

INTERPELAÇÃO VOCAL: O EFEITO DA VOZ NA COMUTAÇÃO DE SENTIDOS DE SUCESSO ENTRE SUJEITOS MUDIÁTICOS¹

VOCAL INTERPELLATION: THE EFFECT OF THE VOICE IN THE SWITCHING OF SUCCESSFUL SENSES BETWEEN MEDIA SUBJECTS

Damião Francisco Boucher ²

Universidade Federal do Tocantins

Thiago Barbosa Soares³

Universidade Federal do Tocantins

Resumo: O presente artigo tem por objetivo analisar as modalidades do dizer acerca da voz de sucesso no campo da dublagem cinematográfica. Desse empreendimento analítico, buscamos também compreender como a mídia vale-se de memórias sobre a voz, sobretudo para desenvolver uma determinada rede de sentidos com o intuito de firmar a voz como objeto de sucesso. Para o alcance desses objetivos, utilizamos os referenciais teóricos e metodológicos da Análise do Discurso, em específico as noções de processos parafrásticos e polissêmicos na distinção entre “deslocamento” e “comutação de sentidos”, ancoradas na aplicação do conceito de silêncio constitutivo e outros dispositivos indispensáveis na mobilização da dinâmica descrição-interpretação. Utilizamos como corpus a matéria do Fantástico de 12 de dezembro de 2021, intitulada “Dubladores pop: conheça a voz por trás de grandes personagens”. Como resultado desta análise, esperamos entender como a voz e seus efeitos de sentidos constituem e transformam os sujeitos comuns em sujeitos de prestígio por via da comutação dos efeitos de sucesso engendrados em grandes celebridades do campo cinematográfico.

Palavras-chave: Discurso do sucesso; Dublagem, Estética da voz; Mídia; Voz de sucesso.

Abstract: This article aims to analyze the modalities of saying about the successful voice in the field of cinematographic dubbing. From this analytical enterprise, we also seek to understand how the media makes use of memories about the voice, especially to develop a certain network of meanings in order to establish the voice as an object of success. To achieve these objectives, we use the theoretical and methodological frameworks of Discourse Analysis, specifically the notions of paraphrastic and polysemic processes in the distinction between "displacement" and "switching of meanings", anchored in the application of the concept of constitutive silence and other devices. indispensable in the mobilization of the description-interpretation dynamic. We used as corpus the article from Fantástico of December 12, 2021, entitled “Dubladores pop: conheça a voz por trás de grandes personagens”. As a result of this analysis, we hope to understand how the voice and its sense effects constitute and transform ordinary subjects into

¹ Este artigo é derivado do projeto de pesquisa intitulado “O sucesso midiático como ponte para o sucesso político” sob o número de registro 3536 junto à Pró-Reitoria de pesquisa e Pós-graduação da UFT.

² Mestre em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras do Campus de Porto Nacional, da Universidade Federal do Tocantins – UFT. E-mail: boucherplace@gmail.com.

³ Doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Professor nos Cursos de Graduação em Letras e de Pós-Graduação stricto sensu em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT), no Campus de Porto Nacional. E-mail: thiago.soares@mail.uft.edu.br.

prestigious subjects through the commutation of the successful effects engendered in great celebrities in the cinematographic field.

Keywords: Discourse of success; Dubbing, Voice Aesthetics; Media; Voice of success.

Submetido em 19 de dezembro de 2021.

Aprovado em 2 de fevereiro de 2022.

Considerações iniciais

Recentemente, temos visto diferentes maneiras de se alcançar a fama. Dentre vários discursos midiáticos, o do sucesso desponta-se com forte latência na sociedade através do engendramento desses efeitos em diversas plataformas de difusão de informação. Por consequência disso, permite também visibilidade a seus representantes: atores, cantores, e, em específico, os dubladores. Dessas considerações, levando em conta este último profissional das artes cinematográficas, acreditamos que os dizeres sobre a dublagem, ou melhor, sobre a “voz emprestada” aos famosos têm muito a expressar, especialmente no que diz respeito à comutação dos sentidos de sucesso e “à constituição de uma estética vocal de sucesso” (SOARES e BOUCHER, 2020a, p. 103). Sobre a estética vocal que determina a voz de sucesso, podemos afirmar que ela se constitui e se mantém em constante manutenção pelas Formações Imaginárias (doravante FImS). Por seu turno, essas promovem a projeção dos sujeitos, assim como do objeto do discurso numa relação de força, de sentidos e de antecipação cuja carga dinamizadora das relações pré-estabelecidas possibilita a distinção entre lugar e posição (ORLANDI, 2015, p. 37-38). No campo midiático, as FImS estabelecem, não lugares empíricos, mas posições (discursivas) entre sujeitos de sucesso e aqueles não investidos desses efeitos. Diante disso, podemos afirmar que o sucesso:

Parece ser um valor particularmente privilegiado em todas as atuais sociedades de consumo. É, com efeito, uma segmentação social que delimita na sociedade os poucos detentores de *status*; trata-se da produção de um lugar/posição em que figuras, em princípio, extraordinárias, dada sua condição célebre, determinam pensamentos, ações, comportamentos e dizeres. Nessa acepção, os sentidos de sucesso na era contemporânea se diferenciam enormemente de tempos anteriores. (SOARES e BOUCHER, 2020a, p. 102).

De acordo com as ponderações do trecho acima sobre as forças delimitadoras do sucesso e o que se diz sobre a voz de sucesso, podemos alegar que no campo

cinematográfico brasileiro circulam sentidos sobre a voz que apontam a dublagem brasileira como sendo uma das melhores dublagem do mundo, no entanto, apaga-se o fato de que os dublares não são tão conhecidos (SOARES, 2018a, p. 200). Este chamamento, ou melhor, este ato midiático de projetar a imagem do sujeito dublador como um dos melhores profissionais do mundo parece transformar o sujeito comum em sujeito de sucesso. Em outras palavras, “a interpelação dos indivíduos como sujeitos supõe a ‘existência’ de um Outro Sujeito” (ALTHUSSER, 1992, p. 108, aspas do autor). Diante disso, nos últimos tempos, essa mesma rede de sentidos tem difundido dizeres sobre a voz e levado “seus proprietários”, historicamente apagados “do hall da fama”, a adentrar certos espaços com valores particularmente privilegiados, sendo interpelados também como sujeitos de sucesso.

