

Espacialidades do sucesso: dizeres sobre a voz de sucesso tocantinense na revista eletrônica CI-Comunica

Damião Francisco Boucher¹

Thiago Barbosa Soares²

RESUMO:

Neste artigo, analisa-se como a mídia molda os sentidos de sucesso no Tocantins a partir de sintagmas como “canções inesquecíveis” ou “canções que encantam”. Examina-se também como os sentidos de uma “voz de sucesso” são construídos e disseminados pelas várias redes de dizeres sobre a voz de sucesso tocantinense. Para tal empreendimento investigativo, retoma-se a noção de espacialidade de sucesso (Boucher; Soares, 2023) e de outros princípios e procedimentos da Análise do Discurso capazes de viabilizar o fazer analítico acerca do discurso do sucesso. Mais especificamente, para a construção desse ferramental teórico-metodológico, mobilizam-se as noções de pré-construído do sucesso (Soares, 2018a), de interdiscurso e intradiscurso (Courtine, 2014), de formações imaginárias (Pêcheux, 1997) e de formações discursivas (Orlandi, 2015), visando rastrear e mapear as espacialidades constitutivas do sucesso. Como resultado, verificou-se a hierarquia existente no mundo da música que retroalimenta a formação imaginária do sujeito de sucesso tocantinense alocado na posição coadjuvante.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso do sucesso tocantinense. Espacialidades do sucesso. Discurso de resistência.

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em tempos hodiernos, a escalada para a plataforma de sucesso midiático estabelece para seus aspirantes ao título de “sujeito de sucesso” (Soares, 2018a) uma série de exigências e de etapas as quais configuram o parâmetro para o alcance do alto prestígio (Boucher; Soares, 2024). Nesse sentido, os efeitos do sucesso projetam espacialidades

¹ Mestre em Letras pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). Professor na Universidade Federal do Tocantins (UFT). Email: boucherplace@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8325-1603>.

² 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. Email: thiago.soares@mail.uft.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2887-1302>.

como um produto raramente alcançado, fortalecendo a luta de classes pela égide da arte e da cultura, distanciando desses espaços aqueles que não se dispõem dos atributos inflamados pela mídia (Soares, 2018b), qualidades gerenciadas pelo suporte dos dizeres midiáticos os quais projetam a estética da voz de sucesso a partir de sintagmas como “a voz inesquecível”, “as canções inesquecíveis” ou “as canções que encantam” (Soares; Boucher, 2020). De outro modo, diante dessa constatação acerca do sucesso, é possível afirmar que a espacialidade, como um lugar social, determina em parte o grau de prestígio de um indivíduo interpelado em sujeito de sucesso. Consequentemente, as espacialidades do sucesso impõem exigências e etapas, configurando “a expansão e o alcance do sucesso, seja em sua condição estacionária (sucesso regional ou local), dinâmica (sucesso nacional) ou suprema (sucesso hegemônico ou soberano)” (Boucher; Soares, 2024, p. 308), cuja identidade do sujeito pode variar de um nome sem prestígio (comum) para um pré-construído de sucesso (Soares, 2018a).

Assim, observa-se que os sentidos de sucesso não estão no nome em si, mas nas condições de produção nas quais esse nome emerge. Além disso, de acordo com Soares e Boucher (2020, p. 102), os sujeitos de sucesso “são discursivizados de forma que possam servir como afirmação dos lugares do sucesso à medida que efeitos de sentido produzidos no discurso ocupam (in-)variavelmente as condições de produção em que emergem as formações sociais”. Por esse motivo, como destaca Soares e Boucher (2024, p. 150), “a iniciação, ou melhor, o ritual do sucesso, e consequentemente a entrada na plataforma da fama, são reguladas por aquilo que se diz sobre o corpo e a voz, ou seja, pela produção de sujeitos e de sentidos do sucesso midiático”. A partir desses dizeres, o sujeito de sucesso se estabelece pelo intrincado entrelaçamento dos atributos do sucesso, tais como a capacidade financeira; a capilaridade das redes de dizeres midiáticos sobre a voz e; a legitimação do sucesso pela formação discursiva da estética vocal (Soares; Boucher, 2024).

