

VOZ, MEDIOS Y ÉXITO: SONIDOS, SENTIDOS Y SOCIEDAD

Thiago Barbosa Soares¹

Universidade Federal do Tocantins

Resumen: El libro, ahora reseñado, *Voz, medios y éxito: sonidos, sentidos y sociedad* (2024), publicado por Editora Pontes, es un trabajo de un doctor en Lingüística por la UFSCar y profesor de la UFT, especializado en Análisis del Discurso. La investigación investiga cómo los medios de comunicación brasileños producen y difunden significados sobre la voz del éxito, estructurándose a partir de los ejes voz, medios y éxito. El análisis abarca discursos publicados en periódicos y revistas como *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Carta Capital* y *Brasil de Fato*, además de examinar las voces de figuras como Cássia Eller, Alan Rickman y Michael Jackson. El estudio revela que los medios de comunicación no sólo retratan, sino que construyen y legitiman una estética vocal específica, estableciendo jerarquías y silenciando otras voces. La obra representa una contribución significativa a los estudios discursivos sobre la relación entre voz, identidad y sociedad.

Palabras clave: Voz. Medios de comunicación. Éxito.

El autor de *Voz, medios y éxito*, publicado en 2024 por Editora Pontes, tiene una formación académica diversa, con títulos en Literatura, Psicología, Filosofía y Ciencias Humanas, además de una especialización en Estudios Literarios. Doctor en Lingüística por la Universidad Federal de São Carlos, actúa como profesor en los cursos de pregrado y posgrado en Letras de la Universidad Federal de Tocantins (UFT), donde también actúa como vicecoordinador del Programa de Posgrado en Letras. Líder del Grupo de Estudio de Análisis del Discurso (GEstADI - UFT) y miembro del grupo VOX (UFSCar), es editor jefe de revistas científicas en el área de Lingüística y Análisis del Discurso. Fue coordinador del PPGLetras/UFT y es becario de productividad CNPq (PQ-2).

Esta obra, *Voz, medios y éxito: sonidos, sentidos y sociedad*, tiene tres ejes principales, como sugiere la primera parte de su título: *Voz, medios y éxito*. De manera más explicativa, lo dicho sobre las voces exitosas en los medios en general es objeto de

¹ 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). Pesquisador bolsista de produtividade do CNPq. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8919327601287308>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2887-1302>. Email: thiago.soares@mail.uft.edu.br.

investigación de todos los textos que componen *Voz, medios y éxito: sonidos, sentidos y sociedad*. Tal vez sería más preciso construir la siguiente formulación para que aparezca como nombre de este libro: *Sentidos producidos sobre voces exitosas*. Sin embargo, además del aspecto estético comprometido por una estructura lingüística tan poco interesante, este tipo de construcción provocaría que los ejes de constitución de los recorridos interpretativos sufrieran un severo borrado.

Como los diversos materiales seleccionados y presentados a continuación para rastrear los entresijos de *Voz, medios y éxito* son parte de los itinerarios interpretativos realizados desde la perspectiva del Análisis del Discurso, se justifica la confluencia de un conjunto de análisis que operen la investigación para comprender los significados de la voz del éxito mediático. En esta dirección, *Voz, medios y éxito: sonidos, sentidos y sociedad* afronta lo nuevo en el campo de los estudios discursivos, pues los sentidos y sus efectos trazados en ellos, recurren a la constitución de la voz, con un cierto énfasis social, como objeto discursivo. Por eso, algunas imprecisiones y ciertos deslices requieren excusas temporales, porque, en el horizonte de la investigación de la que *Voz, medios y éxito: sonidos, sentidos y sociedad* es parte importante, hay un objetivo audaz por alcanzar.

Se cree que nuevos estudios discursivos, ayudados por otros de naturaleza similar, sobre cómo se producen y difunden los significados de la voz de éxito en los medios de comunicación en la sociedad brasileña, puedan localizar la preferencia por una estética vocal, en los más variados ámbitos de uso de la voz. Por tanto, *Voz, medios y éxito* puede considerarse uno de los potenciales precursores de la investigación sobre estética vocal, desarrollada en el marco teórico-metodológico del Análisis del Discurso. Dejando de lado el futuro de la investigación sobre la voz del éxito mediático, o mejor dicho, dejando lo que está por venir a su debido tiempo de realización, conviene, antes de la revisión sintética de los textos que componen esta obra, dar los debidos agradecimientos, que no son en absoluto protocolarios.

Voz, medios y éxito debe su realización como libro a dos fuentes de subvención, el apoyo de la UFT/PROPESQ a través del Aviso Propesq nº 034/2023, y la beca de productividad en investigación (PQ) del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), proceso 301565/2022-8. El autor de este trabajo agradece inmensamente a la UFT/PROPESQ y al CNPq por proporcionar esta publicación. El

proyecto impreso, sus fases editoriales, correcciones y ajustes deben el grado de satisfacción alcanzado a Margareth Graciano Cornélio, quien gentilmente realizó todos los trámites para viabilizar este libro a través de una de las más prestigiosas editoriales comerciales del país, Pontes Editores. Además de las dos instituciones y la ilustre figura de Margareth, es imprescindible agradecer especialmente al autor del prefacio de esta obra, Carlos Piovezani. Tantas veces como sea necesario, recibirá el debido crédito por haber sido un excelente consejero y un gran amigo.