Em vista disso, o presente artigo objetiva analisar as modalidades do dizer acerca da voz de sucesso no campo da dublagem cinematográfica. Dessa iniciativa, buscamos analisar e apreender como a mídia se vale do papel das memórias para inocular sentidos de sucesso, especialmente no que tange ao dinamismo da repetição como um “efeito material que funda comutações e variações, e que assegura — sobretudo ao nível da frase escrita o espaço de estabilidade de uma vulgata parafrástica produzida por recorrência” (PÊCHEUX, 2015, p. 47). Pelas investigações sobre o papel da memória no que tange à voz/dublagem, consideramos também outras noções, princípios e procedimentos da Análise do Discurso (doravante AD), sobretudo a noção de pré-construído investido de efeitos de sucesso. Lançando mão desses procedimentos, buscamos compreender como os discursos midiáticos desenvolvem uma determinada argumentação em que a voz é consolidada como instrumento gerador de sucesso e que esta, exercendo certa influência na comutação dos sentidos de sucesso, consegue permutar, isto é, transferir parte do prestígio de sujeitos investidos de efeitos de sucesso para aqueles sujeitos comuns cujas vozes foram emprestadas.

Feitas essas considerações, trazemos como corpus para exame a matéria do Fantástico de 12 de dezembro de 2021, intitulada “Dubladores pop: conheça a voz por trás de grandes personagens”. A partir da análise a ser empreendida, esperamos compreender como a voz e seus efeitos de sentidos constituem e pela projeção transformam sujeitos comuns em sujeitos de grande prestígio por via da mencionada comutação dos efeitos de sucesso engendrados em grandes celebridades do campo cinematográfico. Na próxima seção, empreendemos uma análise a partir dos enunciados

constitutivos do já mencionado corpus em um batimento que considera, sobretudo, a descrição e a interpretação não só do que é posto, mas daquilo que está pressuposto, subentendido (DUCROT, 1987) e principalmente em silêncio (ORLANDI, 2007, p. 73-74). Por fim, na seção Considerações: A voz/imagem de sucesso, sopesamos nossos apontamentos e refletimos sobre o percurso analítico até aqui percorrido.

2. Análise: efeitos de comutação de sentidos de sucesso pela voz de sucesso

A título de organização didática de nosso empreendimento analítico, faremos inicialmente uma descrição do corpus a ser analisado e posteriormente uma investigação interdiscursiva cotejando pré-construídos, enunciados, bem como suas composições discursivas com o intuito de avaliar suas cargas semânticas diante daquilo que foi atualizado e daquilo que reverbera de outras condições de produção, trazendo à tona memórias que denunciam não somente uma regularidade no que diz respeito à rede de sentidos sobre a voz de sucesso, mas também uma dispersão desses sentidos. Ainda nesse movimento interdiscursivo, ressaltamos o funcionamento da tensão dos elementos linguísticos e suas significações.

Por isso, em nossa análise, além de distanciarmos do “efeito do óbvio”, ou melhor, daquilo que aparentemente parece incontestável e objetivo, apontamos recursivamente a tensão natural da língua que põe os sentidos em constante (des)estabilização. Utilizamos as noções de processos parafrásticos e polissêmicos (PÊCHEUX, 1997, p. 98-99) para compreendermos a distinção entre a ocorrência de um “deslocamento semântico” e de uma “comutação de sentidos de sucesso”, movimento esses que vão além da estrutura sintático-semântica e que tange nível da historicidade. Quanto a essa distinção, é preciso ter em mente que tanto o processo parafrástico quanto o polissêmico constituem a matriz do sentido, porquanto não pode haver sentido sem repetição (paráfrase), assim como podemos afirmar a simultaneidade de “movimentos distintos de sentidos no mesmo objeto simbólico” (ORLANDI, 2015, p. 36) e, nesse último caso, estamos observando a polissemia. Diferente desta, a comutação é apenas um efeito dessa tensão e age como uma troca, uma permuta de características ou de valores privilegiados como o sucesso de um determinado sujeito, para outro que, por razão de sua proximidade ou relação profissional, acaba sendo afetado por esses valores

aparentemente intrínsecos ao referencial primário (o ator ou personagem de sucesso) e que, portanto, só é observável se considerarmos esse efeito como parte das relações sociais que atravessam o simbólico e o político.

De outro modo, a voz como ferramenta fulcral dessa comutação apresenta-se como um “índice simbólico da subjetividade de um sujeito; uma extensão de seu corpo e, portanto, uma continuidade das semelhanças e das diferenças sociais” (SOARES, 2020b, p. 53). Para melhor explicitar a intrincada estrutura da comutação de sentidos de sucesso de um sujeito dotado de prestígio para outro que não está situado no âmbito do sucesso, não devemos olhar somente para o nível sintático-semântico dos enunciados, mas também para as condições de produção deste, uma vez que é nesse âmbito que se apresenta — o jogo de forças na memória. Desse ponto, cabe ressaltar que concebemos memória como “estruturação de materialidade discursiva complexa” (PÊCHEUX, 2015, p. 45), mais especificamente como “memória discursiva”, apontada por Pêcheux (2015) como:

Aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os implícitos (quer dizer, mais tecnicamente os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursivos-transversos, etc. de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível (PÊCHEUX, 2015, p. 46).

Acerca do pré-construído e da rede de sentidos velada funcionando a partir da emergência dos pré-construídos na enunciação (ORLANDI, 2007, p. 67), podemos não só perceber o jogo de forças na memória, mantendo uma regularização pré-existente com a relação parafrástica proveniente da mencionada enunciação intradiscursiva, mas também uma desregulação que vem perturbar a rede de sentidos trabalhando em silêncio. Em outras palavras, a referida rede de sentidos velada (não trabalhando como implícitos, mas como forma de silêncio, como “uma relação parafrástica”) e esse jogo de forças na memória vêm questionar a estabilidade parafrástica e dissipar a ilusão de evidência da proposição, da estrutura linguística do enunciado e as suas estáveis significações (PÊCHEUX, 2015, p. 47).

Por isso, ao mencionar o enunciado no momento de sua aparição, também devemos investigar o contexto sócio-histórico desse e a relação de sentido existente entre aquilo que está sendo dito e o que está em silêncio. Dessa forma, conseguiremos compreender, por exemplo, que o dizível em relação ao já-dito funciona como uma resposta direta ou indireta a outro discurso dado” (PÊCHEUX, 1997, p. 77) que

continuamente faz parte também desse contexto imediato. Os já-dito são memórias, ou melhor, materialidades sutis dotadas de sentidos que se apresentam como efeitos na língua funcionando em silêncio e, através desses mecanismos linguísticos, funcionam como “defratores de sentidos”, ou seja, desviando, apagando sentidos que se quer evitar (ORLANDI, 2007, p. 72-74).