Por meio dessas reflexões iniciais, cujos apontamentos descrevem o sucesso midiático como um bem consumível e a estética vocal de sucesso como formação discursiva, reguladora dos sujeitos e dos sentidos de sucesso musical, este artigo analisa como a mídia molda os sentidos de sucesso no Tocantins a partir de sintagmas como “canções inesquecíveis” ou “canções que encantam”. Examina-se ainda como os sentidos

de “voz” são construídos e disseminados pelas várias redes de dizeres sobre a voz de sucesso tocantinense. Para tal empreendimento analítico, nas considerações teórico-metodológicas, retoma-se a noção de espacialidade de sucesso (Boucher; Soares, 2023) e de outros princípios e procedimentos da Análise do Discurso capazes de viabilizar o fazer analítico acerca do discurso do sucesso. Mais precisamente, para a construção desse instrumental, mobilizam-se as noções de pré-construído do sucesso (Soares, 2018a), de interdiscurso e intradiscurso (Courtine, 2014), de formações imaginárias (Pêcheux, 1997) e de formações discursivas (Orlandi, 2015), visando rastrear e mapear as espacialidades constitutivas do sucesso. Como resultado, nas considerações finais, espera-se responder como é discursivizada a voz tocantinense a partir da notícia “De Filadélfia: compositor do Tocantins escreve canções inesquecíveis”, publicada na revista eletrônica CI-Comunica. Ainda nessa seção, pondera-se acerca do percurso discursivo, sopesando as implicações dos efeitos de sucesso sobre os discursos de resistência, tecendo também considerações sobre o potencial heurístico da noção de espacialidade de sucesso para os estudos dos dizeres midiáticos sobre a voz de sucesso tocantinense.

2. APARATO TEÓRICO-METODOLÓGICO: ESPACIALIDADES DO SUCESSO

Há tempos, a Análise do Discurso (doravante AD) de origem francesa passa por processos de ruptura e renovação por seu caráter interdisciplinar. Tocando três regiões de campos distintos, a saber, materialismo dialético de base marxista, a psicanálise lacaniana e a linguística saussuriana (Soares, 2018c; Orlandi, 2015), a AD se apresenta como um ferramental teórico-metodológico capaz de orientar o analista do discurso na sua árdua missão de distanciar da influência e afetação das ideologias, as quais constituem o mosaico identitário de todo e qualquer sujeito. Assim como qualquer ferramental científico, a AD passa por ampliações, consolidando-se como instrumento de relativização das verdades inexoráveis e do positivismo exacerbado, questionando também a própria noção de realidade a partir de conceitos já consagrados como formações ideológicas, formações discursivas, formações imaginárias, interdiscurso e intradiscurso entre outros de igual potencial heurístico.

Nesse sentido, sua dimensão transformacional já era prevista por seu idealizador, Michel Pêcheux, que a concebia não como uma disciplina-ferramenta de sistema fechado em si, mas como um movimento que “promove um tipo de resistência que tem eco [...]” (Soares, 2020, p. 170). Sobre esse caráter transformacional, Soares (2020, p. 171) afirma que “de certa maneira ela constituiu seu sistema a partir da ideia de um ‘Cavalo de Tróia’ aonde seria introduzido nas Ciências Sociais com um intuito de promover uma convulsão”. Por essa razão, compreende-se que, mesmo já consolidada, a AD reafirma seu potencial heurístico pela capacidade de transformação/renovação e pela envergadura que tem em viabilizar a análise dos fenômenos discursivos, mediante descrição e interpretação da língua, da linguagem, dos sentidos e do próprio sujeito, porquanto é neste último que assenta a conscientização de que os fenômenos linguístico-sociais transformam a língua, a história e a realidade do próprio sujeito.

