la voz sirve principalmente para comercializarla, pero la movilización de significados y temas en cada caso es relativamente diferente, porque en el caso de la voz de Tony Bennett, el cantante se encuentra al final de su carrera y su voz está envejecida, a diferencia de Julião Pinheiro, al principio de su vida profesional, cuya voz aún es suave.

Ante estos hallazgos, podemos corroborar a Soares (2018b) cuando afirma que "Los dichos sobre la voz dentro del discurso del éxito mediático constituyen una manifestación ideológica cuya orientación implica una estética vocal conservadora" (Soares, 2018b, p. 293). Esta observación se une a otra en la que Soares y Boucher (2020) afirman: "Los dichos sobre la voz traducen en la dimensión discursiva, como hemos visto, un conjunto de procedimientos sutiles del aparato mediático utilizados para fabricar la resonancia de las voces del éxito" (Soares; Boucher, 2020, p. 113). En otras palabras, hay una (re)creación de la escucha de la voz del éxito mediático cada vez que la voz es llevada al campo de sus rasgos y/u otras características marcadas en los textos mediático-periodísticos, cuya percepción, salvo en casos muy específicos, se remonta a otras voces existentes en la industria del entretenimiento. En esta dirección, Soares (2024) afirma: "En otras palabras, hay una (re)creación de escuchar la voz del éxito mediático cada vez que la voz es traídos al campo de sus rasgos y/u otras características marcado en textos periodísticos de los medios" (Soares, 2024, p.49). Por lo tanto, lo que se dice de la voz



puede indicar tanto gran parte de la composición de una estética vocal como elementos de una estética de la escucha, ambas como construcciones sociales, integradas en el discurso del éxito mediático.

Referências

AUTHIER-REVUZ, J. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Trad. Leci Borges Barbisan e Valdir do Nascimento Flores. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

ESTADÃO. Tony Bennett se reinventa em novo álbum. **Estadão**. 2015. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/cultura/musica/tony-bennett-se-reinventa-em-novo-album/> Acesso em: 3 ago. 2023.

GUIMARÃES, E. **Texto e argumentação**: um estudo de conjunções do português. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2002.

ORLANDI, E. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

ORLANDI, E. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 6. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

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. p. 59-158.

PÊCHEUX, M. Língua, linguagem, discurso. In: PIOVEZANI, C; SARGENTINI, V. (orgs.). **Legados de Michel Pêcheux inéditos em análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2011. p. 63-76.

PENNAFORT, R. Julião Pinheiro, filho de Paulo César Pinheiro e Luciana Rabello, lança disco. 2015. **Estadão**. 2015. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/cultura/musica/juliao-pinheiro--filho-de-paulo-cesar-pinheiro-e-luciana-rabello--lanca-disco>. Acesso em: 3 ago. 2023.

RASCANTE. In.: *Aulete Digital*. Lexikon Editora Digital. Disponível em: <https://www.aulete.com.br/rascante>. Acesso em: 3 ago. 2023.

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 Editores, 2018a.

SOARES, T. B. **Vozes do sucesso**: uma análise dos discursos sobre os vícios e virtudes da voz na mídia brasileira contemporânea. 2018. 318 p. Tese de Doutorado (Doutorado em Linguística) – Centro de Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018b.

SOARES, T. B. Teoria Crítica e Análise do Discurso: a mídia como objeto comum. **Porto das Letras**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 21–38, 2019a. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/6159>. Acesso em: 3 ago. 2023.



SOARES, T. B. Sentidos da voz: uma análise das unidades de discurso presentes no campo da oratória. **Humanidades & Inovação**, Palmas, v. 6, n. 8, s.p. 2019b. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/929>. Acesso em: 3 ago. 2023.

SOARES, T. B. **Percurso Discursivo**: Heterogeneidades epistemológicas aplicadas. Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

SOARES, T. B. 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. 2023a. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/45792/37636>. Acesso em: 3 ago. 2023.

SOARES, T. B. Descolonizar a análise do discurso brasileira: um ensaio acerca da formação imaginária eurocêntrica. **Periferia**, [S. l.], v. 15, p. e74881, 2023b. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/periferia/article/view/74881>. Acesso em: 17 maio. 2024.

SOARES, T. B.; BOUCHER, D. F. A estética do sucesso vocal: discursos engendrados na construção de vozes de sucesso midiático. **Anuário de Literatura**, [S. l.], v. 25, n. 2, p. 101–118, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/literatura/article/view/2175-7917.2020v25n2p101>. Acesso em: 9 ago. 2023.

SOARES, T. B. **Voz, mídia e sucesso**: sons, sentidos e sociedade. Campinas, SP: Pontes Editores, 2024.

Recebido em: 12 de fevereiro de 2024.

Aceito em: 26 de junho de 2024.