É a partir dessas ponderações que verificamos o funcionamento da matéria do Fantástico de 12 de dezembro de 2021 logo abaixo:

Dubladores pop: conheça a voz por trás de grandes personagens

O Fantástico conversou com vozes famosas por trás dos filmes, das séries e dos desenhos animados que marcaram gerações.

Você lembra daquela voz do personagem do seu desenho favorito? Ou reconhece sempre a mesma voz em filmes com a Julia Roberts e Amy Adams? O Fantástico mostra por que a dublagem brasileira é considerada uma das melhores do mundo.

Isso é Fantástico: Descubra detalhes curiosos sobre a dublagem brasileira, que é considerada uma das melhores do mundo.

As versões brasileiras são feitas por **atores certificados**, preocupados com sincronia labial e adaptação do texto. Eles **nos transportam para um mundo mágico com o poder da voz** e, com a internet, **as famosas vozes ganharam nome, rosto, idade e reconhecimento.**

“São 11 milhões de analfabetos no Brasil e mais pessoas que têm alguma deficiência visual. A dublagem é importantíssima nesse aspecto também”, explica o dublador Marco Ribeiro.

Para **dar visibilidade** aos dubladores e **a todos os que trabalham e apreciam essa arte, a DublaCon reuniu os maiores nomes da dublagem nacional** neste sábado (11). **Os profissionais** trocaram experiências, contaram histórias de bastidores e puderam estar mais perto **dos fãs** na primeira conferência de dublagem do país. (...) Selma Lopes, de 93 anos, **é a rainha da dublagem brasileira**, e já dublou personagens como **Marge Simpson** e a atriz americana **Whoopi Goldberg**.

“A Rússia é um país onde é uma voz para todos os personagens. Seja adulto, criança, adolescente”, explica Ygor Guidoux, idealizador da DublaCon.

Inicialmente, nos deparamos com vários pré-construídos de sucesso, que vão do próprio título até as celebridades mencionadas. Em outras palavras, “os dizeres segundo os quais se assentam sua fama estão no estado de já-ditos sempre sendo retomados quando se **enuncia ‘x’**” (SOARES, 2020, p. 60, **negrito nosso**). Neste caso, o pré-construído de sucesso aparece na enunciação como um caracterizador de nomes, produzindo sentidos de sucesso e funcionando como restritivo de seu reconhecimento profissional. Assim, os dubladores são posicionados em um espaço de prestígio na qual, de forma subentendida, no mundo dos artistas existem dubladores não reconhecidos, melhor dizendo, não populares em detrimento daqueles que são “pop”. Outro aspecto

que é preciso destacar é o fato de que a voz é discursivizada como a própria personificação do dublador. Em um processamento parafrástico mais amplo, no lugar de “conheça o ‘dublador’ por trás de grandes personagens”, temos a voz despontando como a materialidade identitária desse profissional. Nesse ato enunciativo, verificamos o funcionamento dos processos polissêmicos no deslizamento da significação de “voz” para “dublador” provocando um efeito de indissociabilidade entre dublador e sua voz. Já o verbo “conhecer” ratifica a ideia de que mesmo sendo “pop” há uma assimetria de reconhecimento entre a voz (dublador) que precisa ser (re)conhecida e “os grandes personagens” que pressupostamente estão à frente da glória do grande público, despontando como detentor dessa voz de sucesso.

Sobre essa hierarquia, velada pela suposta democracia midiática dada à voz, Soares (2018b) afirma que:

Todos “podem” alcançar o estrelato, já que possuem matéria fônica. Uma ilusão passível de ser criticada, porém difícil de ser percebida. Ora, os dizeres sobre a voz se encontram em germe no interior das estruturas textual-argumentativas. Cada voz rege uma posição social midiaticizada com suas nuances, suas tensões e suas tonalidades, engendrando dizeres que apagam outros, ou seja, sentidos são suprimidos para que outros possam emergir em seu lugar (SOARES, 2018b, p. 191).

Desse recorte acima, percebemos as razões pelas quais a maioria das vozes são excluídas e outras poucas elevadas ao estrelato. Isso se dá porque todos os sujeitos possuem matéria fônica que produzem sentidos não só pelos significados constitutivos dos dizeres, mas também pelos traços distintivos da voz (valorados pela mídia) que permitem a assimetria entre sujeitos comuns e de sucesso. Logo, sentidos e sujeitos são intrínsecos permitindo que o próprio sucesso midiático aconteça dentro de um regime de capitalização, ou melhor, dentro de uma “gramática mais ou menos própria que lhe vincula a um campo⁴ no qual é disseminado” (SOARES, 2018b, p. 191).

Ao levarmos em consideração o contexto sócio-histórico e as FImS, podemos compreender que a assimetria se alarga, porquanto alguns personagens que carregam consigo a representação de sucesso como **Julia Roberts** e **Amy Adams**, por exemplo, dão a essa voz uma determinada imagem. Mais que isso, esses artistas (já atravessados pelos efeitos de sucesso) são os “porta-vozes originários” da aparição dessa voz (não

⁴ Aqui não estamos nos referindo ao “campo discursivo” de Maingueneau (1997) para quem esse é “definível como um conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência, em sentido amplo, e se delimitam, pois, por uma posição inciativa em uma dada região” (p. 116), mas sim a uma área de atuação da língua em uma sociedade com semioses *sui generis* difundidas em suportes modais e multimodais.

conhecida) no Brasil e, logo, os traços distintivos (as nuances como a sonoridade, as tensões, o timbre, as tonalidades, ou seja, a estética em geral da voz) que entrelaçam a imagem do artista à voz marcante causam o efeito de unidade identitária, isto é, um efeito de comutação de sentidos que transforma a voz desconhecida (do dublador) na própria voz de sucesso, porquanto esta, pela projeção desses efeitos, já não pertence mais ao dublador que é apagado, mas faz parte do sujeito “artista-personagem” de sucesso, pois a ele a voz é emprestada (SOARES, 2018a, p. 201).