A partir desse prisma epistemológico no qual história, sujeito e língua/linguagem interagem, Soares (2018c) assevera que Pêcheux se preocupava em conceber mecanismos capazes de dissipar a ilusão da objetividade da língua; desmistificar a concepção de linearidade e transparência da história, bem como pontuar a diferença entre lugar e posição, indivíduo e sujeito, “considerando ainda esse corpo biossocial como um sujeito interpelado pelas diversas ideologias” (Boucher; Soares, 2024, p. 310). Dessa forma, por meio dessas considerações, destaca-se o caráter de renovação da AD, pois esta enxerga as relações econômicas atreladas às condições de produção do discurso (Soares, 2020). Sobre a AD pensada como um acontecimento que se prolonga na historicidade, Boucher e Soares (2024) destacam que:

A AD, como um acontecimento que não terminou (Soares, 2020), como uma posição enunciativa (Achard, 2015), potencializa-se, sobretudo no Brasil, a partir de suas noções ao encontrar um terreno fértil, o qual permite compreender que o discurso, como constitutivo de formações imaginárias, transcende o campo político e religioso por meio dos discursos midiáticos (Boucher; Soares, 2024, p. 310).

Do trecho acima, destaca-se a noção de discurso como “‘efeito de sentidos’ entre os pontos A e B” (Pêcheux, 1997, p. 82). Efeitos que trabalham no entremeio (Orlandi, 2015); isto é, entre a estrutura linguística e o acontecimento social (Pêcheux, 2015). Por

essa razão, admite-se que, sendo efeitos de sentidos, o acontecimento discursivo permanece ecoando pela historicidade mediante o retorno das memórias discursivas, as quais não representam uma repetição, mas uma regularidade (Achard, 2015) que se apresenta a partir do efeito metafórico, “expressão por meio da qual Pêcheux define as paráfrases no interior do mesmo texto” (Soares, 2018c, p. 117). Dessa maneira, ao ser delineada a noção de discurso, depreende-se que o sucesso, como um dos vários efeitos de sentidos explorados pela mídia, influencia a sociedade e impacta materialmente as relações de força e de poder (Orlandi, 2015). De acordo com Soares (2022, p. 85) “o sucesso alcançou a ordem do discurso e passou a ser um valor inerente à vida contemporânea; por isso podemos buscá-lo em qualquer campo da atuação humana”, porquanto os sujeitos que o buscam estão sobre a influência dessas formações imaginárias.

Sobre essa noção supramencionada, Pêcheux (1997) designa formações imaginárias como projeções discursivas que ecoam na historicidade. Essas projeções organizam e reorganizam o “lugar ocupado por A e B cuja representação no discurso se dá por antecipações implicadas na cadeia discursiva” (Soares, 2018c, p. 116). Por essa razão, concordamos com Soares (2018a, p. 169) quando este afirma que “não é possível mirar o sucesso como quem olha uma foto”, pois o sucesso é uma construção histórica na qual seus efeitos podem ser sentidos na configuração da estrutura social. De outro modo, como catalisador de desigualdades e, por conseguinte, responsável pela promoção de uma corrida interminável ao mundo da fama, o discurso do sucesso se apresenta como “uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (Pêcheux, 1997, p. 82-83,).

Além disso, como um produto comercializável e comercializado pela mídia, o sucesso põe em constante manutenção as relações de força e promove os distanciamentos sociais entre sujeitos, já que, em tais projeções do sucesso midiático, este “é uma espécie de poder que se encontra em poucas ‘mãos’” (Soares, 2018a, p. 179, aspas do autor). Assim, como “um desiderato dos discursos de controle social” (Soares, 2018a, p. 179), o sucesso sustenta a formação imaginária da busca pela riqueza, por uma vida de privilégios e de alto prestígio social. Por esse motivo, torna-se relevante compreender

esse efeito de sentido a partir do quadro pecheuxtiano o qual permite perceber o funcionamento das formações imaginárias por meio do jogo de antecipações, ou seja, de como A e B veem a si e aos outros.