La obra *Voz, medios y éxito: sonidos, sentidos y sociedad* ofrece un análisis profundo y multifacético de las construcciones discursivas en torno a la voz y su éxito mediático en el contexto brasileño, utilizando como herramienta principal el Análisis del Discurso. Cada capítulo explora cómo los medios de comunicación construyen y difunden significados sobre la voz, revelando las dinámicas de poder, estética y meritocracia que subyacen en estas representaciones. A continuación, se sintetizan los principales argumentos y hallazgos de los textos que componen la obra.

El primer texto, “Voces propagadas en el periódico ‘O Estado de S. Paulo’: un análisis discursivo de sus efectos de sentido”, examina cómo las voces de artistas como Tony Bennett y Julião Pinheiro son representadas en el periódico O Estado de S. Paulo. A través de conceptos como condiciones de producción, formación discursiva e interdiscurso, se identifica una estética conservadora de la voz exitosa, dominada por una formación discursiva liberal del mercado. Este enfoque se extiende en “Discursividades presentes en voces del periódico ‘O Estado de S. Paulo’”, donde se analizan artículos como “El quinto Beatle” y “Esmero vocal”. Aquí, se destaca una dialéctica entre la perfección de ciertas voces y la imperfección de otras, reforzando una jerarquía meritocrática en la valoración vocal.

En “Significados de las voces del éxito mediático en el periódico Folha de S. Paulo”, el análisis se centra en cómo la voz se construye como un elemento estético necesario para el éxito mediático. Se concluye que la voz no es contingente, sino un componente esencial en la producción de sentidos y sujetos dentro del discurso mediático. Este enfoque se profundiza en “La vocalidad discursiva en Folha de S. Paulo: un análisis del éxito de la voz de Cássia Eller”, donde se examina cómo la voz de la cantante es representada como un ícono de éxito, preservando su relevancia a través de diferentes contextos históricos.

El texto “Vocalidad exitosa: un análisis de los dichos sobre la voz de Alan Rickman” explora cómo la voz del actor es construida como una virtud socialmente prestigiosa en la prensa brasileña. Se destaca cómo el discurso mediático resalta ciertas cualidades vocales para recompensar a los sujetos con visibilidad y fama. En “Un análisis de las declaraciones sobre las voces de éxito mediático de Michael Jackson y Billie Holiday en la revista Carta Capital”, se analiza cómo las voces de estos artistas son tratadas de manera meritocrática, construyendo una estética de éxito vocal que ratifica distinciones sociales.

En “Metonimización vocal: un análisis discursivo acerca de lo que se dice de la voz en la revista Carta Capital”, se examina cómo la voz es utilizada como metonimia de grupos marginalizados, como en el rap y el funk. Se revela cómo la voz puede ser silenciada o ressignificada según las condiciones de producción y formaciones discursivas específicas. Este enfoque se complementa con “El eco de la voz del pueblo: un análisis de la transformación de los sentidos de la voz artística en representación popular en el periódico Brasil de Fato”, donde se analiza cómo la voz artística se transforma en representación popular, destacando su papel como expresión de resistencia política y social.

En “Sobre la voz del éxito mediático: un análisis de la construcción discursiva del éxito de Ana Castela en la revista Veja”, se investiga cómo la voz de Ana Castela es construida como un ícono del agronejo, reforzando una estética de éxito vocal alineada con valores contemporáneos. Finalmente, en “El hechizo de Dios: discursividades presentes en las letras de canciones gospel”, se analiza cómo las letras de música gospel reproducen y refuerzan discursos religiosos, integrando estos significados en el universo mediático y en la vida cotidiana.

En síntesis, *Voz, medios y éxito* es una obra que, a través de un enfoque teórico-metodológico sólido, desvela cómo la voz es instrumentalizada en los medios de comunicación para reforzar jerarquías estéticas, meritocráticas y sociales. Al mismo tiempo, la obra destaca el papel de la voz como expresión de resistencia e identidad en contextos marginalizados. Esta combinación de análisis crítico y diversidad temática hace de la obra una contribución valiosa para los estudios sobre discurso, medios y cultura en América Latina.

El autor pide indulgencia a aquellos que quieran ir directamente a los resultados sin seguir el camino trazado en cada una de las investigaciones realizadas. Se sabe que las idas y venidas pueden resultar poco atractivas, sin embargo, en *Voz, medios y éxito* tienen una razón pedagógica de existir, pues su autor, como docente, pretende crear caminos formativos y, para ello, los traza en prácticamente todos sus escritos. En este caso no sería diferente.

Referencias

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