Ainda sobre esse apagamento, podemos verificar o silêncio constitutivo (ORLANDI, 2007, p. 73) funcionando no enunciado “O Fantástico conversou com **vozes famosas** por trás dos filmes, das séries e dos desenhos animados que marcaram gerações.”. O sintagma em destaque (vozes famosas) trabalha na tentativa de apagar outros sentidos possíveis que, nesse caso, é o efeito de anonimato. No entanto, ao investigar as relações parafrásticas existentes entre “vozes famosas” e “dublador”, conseguimos chegar à proposição “O Fantástico conversou com **dubladores**”. Percebe-se dessa relação parafrástica que o elemento linguístico “dubladores” sem o caracterizador “famosos” esvazia a carga semântica de sucesso que a mídia tenta projetar ao selecionar o sintagma “vozes famosas”. O sintagma verbal “conversar” junto à preposição “com”, permite-nos pressupor um alguém, um sujeito dono dessa voz famosa, mas que não carrega o prestígio da fama, diferente daqueles que tomam emprestado suas vozes (SOARES, 2018a, p. 200). Ora, poderíamos dizer que temos, nesse aspecto, uma relação de proximidade, uma metonímia, substituindo um termo (vozes famosas) por outro (dubladores de vozes famosas) trocando o sujeito pelo seu atributo, entretanto, saindo da aparente obviedade linguística, vemos aqui uma desregulação de sentidos nas memórias discursivas (PÊCHEUX, 2015, p. 47) se considerarmos na relação parafrástica a proposição “O Fantástico conversou com **dubladores de vozes famosas**”, porquanto é no interdiscurso (sobretudo se considerarmos o contexto sócio-histórico) que a condição de anonimato é percebida, isto é, o desprestígio e a aparente insignificância dos dubladores em relação a suas vozes. Como resultado desse engendramento de sucesso, o fato do Fantástico conversar com “vozes famosas” apaga o sujeito dublador e sua condição histórica de anonimato, integrando-o simultaneamente parcialmente ao sucesso atribuído a sua voz.

Mais abaixo no texto do Fantástico, especificamente no primeiro parágrafo, pudemos observar a reportagem chamando o leitor a rememorar momentos de sua vida

pelo estatuto da voz: “**Você lembra daquela voz do personagem do seu desenho favorito?** Nesse caso, os efeitos da voz trazem à tona memórias e funcionam como identificadores de imagens. Existem traços distintivos na voz de sucesso que ligam o telespectador ao “**personagem do seu desenho favorito**”.

Na perspectiva dos traços identificadores da voz, a partir da mídia, a voz se apresenta como uma ferramenta complexa e de alto potencial de projeção social (SOARES e BOUCHER, 2020a, p. 103), visto que os sujeitos de sucesso tomam posse dela, apagando conseqüentemente seu enunciador⁵ real. Ao tocar na questão do enunciador original, geralmente somos tomados pelos efeitos da memória ao ponto de atribuímos a voz de uma personagem famosa à outra personagem com o mesmo prestígio antes de fazer referência ao próprio dublador e, por esse comportamento, não fazendo uma observação psicologizante, mas antes apontando um efeito discursivo histórico e socialmente engendrado pela discursividade midiática é que podemos afirmar que há nesse o efeito do silenciamento constitutivo, porquanto dubladores são historicamente apagados da relação voz e imagem de sucesso. No entanto, voz e imagem de sucesso são capazes de colocar em posição de prestígio aqueles que estão por traz do trabalho de dublagem não pelo reconhecimento profissional, mas pelo atravessamento do sucesso (de sujeitos dotados de prestígio midiático) que é comutado aos seus dubladores. Podemos constatar essa afirmativa pelos efeitos de sucesso engendrados no sintagma “dubladores”, logo depois dos nomes de **Julia Roberts** e **Amy Adams**, pré-construídos que reverberam o sucesso midiático. Sobre esses pré-construídos, ainda podemos afirmar que “O poder que o nome de um sujeito de sucesso tem é portador de enorme influência sobre as pessoas” (SOARES, 2020b, 38).

Ao delimitar nosso foco analítico na construção sintática do enunciado “**daquela voz do personagem**”, observamos os efeitos de posse pelo elemento linguístico “do”, contração da preposição “de”, mais o determinante masculino “o”. A voz “pertence” ao personagem de seu desenho favorito, ou seja, voz e imagem interligam-se de forma a apagar a identidade do dublador como se, de forma natural, aquela voz estivesse sempre destinada a ser proferida por aquele herói, aquele vilão ou o coadjuvante que muitas vezes rouba a cena e se torna figura-chave na trama.

⁵ Nesse caso, o termo enunciador não é entendido como parte da teoria da enunciação, mas como o sujeito que verbaliza a dublagem, diz-se daquele que utiliza a voz no processo de tradução.

Através dos discursos veiculados sobre a materialização da voz na produção de sujeitos de sucesso podemos compreender que esse processo de interpelação (ALTHUSSER, 1992, p. 108) da voz em sujeito de sucesso ocorre porque também acreditamos existir uma força delimitadora da estética da recepção de sucesso (SOARES e BOUCHER, 2020a, p. 101). Acerca dessa força, nos aprofundaremos nos parágrafos seguintes.

No recorte “O Fantástico mostra por que a dublagem brasileira é **considerada uma das melhores do mundo**”, o Fantástico classifica a dublagem brasileira como “**uma das melhores do mundo**” e, com isso, potencializa seus argumentos utilizando efeitos de autoridade e de legitimidade ao selecionar o sintagma “**atores certificados**” para classificar a qualidade dos dubladores brasileiros no enunciado “As versões brasileiras são feitas por **atores certificados...**”. Também podemos pressupor da oração “**preocupados com sincronia labial e adaptação do texto**” um efeito restritivo e, logo, a possibilidade de haver uma parcela de atores “despreocupados com a sincronia labial e adaptação do texto”, fator este que sustenta a tessitura argumentativa empregada em “a dublagem brasileira é considerada uma das melhores do mundo”. Essa ideia também é reforçada ao final do texto no enunciado: “**‘A Rússia é um país onde é uma voz para todos os personagens. Seja adulto, criança, adolescente’, explica Ygor Guidoux, idealizador da DublaCon.**” Nesse trecho, o suporte midiático busca colocar em funcionamento o efeito de desleixo imputado à dublagem realizada em outros países com relação à qualidade e precisão da dublagem brasileira. Por muitas vezes é possível constatar apenas “uma voz para todos os personagens” em versões para outros idiomas diferentes do português latino, ou seja, não há vários sujeitos com suas vozes que possam distinguir cada personagem pelas nuances, tensões e tonalidades e dar a eles identidade vocal. Também verificamos a chancela da autoridade discursivizada na importância da voz pela enunciação de **Ygor Guidoux, idealizador da DublaCon**, causando ainda o efeito de distanciamento daquilo que o suporte midiático defende e divulga sobre a dublagem.