Diante da constatação do funcionamento do sucesso como regulador de classes sociais, entende-se que esses espelhos remetem ao potencial heurístico do sucesso na sociedade atual, projetando a metáfora do pote de tesouro no fim do arco-íris, isto é, a representação de que é a partir do alcance do sucesso que se encontrará a riqueza a curto prazo e outros atributos do alto prestígio. É a partir do exame do funcionamento desses efeitos que se compreende, assim como Soares (2018a, p. 178), que o sucesso “não é um mero item lexical, não é apenas posicionamento, não é somente texto, sucesso é uma expressão das forças contrastivas nos discursos circulantes na sociedade”. Por essa razão é que se coaduna com Boucher e Soares (2024, p. 312) quando estes afirmam que “corpo e voz podem, por diversas razões, constituir os atributos para o alcance do sucesso”. Para além dessa configuração entre corpo, voz e sujeito de sucesso, as formações imaginárias são responsáveis por projetar uma representação que toma o lugar da realidade e, logo, indivíduos interpelados em sujeitos com atributos vocais determinados pela mídia como a estética ideal para o alcance do sucesso, destacam-se não somente por suas performances, mas especialmente por “aquilo que se diz sobre suas vozes na mídia” (Boucher; Soares, 2024, p. 312).

Desse ponto, chega-se a uma noção relevante para se entender como os sujeitos são discursivizados. É a partir das noções da estética da voz de sucesso e da estética da recepção (Soares; Boucher, 2020; Boucher; Soares, 2023a, 2023b) que pode ser compreendida a regulação midiática acerca dos dizeres sobre a voz de sucesso. De outro modo, é a partir das discursivizações historicamente marcadas sobre a voz e, conseqüentemente, por meio da constituição do conjunto das memórias sobre “a boa voz” que se estabelece a estética vocal de sucesso e, por conseguinte, constitui para os próprios sujeitos ouvintes a estética da escuta (Boucher; Soares, 2023a, 2023b). Ademais, depreende-se que, o interdiscurso, ou melhor, o campo da constituição possibilita o retorno das memórias “da boa voz” no intradiscurso, isto é, no campo da formulação enunciativa (Courtine, 2014). É por essas noções tão caras para a AD que o analista tem acesso ao funcionamento contínuo da produção histórica dos dizeres sobre “a boa voz” e

o possibilita observar a dinâmica da formação discursiva “da boa voz” e de seus traços distintivos.

Como podem ser percebidos, os efeitos de sucesso trabalham nos discursos midiáticos com o objetivo de criar espacialidades as quais os sujeitos podem alcançar através de seu desempenho vocal. O sucesso, dessa forma, apresenta-se como uma espacialidade altamente desejada e a mídia se coloca como reguladora do acesso a essas posições por meio daquilo que se diz sobre os sujeitos (Soares, 2022). Dessa maneira, por meio de uma formação discursiva, ou seja, o conjunto de dizeres que determinam aquilo que pode e deve ser dito (Pêcheux; Fuchs, 1997), mais especificamente uma formação discursiva sobre “a boa voz”, os meios midiáticos são capazes de conduzir sujeitos comuns, ou seja, em sua condição estacionária, à condição dinâmica ou suprema (Boucher; Soares, 2024), na qual, a partir dessa última condição, o alto prestígio ornamenta a referida espacialidade e o sujeito de sucesso reina soberano.

Além disso, de acordo com Boucher e Soares (2024, p. 311) “ao afetar o modo como o sujeito enxerga o mundo, as formações discursivas, responsáveis por projetar e constituir as formações imaginárias, regulam não só o que pode ser dito, mas os sentidos desses dizeres”. Por consequência dessa regulação, tais dizeres midiáticos são responsáveis por (re)organizar uma hierarquia da fama, na qual as condições estacionária, dinâmica ou suprema de cada sujeito de sucesso incidem na própria formação da estética do sucesso e, por conseguinte, na aceitabilidade de seus produtos musicais.