É preciso pontuar que, no corpus em análise, a voz é tratada como uma ponte para que os dubladores (outrora apagados) alcancem alguma posição de prestígio. Para a criação de aderência de certas vozes ao grande público, exercita-se, com matérias e outros expedientes, o trazer à baila e dizer sobre para retirar do anonimato aquilo que intuitivamente se sabe. Nessa toada, a relevância que a voz exerce em nosso imaginário,

segundo Aristóteles (19-? p. 173), mostra-nos que a voz, como via de acesso às camadas externas e internas da sensibilidade humana, transforma sujeitos comuns em verdadeiros avatares encantadores, pois sua importância remonta a contextos absolutamente anteriores aos atuais:

O homem ocupa-se da voz, das diferentes maneiras de a empregar para expressar cada paixão: ora forte, ora fraca, ora média; estuda igualmente os diferentes tons que a voz pode assumir, alternadamente aguda ou grave ou média, em cada circunstância (ARISTÓTELES, 19-?, p. 173).

No horizonte significativo do valor da voz pontuado acima, e, ainda perquirindo o que se diz sobre a voz, percebemos no trecho aristotélico os traços distintivos da voz quanto a sua força, tom ou vibração, esses elementos dão identidade à voz, pois a tornam um instrumento complexo de atuação subjetiva capaz de transformar quem a usa em um sujeito de sucesso no interior do tecido social que necessita continuamente de vozes emprestadas.

Notamos desse ponto que, no campo intradiscursivo, a rede formada por estruturas enunciativas sobre a voz de sucesso é (re)constituída pelo interdiscurso para atualizar-se nos discursos midiáticos e, com isso, retroalimentar determinados padrões estéticos acerca da voz. Tais traços vocais componentes desses padrões estéticos produzem marcas de sentidos “as quais estabelecem também o padrão estético da escuta” (SOARES e BOUCHER, 2020a, p. 105), segundo essa formação discursiva condicionada por tal estética da recepção (como uma força delimitadora de sentidos de sucesso) em cuja voz encontra e exerce seu poder.

Com essas considerações, aliadas ao projeto analítico ora posto em marcha, é possível dizer que em “Eles **nos transportam para um mundo mágico com o poder da voz**” a voz ganha poder de transportar pessoas para “um mundo mágico”, assim como na “Ilíada”, de Homero, que nos alertou sobre o poder “da doce voz” das sereias que encantava e levava os marinheiros à loucura (HOMERO, XII, 2010, p. 196). Ainda sobre o imaginário que circunda o espaço da voz e seus atributos especiais e sobrenaturais, Gláucia Laís Salomão (2008) ratifica que:

O conhecimento relativo à produção e percepção da voz humana, assim como o conhecimento a respeito do ser humano e do mundo em geral, desenvolveu-se vinculado ao desenvolvimento cultural das sociedades. Na antiguidade os fenômenos naturais eram vistos como religiosos ou sobrenaturais. No Egito antigo, por exemplo, atribuía-se um poder mágico aos pulmões, o qual poderia ser mesmo utilizado como uma espécie de amuleto para espantar o mal. Não se sabia ainda da

conexão entre o ar proveniente dos pulmões e a produção do som vocal. Na Índia antiga, movimentos do vento e do fogo eram vinculados à criação da voz e da fala. Na Babilônia, mais de 2000 anos antes do nascimento de Cristo, doenças eram atribuídas a demônios, sendo que a cada parte do corpo correspondia um pequeno demônio (SALOMÃO, 2008, p. 14-15).

Ao fazer esse percurso histórico sobre o imaginário que sustenta o poder da voz, Salomão (2008) nos ajuda a compreender que o como e o que se diz da voz em tempos distintos reflete e refrata os atributos especiais e até mesmo “sobrenaturais” da voz e, em boa medida, determina a identidade dos interlocutores, as posições de mando e as relações socio-comunicacionais de forma geral. Assim, é a partir do exame das FImS que podemos perceber as regularidades (mas também a desregulação) (PÊCHEUX, 2015, p. 47) nos dizeres sobre a voz/dublagem (de sucesso) que, ampararam outros dizeres sobre a voz, perpetuam-se na continuidade sócio-histórica desses sentidos ao retornarem em discursos midiáticos, tal como este em exame.

No seguinte recorte “E, com a internet, **as famosas vozes ganharam nome, rosto, idade e reconhecimento**”, as vozes de sucesso, ou seja, “**as famosas vozes**” apresentam-se, mais uma vez, como entidades desvinculadas de seus detentores para doar-lhes “**nome**”, “**rosto**”, “**idade**” e “**reconhecimento**”. Aqui, portanto, temos outro efeito de comutação de sentidos de sucesso que nos traz a polissemia nos sintagmas: “famosas vozes”, “nome”, “rosto”, “idade”, e, por fim, “reconhecimento”, porquanto, nesse mesmo trecho, a voz — inerentemente ligada à imagem-sujeito de sucesso — é tratada pela mídia manifestamente como o princípio identificador, interpelador de sujeitos comuns em sujeitos de sucesso em detrimento do desempenho vocal realizado pelos seus dubladores. Em “**as famosas vozes**”, seus sentidos deslizam para “**as vozes dos famosos**”, isto é, daqueles artistas de sucesso que foram interpretados pelos profissionais de dublagem, uma vez que “com a internet” esses profissionais puderam “ter voz e vez”, ou melhor, serem identificados pelos fãs que têm o interesse de saber quem está por traz do trabalho de dublagem. Com esses efeitos, o sucesso atravessa dublador, artista/personagem e vozes, formando uma espécie de “bloco semântico” em que a polissemia do sintagma “as famosas vozes” integra o que está pressuposto (dublador sem rosto, sem idade nem reconhecimento) à fama que a sua voz já possui por estar vinculada a imagens de sucesso.

“São 11 milhões de analfabetos no Brasil e mais pessoas que têm alguma deficiência visual. A dublagem é importantíssima nesse aspecto também”, explica o dublador Marco Ribeiro.

Nesse trecho, subentendida no sintagma “A dublagem”, a voz refere-se a um papel social para o enunciador, já que se torna instrumento de acessibilidade e inclusão para aqueles que, de alguma forma, sem ela não teriam acesso aos sentidos veiculados por meio da dublagem. A partir dessa observação um tanto superficial, pelo modo como os elementos linguísticos “11 milhões de analfabetos” e “pessoas que têm alguma deficiência visual” estão dispostos e articulados, constatamos o posicionamento midiático sobre a relevância da voz e, por conseguinte, o direcionamento interpretativo dos efeitos da peça informativa (SOARES, 2018a, p. 43).

Um desses direcionamentos é o fato da notícia deslocar os sentidos de “analfabetos”, um termo do campo social que passa reverberar seus sentidos no campo biológico. De outro modo, em outras condições de produção, especificamente no regime de saber educacional, analfabetismo é, em síntese grosseira, o estado ou a condição de falta de instrução (ler e escrever), todavia, o fato do sintagma “**11 milhões de analfabetos no Brasil**” estar vinculado por uma conjunção aditiva ao sintagma “**e mais pessoas que têm alguma deficiência visual**”, permite outros sentidos possíveis (SOARES, 2018b, p. 191). Por exemplo, o fato do item lexical “analfabeto” estar na classe de deficiência ou déficit biológico causa a polissemia e faz deslizar os sentidos de um “problema social” para um “problema biológico” em que a voz assume um papel mais relevante na supressão desse hiato, que, grosso modo, tem o poder de amenizar tanto algum tipo de problema social quanto limitações físicas.

Consoante os dados desta análise, aprofundamos ainda mais nossa leitura sobre o recorte “11 milhões de analfabetos no Brasil”, surge a seguinte reflexão: como a voz da dublagem se apresenta nos discursos midiáticos como a solução de um problema social como o analfabetismo? Não seria a situação do monolinguismo no Brasil a oportunidade mercadológica para que a voz traduzida da dublagem se desponte como um dos diversos produtos do mercado cinematográfico que movimentam a economia brasileira? Segundo Soares, “É, então, ao monolinguismo que interessa fundamentalmente a dublagem, porquanto esse é um mercado de venda da voz que traduz outra voz, a voz estrangeira e ‘original’, que num lugar em que se fala uma língua se faz necessário” (SOARES, 2018a, p. 200). De outro modo, Soares nos convida

a refletir sobre o poder da voz vinculada aos sujeitos de sucesso que “são veiculados pela mídia em favor do consumo” (SOARES, 2020b, 38).

“Para **dar visibilidade** aos dubladores e a **todos os que trabalham e apreciam essa arte**, a **DublaCon reuniu os maiores nomes da dublagem nacional** neste sábado (11).”

No enunciado acima, focalizamos os efeitos que funcionam em silêncio nas relações linguísticas em destaque, a saber, “dar visibilidade”, “todos os que trabalham e apreciam essa arte” e “os maiores nomes da dublagem nacional”. Em linhas gerais, os sentidos engendrados no enunciado em análise fazem funcionar as oposições semânticas “visibilidade vs. invisibilidade”, “prestígio vs. desprestígio” e “sucesso vs. insucesso”. Cabe ressaltar que todas essas oposições têm relação intrínseca com a voz que aparece mais uma vez representada pelos sintagmas “dubladores” e “dublagem”.

Através desse apontamento, podemos corroborar que: a) Se a DublaCon precisa dar visibilidade a dubladores, pressupomos que esse grupo de profissionais se encontra invisível aos olhos do público; b) o uso da conjunção aditiva “e” causa o efeito de adição de dois conjuntos: “os dubladores” e “todos os que trabalham e apreciam essa arte”. Com isso, vemos funcionar um efeito de assimetria em que o sintagma “dubladores” recebe carga semântica de relevância em detrimento da expressão “todos os que trabalham e apreciam essa arte”. Em outros termos, há uma distinção latente entre aqueles que detêm e usam a voz como instrumento (sujeitos de prestígio) e aqueles que somente trabalham com os que a usam, sem deixar de mencionar também a classe de sujeito que simplesmente a aprecia como arte (sujeitos sem sucesso midiático em sua maioria). Mais uma vez, a voz de sucesso é colocada em uma posição de prestígio, já que “todos possuem a matéria fônica, no entanto, levando em consideração as posições sociais midiáticas regidas pela voz” (SOARES, 2018b, p. 191), somente uma parcela desses sujeitos tem a autoridade, a legitimidade e a potência para fazer da voz um instrumento de destaque e ascensão social.

Quanto ao enunciado “os maiores nomes da dublagem nacional”, se observarmos sua conjuntura sócio-histórica mais ampla na qual os efeitos engendrados aqui sustentam e refratam a ideia geral de que há uma competição, ou melhor, uma classificação que determina e separa “os maiores nomes da dublagem nacional”, quais seriam os aspectos ou traços distintivos para a classificação entre “maiores” e “menores” nomes da dublagem nacional? Como se daria a divisão entre dublagem de

prestígio e dublagem sem prestígio? Mais uma vez, deparamo-nos com o discurso sobre a voz de sucesso recebendo representatividade, na movência de sentidos que funciona em silêncio e de forma quase imperceptível.

Na movimentação dos silêncios constitutivos (ORLANDI, 2007) e fazendo uso do interdiscurso para compreendermos a razão pela qual vozes são caracterizadas como de sucesso (ou não), podemos compreender que no universo cinematográfico, o discurso do sucesso determina quem chega ao estrelato, como **Julia Roberts** e **Amy Adams**, por exemplo, ou quem, mesmo interpretando personagens famosos como o Super-Homem, não consegue virar um astro de Hollywood, como é o caso de Brandon Routh que “longe do potencial estrelato” (FURTADO, 2018, p. 1) foi “apagado da história” do personagem. Ao considerar a visibilidade que se dá a esses sujeitos de sucesso, afirmamos que parte de seus prestígios são comutados para as vozes que traduzem a “voz original” (FURTADO, 2018, p. 1).