Por essa razão, no oposto extremo de um sucesso supremo, isto é, na condição estacionária, impera o apagamento ou silenciamento constitutivo (Orlandi, 2007). Nessa espacialidade, o sujeito aspirante à fama fica condicionado a um sucesso regional, sempre dependente de um aval midiático no qual, não raramente, está associado a um pré-construído de sucesso (Soares, 2018a). Já na condição dinâmica, o sujeito de sucesso passa a ser discursivizado em diversas regiões do país, ultrapassando o sucesso regional por fatores financeiros. Por fim, a condição suprema é a espacialidade do sucesso na qual tais efeitos de prestígio e fama constituem os pré-construídos de sucesso hegemônicos ou soberanos, levando esse sujeito a ser reconhecido por uma grande parte da comunidade nacional ou global. Na seção seguinte, analisar-se-á a espacialidade

estacionária do sujeito de sucesso tocantinense que precisa do aval midiático para alcançar o reconhecimento e prestígio a partir de pré-construídos de sucesso.

3. ANÁLISE: PRÉ-CONSTRUÍDOS DO SUCESSO COMO CATALISADORES DA FAMA

Antes de iniciar a análise, é fundamental explicitar as condições de produção nas quais as redes de sentido sobre o sucesso tocantinense emergem. Para tanto, serão detalhados os procedimentos metodológicos adotados, visando otimizar a utilização do instrumental teórico-metodológico e garantir uma compreensão aprofundada dos dados analisados. A análise iniciará pela superfície linguística dos enunciados, buscando identificar o entrelaçamento entre os elementos linguísticos e os efeitos de sentido (Orlandi, 2015), a fim de estabelecer as regularidades discursivas que caracterizam os sujeitos de sucesso e os atributos de suas vozes. Ao rastrear os pré-construídos de sucesso (Soares, 2018a) e os traços distintivos que compõem os dizeres acerca da estética vocal (Boucher; Soares, 2023a), pretende-se examinar como esses mecanismos produzem efeitos de sucesso e posicionam os sujeitos de sucesso como modelos a serem seguidos por seus aspirantes à fama. Após essa breve explanação, passa-se à descrição do sujeito enunciativo e à análise do recorte enunciativo.

DE FILADÉLFIA: COMPOSITOR DO TOCANTINS ESCREVE CANÇÕES INESQUECÍVEIS

As canções de Lucimar Santos foram eternizadas nas vozes de Leonardo, Jorge & Matheus, Zezé Di Camargo & Luciano, Chitãozinho & Xororó, Padre Marcelo Rossi... Vem saber!

É do Tocantins, as inspirações para tantas canções que encantam e são ouvidas por milhares de pessoas, Lucimar Pereira dos Santos, natural de Filadélfia (TO) é compositor de mais de 50 músicas, gravada por vários cantores, entre elas, ‘De corpo e alma’ entoada por Leonardo, ‘Só amando é que se vive, na voz de Zezé di Camargo & Luciano, ‘Favo de mel’ de Jorge & Matheus e ‘Um homem apaixonado’ Daniel.

Outros artistas gravaram composições, Chitãozinho & Xororó com a música “De Vez em quando vem”, Padre Marcelo Rossi, “Nossa Senhora”, que também foi tema do Tema do Filme – Maria mãe do filho de Deus e Rick & Renner com composições como: “É dez, é cem, é mil, Minha luz, Sentimento alado, Relax, Não quero, mas eu te amo.

O artista nasceu na fazenda Mariquinha em Filadélfia, filho de músico, aprendeu a tocar violão sozinho e aos 16 anos começou a vida artística ao entrar em uma banda em Carolina (MA). “Com 18 anos fui para São Paulo, onde comecei a cantar em bares, na noite paulistana”.

O compositor também morou em Portugal e continuou com a trajetória musical cantando em uma banda. Ao retornar ao Brasil, a partir dos anos 2000, veio as composições para grandes artistas brasileiros, que o consagrou no meio artístico. “Além das composições tenho CDs gravados, como *Brasilidade e amor* e *a Voz do poeta*” (Ci-comunica, 2024, p. 2-3).

Para a compreensão dos efeitos de sentidos engendrados nos enunciados desse recorte, primeiramente é necessária a descrição do sujeito enunciator. Ci-Comunica, como o próprio site afirma, tem o objetivo trazer “uma cobertura dos eventos especiais e notícias de Araguaína e toda região Norte do Tocantins, com um olhar especial voltado para o dia a dia da vida social nas cidades, nos municípios e no Estado” (Ci-Comunica, 2024, p. 4). Ci-Comunica também noticia últimas novidades sobre a moda, beleza, comportamento, estilo de vida, gastronomia, política, saúde, novas tendências e, por fim, cultura. Este último campo de noticiário é o que configura os dizeres contidos no *corpus*. Estes discursivizam o sujeito de sucesso tocantinense. Dessa forma, constata-se que o sujeito enunciator fala da posição de uma instituição constituída com fins midiáticos (e lucrativos) os quais englobam várias áreas da vida social e, conseqüentemente, agregam sujeitos leitores com interesses diversificados. Feitas as devidas considerações acerca do sujeito enunciator, mapeia-se a rede de dizeres na qual o site se filia.

Como mencionado, o recorte supracitado engloba a rede de dizeres sobre o sujeito de sucesso tocantinense, uma vez que marca em seu título a região de origem do compositor, “Filadélfia”, um município tocantinense com mais de 10 mil moradores, reforçado ainda pelo sintagma “Tocantins”. Trechos como “É do Tocantins”; “natural de Filadélfia”; “nasceu na fazenda Mariquinha em Filadélfia” também robustecem os sentidos de regionalidade, marcando, em certa medida, o discurso da resistência, antagônico ao discurso de apagamento do Norte (Soares; Boucher, 2023, 2024). Os efeitos de resistência residem na marcação de que “as canções inesquecíveis são compostas por um compositor de Filadélfia”. Esse efeito parafrástico é também reforçado pelos subentendidos provenientes de uma formação imaginária (Pêcheux, 1997) a qual sustenta que as “canções inesquecíveis” são compostas por compositores do centro do país ou, principalmente, do eixo sul-sudeste. Essa afirmativa pode ser constatada pelos

sintagmas “Leonardo”, “Jorge & Matheus”, “Zezé Di Camargo & Luciano”, “Chitãozinho & Xororó”, “Padre Marcelo Rossi”, os quais se configuram como pré-construídos de sucesso (Soares, 2018b) cuja historicidade (Orlandi, 2015) aponta para sujeitos das regiões Centro-Oeste, Sul e Sudeste respectivamente.

Ademais, os sintagmas “canções inesquecíveis” e “canções que encantam” ou que “são ouvidas por milhares de pessoas” só atingem esse grau de preciosidade, ou melhor, alcançam os sentidos de sucesso, mediante a condição de regravação por “vários cantores” que emprestam suas vozes e são alocados na posição de sujeitos de sucesso. Esse fato é constatado por sintagmas como “entoar” e “gravações” que pressupõem o uso das vozes de sucesso as quais estão associadas a pré-construídos de sucesso como “Leonardo”, “Jorge & Matheus”, “Zezé Di Camargo & Luciano”, “Chitãozinho & Xororó” e “Padre Marcelo Rossi”, nomes carregados de memórias “da boa voz” que determinam a estética da voz de sucesso (Boucher; Soares, 2023a, 2023b). Feito o devido mapeamento da rede de dizeres sobre o sujeito de sucesso, analisa-se os enunciados para rastrear seus efeitos.

No trecho “As canções de Lucimar Santos foram eternizadas nas vozes de Leonardo, Jorge & Matheus, Zezé Di Camargo & Luciano, Chitãozinho & Xororó, Padre Marcelo Rossi... Vem saber!” reverbera a metáfora da balança do sucesso e, de forma implícita, a construção sintática faz trabalhar os efeitos das espacialidades do sucesso, a partir da alocação de sujeitos em posições distintas e hierarquizadas. Ou seja, ao enunciar “as canções de Lucimar Santos foram eternizadas nas vozes de x, y, z”, pressupõe, pela expressão “foram eternizadas” que somente sujeitos como os supracitados, alocados na espacialidade dinâmica (nacional) ou suprema, isto é, em nível internacional, conseguem eternizar canções. De outro modo, as canções existem, fazem parte de um espaço regional (Boucher; Soares, 2024) no qual elas não “são eternizadas” e, por essa razão, “morrem”, ou melhor, podem cair no esquecimento, pois não atingiram o apogeu do sucesso.