Dessas considerações, podemos concordar com a reflexão de que “Essa relação de subserviência da voz **dos dubladores brasileiros** à indústria cinematográfica grava no discurso a sujeição do sujeito dublador aos sujeitos do sucesso” (SOARES, 2018a, p. 201, **negrito nosso**) Em outras palavras, a mídia distingue “**os maiores nomes da dublagem nacional**” (dos piores nomes ou dos nomes sem expressão), levando em consideração os sujeitos de sucesso e seu alto nível de prestígio no campo artístico.

“Os **profissionais** trocaram experiências, contaram histórias de bastidores e puderam estar mais perto dos **fãs** na primeira conferência de dublagem do país.”

Voltando o olhar analítico para o enunciado supracitado, nesse recorte acima, chamamos a atenção para dois pré-construídos que se relacionam e se interagem em uma estabilização (processo parafrástico) e um deslocamento semântico (processo polissêmico), a saber, “profissionais” e “fãs”. Este último, ora aproxima os sentidos do elemento linguístico “profissionais” para o campo do trabalho comum, ora os afasta desse âmbito fazendo com que o referido sintagma se desloque para o campo do sucesso (artístico) no qual o trabalho tenha alto prestígio a ponto de ser digno de tietagem.

Em conformidade com esses levantamentos, constatamos que eles, “os profissionais” não são propriamente os sujeitos-personagens de sucesso, mas o poder que a mídia dá à voz em seus dizeres provoca o efeito de comutação de sentidos em que

“os profissionais” passa a reverberar sucesso, ou melhor, tenha uma relação sinonímica com outro termo: “famosos”.

Por isso, considerando uma relação parafrástica, não soaria estranho uma enunciação como “os **famosos** trocaram experiências, contaram histórias de bastidores e puderam estar mais perto dos **fãs** na primeira conferência de dublagem do país.” Logo, a interpelação (ALTHUSSER, 1992, p. 108) dos dubladores em “sujeitos famosos” e conseqüentemente a comutação dos sentidos de um campo profissional com menor prestígio (a dublagem) para outro com maior circulação do sucesso (o mundo dos personagens de animação, atores e atrizes cinematográficos), dão-se pela carga semântica e a sua interação gravitacional⁶ com outros elementos da enunciação, bem como outros elementos sócio-históricos envolvidos. Nessa perspectiva, podemos constatar que o sintagma “fãs” que gira em torno do campo discursivo midiático no qual há uma relação de força que provoca a assimetria entre “famosos” e seus “fãs” engendra efeitos de sucesso na construção sintático-semântica do enunciado em análise.

“**Selma Lopes**, de 93 anos, é a **rainha da dublagem brasileira**, e já dublou personagens como **Marge Simpson** e a atriz americana **Whoopi Goldberg**.”

Acima observamos o trabalho do pré-construído de sucesso “rainha” no sintagma “é a **rainha da dublagem brasileira**”. Vemos, desse ponto, o trabalho do esquecimento número 1 que nos faz ter a ilusão de ser a fonte do dizer e o número 2 causando a ilusão de que o dizer só poderia ser concebido daquele modo e não de outro (PÊCHEUX e FUCHS, 1997, p. 176). Nessa mesma perspectiva, percebemos o funcionamento desses esquecimentos em enunciados similares como “**o rei Pelé** é o maior jogador de futebol de todos os tempos”; “**o rei Roberto Carlos** é o maior cantor do Brasil” e “Xuxa é a rainha dos baixinhos”. Portanto, “Os enunciados acima, de acordo com os dois esquecimentos, não poderiam ser outros e são originais” (SOARES, 2018c, p. 119).

Por conseguinte, podemos constatar que não é tarefa fácil perceber o funcionamento dessa gramática do sucesso nas construções enunciativas sintaticamente determinadas pela formação discursiva do sucesso midiático. Em outras palavras, o discurso do sucesso funciona como “uma necessidade imposta por forças sociais que

⁶ Termo emprestado da física para melhor explicitar as relações entre elementos linguísticos que por natureza de seu campo exercem força proximal entre ambos como, por exemplo, ídolo e fã, professor e aluno, pai e mãe, carrasco e vítima, etc.

definem o *modus operandi* dos sujeitos” (SOARES, 2018b, 171) e que, portanto, de uma forma ou de outra, todos são assujeitados a uma FD que, nesse caso, dá visibilidade a **Selma Lopes** (e a tantos outros) a qual é investida de efeitos de sucesso, em grande parte, pela sua atuação vocal sendo dubladora de sujeitos e personagens de sucesso “como **Marge Simpson** e a atriz americana **Whoopi Goldberg**”. Por fim, compreendemos que a rede de enunciados que repele alguns sentidos sobre a dublagem, ou melhor, a voz de sucesso e atraem outros para o seu campo de regularidades, determinando o que pode (ou não pode) ser dublagem de sucesso, também estabelece uma estética da recepção em que sentidos, atributos de sucesso em geral (como a fama, a aparência, a voz sexy, romântica, rouca, calma, etc.) e especialmente sujeitos comuns (interpelados em sujeitos de sucesso) estão em constante processo de comutação.

Considerações: o sucesso como plataforma para a voz/dublagem de sucesso

Com este percurso analítico, pudemos observar, refletir e conseqüentemente constatar alguns de nossos apontamentos iniciais sobre a voz de sucesso no campo da dublagem cinematográfica, bem como a comutação dos efeitos de sucesso. Primeiramente depreendemos como a mídia articula seus dizeres entorno de elementos linguísticos que fazem emergir do interdiscurso, isto é, do campo constitutivo dos sentidos, os efeitos de sucesso os quais servem, sobretudo, como catalizador do potencial argumentativo midiático, porquanto o discurso do sucesso é por si só arquipotente (SOARES, 2018b, p. 170).

Quanto ao papel da memória exercendo relevância central no trabalho de constituição e movência dos sentidos, encontra-se inerentemente vinculada à voz e a imagem, pois dublagem (voz) e sujeitos de sucesso (imagem) se entrelaçam de tal forma que aparentemente não é possível tocar em um sem tanger o outro. De outro modo, sujeitos, sentidos, voz e memórias são indissociáveis, pois os traços distintivos que compõem a voz do dublador (o timbre, a sonoridade, a musicalidade, ou seja, a estilística ampla que compõe a identidade da voz), a posição do sujeito enunciador (atravessado por um tempo/espaço/memórias) são os responsáveis pela identidade da matéria fônica. Dessa forma, essa materialidade, isto é, a dublagem, ao passar por todo o processo de sincronização (imagem e voz) através da mixagem e ao ser lançado ou publicado pelos meios de difusão (cinema, streaming, etc.), projeta no sujeito

telespectador a ilusão de unidade identitária. Assim, ao ouvir sua voz, o sujeito relembra a imagem ou ao avistar a imagem do artista/personagem, esta remete o sujeito telespectador aos sons que constituem a identidade da voz de sucesso.

Em relação ao processo de comutação dos sentidos de sucesso constituídos pela voz, podemos afirmar que o sucesso do artista, detentor da voz emprestada comuta ao dublador apagado uma parcela desses efeitos de sucesso que dão novos sentidos ao papel do dublador e à própria significação do elemento social “sucesso”. Aliás, o dublador discursivizado pela mídia e agora investido desse legado pela realização da troca, melhor dizendo, da permuta de sua voz por uma certa quantia do prestígio e fama do sujeito de sucesso, é lançado pelos discursos midiáticos de tal maneira que os sentidos de sucesso passam a não reverberar “um trabalho bem sucedido do profissional da dublagem”, mas “um trabalho que transfere parte do sucesso do artista/personagem ao dublador envolvido no processo”, tirando-o do apagamento dado ao trabalho do dublador como se ele fosse o próprio artista principal. Por essa razão, corroboramos a ideia de Soares (2018b) ao afirmar que:

O sucesso é meritocrático, a voz é democrática na medida em que todos a tenham, portanto, afirmar que a voz é um meio de ascender socialmente é válido se o sucesso é feito através da voz. Nesse sentido, se mantém a ilusão do sujeito ser a origem de seu sucesso e a voz, em seus empregos, um talento individual. A ideologia meritocrática do sucesso produz o efeito Münchhausen – Pêcheux (2009), ao tratar da interpelação ideológica, toma uma história do barão Münchhausen em que esse se puxa pelos próprios cabelos para sair de um pântano –, ou seja, o sujeito tem o que é preciso para atingir seus objetivos, nesse caso, voz e aptidão. Aqui, então, encontra-se um dos mecanismos de funcionamento discursivo da meritocracia e do sucesso, o efeito de auto-fabricação (SOARES, 2018b, p. 195).

Dessa perspectiva, levando em consideração o trecho acima, sobretudo a ideia da interpelação ideológica (ALTHUSSER, 1992, p. 108) que a mídia faz ao posicionar os dubladores brasileiros e, conseqüentemente, suas vozes como “as melhores do mundo” e diante do que foi descrito e analisado, podemos afirmar que a continuidade dos estudos sobre interpelação e identidade no que diz respeito à voz como efeito de comutação dos sentidos de sucesso é de extrema relevância para compreendermos o micro e o macro funcionamento dos sentidos de/sobre o sucesso. Por exemplo, alcançar a percepção de como os sentidos “sucesso da dublagem” (um trabalho eficiente) e “dublagem de sucesso” (um trabalho investido dos efeitos de sucesso gerados pela mídia), engendrados nos sintagmas “**vozes famosas**”, “**atores certificados**”, “**famosas vozes**” “**maiores nomes**” e “**os profissionais**”, misturam-se e são confundidos de tal forma que somente um olhar atento a essa diferença, permite-nos, sobretudo dissipar o

efeito da obviedade nos enunciados e depreender que a voz para alcançar prestígio e chegar à fama precisa não só passar por um “trabalho eficiente de atores certificados” (o óbvio), mas também se vincular aos sujeitos investidos de sucesso pela interpelação midiática. A continuidade dos estudos sobre a comutação dos sentidos de sucesso também nos permite chegar à conclusão de que uma voz (qualquer) discursivizada pela mídia pode se tornar a “porta-voz” dos atributos de sucesso que se encontram na posse das celebridades e, logo, ter o poder de transferir ao dublador parte dos prestígios retroalimentados por essa mídia através do discurso do sucesso.

Referências

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

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Trad. Eduardo Guimarães. Campinas, SP: Pontes, 1987.

FURTADO, Renato. 10 atores que tentaram, mas não conseguiram ser estrelas de Hollywood. **Adorocinema**. Jun. 2018. Acesso em 16/01/2022. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-140711/>

HENRY, Paul. **Construções relativas e articulações discursivas**/ Paul Henry; tradução: João Wanderley Geraldo e Celene Margarida Cruz. Cad. Est. Ling., Campinas, SP (19): p. 43-64, jul./dez. 1990.

HOMERO. **Odisséia**. Trad. (em prosa) Jaime Bruna. São Paulo: Abril, 2010.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **As formas do Silêncio**: no movimento dos sentidos. 6ª ed. Campinas, SP: Pontes da Unicamp, 2007.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 12ª ed. Campinas, SP: Pontes Editora, 2015.

PÊCHEUX, Michel. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**; Organizadores: François Gadet, Tony Hak; tradutores Bethania S. Mariani... [et al.]; 3ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

PÊCHEUX, Michel. Papel da memória. In: Achard, Pierre. Jean Davallon, Jean-Louis Durand, Michel Pêcheux, Eni P. Orlandi. **Papel da memória**; tradução Eni Pulcinelli Orlandi. 4ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015. p. 7-63.

SALOMÃO, Gláucia Laís, **Registros vocais no canto: aspectos perceptivos, acústicos, aerodinâmicos e fisiológicos da voz modal e da voz de falsete**. 2008. Tese (doutorado) em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem pela PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo – SP, 2008. 312 f.

SOARES, Thiago Barbosa. **Vozes do Sucesso: uma análise dos discursos sobre os vícios e virtudes da voz na mídia brasileira contemporânea / Thiago Barbosa SOARES**. – 2018. Tese (doutorado) em Linguística pela UfSCar Universidade Federal de São Carlos. São Paulo – SP, 2018a. 312 f.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discurso contemporâneo de capitalização dos sujeitos. In. SOARES, Thiago Barbosa (org.). **Múltiplas perspectivas em Análise do Discurso: objetos variados**. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2018b.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percurso Linguístico: conceitos, críticas e apontamentos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018c.

SOARES, Thiago Barbosa; BOUCHER, Damião Francisco. A estética do sucesso vocal: discursos engendrados na construção de vozes de sucesso midiático. **Anuário de Literatura**, Florianópolis, v. 25, n. 2, p. 101-118, 2020a.

SOARES, Thiago Barbosa. **Composição discursiva do sucesso: efeitos materiais no uso da língua**. Brasília: EDUFT, 2020b.