Por esse motivo, os enunciados de Ci-Comunica reproduzem os discursos os quais apontam que o sucesso duradouro de uma canção deve passar pelas vozes de sujeitos de sucesso como os já mencionados, corroborando assim sua potencialidade, porquanto, o sucesso, sendo um desiderato dos discursos de controle social é uma “espécie de poder que se encontra em poucas ‘mãos’” (Soares, 2018a, p. 179, aspas do

autor) e que, portanto, o ato de “eternizar canções” não vem de uma espacialidade regional na qual Lucimar Santos se encontra alocado, mas de uma espacialidade suprema, cujas vozes desses sujeitos de sucesso são reconhecidas, tendo a prerrogativa de “eternizar as canções” de um artista que “nasceu na fazenda Mariquinha em Filadélfia”. Ou seja, de um sujeito de sucesso regional cuja posição é destacada por Ci-Comunica como um artista que compôs “para grandes artistas brasileiros”. Ora, ao enunciar “grandes artistas”, tal sintagma reverbera efeitos de uma disparidade de prestígio, deixando pressuposto que o próprio artista não se enquadra na espacialidade de sucesso dos “grandes artistas”, mas naquela que compõe “para grandes artistas”, ou seja, uma posição coadjuvante.

Mesmo filiada aos discursos de resistência, representado pelo enunciado “É do Tocantins, as inspirações para tantas canções que encantam e são ouvidas por milhares de pessoas”, o qual reforça os sentidos de que o Tocantins torna-se origem de canções de sucesso, os discursos de resistência de Ci-Comunica confluem-se aos discursos da voz de sucesso (Soares; Boucher, 2020; Boucher; Soares, 2023a, 2023b), reproduzindo, em um processamento parafrástico, o sentido global de que “somente nas vozes de Leonardo, Jorge & Matheus, Zezé Di Camargo & Luciano, Chitãozinho & Xororó, Padre Marcelo Rossi” as canções puderam fazer sucesso. Assim, reverbera nos dizeres do site tocantinense os sentidos de que a composição de Lucimar não é capaz de fazer uma canção se tornar sucesso, mas sim as vozes consagradas de sujeitos de sucesso que se encontram nas espacialidades dinâmica e suprema do sucesso. Por essa razão, pode-se afirmar que os pré-construídos de sucesso (Soares, 2018a), pelos dizeres midiáticos, reverberam a historicidade de suas estéticas vocais, as quais são capazes de “eternizar canções”.

É a partir do exame dos enunciados e de seus sentidos que se percebe o trabalho das formações discursivas e consequentemente das formações imaginárias. Por meio dessa análise, nota-se que, ao se filiar na formação discursiva que vê o Norte como o lugar da falta (Soares; Boucher, 2023; 2024), Ci-Comunica reproduz os sentidos do Tocantins como um estado de sujeitos de sucesso que necessitam de um fiador para alcançar a espacialidade da fama e do prestígio. Nessa formação discursiva, a estética vocal do Norte é alocada na posição de emergente e, mesmo amalgamado pelo discurso

de resistência, o discurso do sucesso faz trabalhar a catalisação das diferenças pela prerrogativa que as vozes de sucesso têm de “eternizar canções”. Assim, as formações discursivas, ao afetar o modo como o sujeito enxerga o mundo, projetam e constituem as formações imaginárias e “regulam não só o que pode ser dito, mas os sentidos desses dizeres” (Boucher e Soares, 2024, p. 311).

Desse modo, as formações imaginárias sobre o sujeito de sucesso tocantinense se põem em constante manutenção, sustentando os sentidos de que os sujeitos de sucesso capazes de “eternizar canções” não podem provir de regiões como o Norte, ou mais especificamente, do Tocantins. Ora, Leonardo, Jorge & Matheus, Zezé Di Camargo & Luciano, Chitãozinho & Xororó, Padre Marcelo Rossi também são provenientes de regiões do Brasil. Mas o que faz uma espacialidade ser mais privilegiada que as outras nos dizeres midiáticos? Para responder a esse questionamento é preciso compreender que a região referencial (geopolítica) se amalgama com as espacialidades do sucesso, dizeres hierarquizantes da fama, reproduzidos pelas plataformas midiáticas, cujo funcionamento discursivo reforça os sentidos de que as regiões geográficas exercem influência na estética vocal.

Assim, sujeitos fora desse circuito da fama e, principalmente, fora dos holofotes midiáticos, não são capazes de “eternizar canções”, porquanto nestes, como ressalta Boucher e Soares (2024, p. 312), não se encontram “os atributos para o alcance do sucesso”, a saber, a estética vocal de sucesso (Soares; Boucher, 2020; Boucher; Soares, 2023a, 2023b). Logo, são a partir das projeções dessas imagens que se reproduzem os sentidos de que o Centro-Oeste, o Sul e o Sudeste representam o celeiro dos sujeitos cuja performance vocal se destacam e que o Norte, região de talentos e de grande cultura, apresenta-se geralmente como um espaço subalternizado, de vazio cultural e de sujeitos de sucesso que precisam ser constantemente afiançados pelos pré-construídos de sucesso tais como os já mencionados que se encontram na espacialidade dinâmica ou suprema do sucesso. Nesse sentido, mesmo que Ci-Comunica apresente Lucimar Santos como um sujeito de sucesso, sua formação discursiva o faz de maneira servil, porquanto tal compositor só é capaz de ter suas “canções eternizadas” a partir de “grandes artistas brasileiros” cujo desempenho vocal é financiado pelos discursos midiáticos do próprio Tocantins.

Diante dessas considerações acerca da formação discursiva de Ci-Comunica e as imagens projetadas por este site, compreende-se que no sintagma “grandes artistas brasileiros” trabalha a formação imaginária sobre o Norte que (re)organiza a hierarquia da fama a qual considera as condições estacionárias, dinâmicas ou supremas de cada indivíduo de sucesso na construção da estética vocal do sucesso e, conseqüentemente, na aceitação de seus produtos musicais. Por fim, ao constatar o funcionamento do sucesso como um regulador de classes sociais, percebe-se o jogo de espelhos no qual Lucimar Santos, ao tentar ser valorizado, é alocado na condição de mero compositor, porquanto sua voz, peculiar, distinta e harmônica, nem sequer é discursivizada pelo site Si-Comunica, sendo recoberta (e apagada) por “vozes inesquecíveis” e “vozes que encantam”, as quais se encontram na espacialidade dinâmica e suprema do sucesso.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS: O NORTE COMO DIMENSÃO ESTACIONÁRIA DO SUCESSO

O percurso analítico empreendido até aqui examinou e apontou como os discursos midiáticos reproduzem e reforçam as hierarquias estabelecidas na indústria musical brasileira ao se apropriarem da figura de Lucimar Santos, um compositor tocantinense. Ao examinar a superficialidade enunciativa do site Ci-Comunica, constata-se a celebração do sucesso regional. Todavia, ao analisar a interdiscursividade (Courtine, 2014) pela historicidade da estética vocal que se reproduz nesses enunciados, percebe-se também a necessidade de validação por parte de sujeitos considerados como “grandes nomes da música brasileira”, perpetuando os sentidos de que o sucesso verdadeiro e duradouro só é alcançado através da adesão a padrões estéticos da voz de sucesso e de regiões geográficas específicas.

Desse ponto, torna-se relevante ressaltar que a análise realizada não teve como objetivo a desvalorização do trabalho de Lucimar Santos ou de outros artistas da região Norte. Pelo contrário, buscou-se compreender como o funcionamento dos discursos midiáticos contribui para a construção de identidades artísticas e como essas identidades são influenciadas por fatores sociais, culturais e históricos. Dessa forma, a análise dos enunciados, bem como dos efeitos de sentidos engendrados nos discursos de Ci-

Comunica, revelou como a estética vocal, associada a determinadas regiões geográficas, desempenha um papel central na construção da identidade do artista de sucesso (e daqueles que não podem atingi-lo) a partir do material simbólico produzido pela mídia, a saber, as espacialidades de sucesso midiático. De outro modo, a voz do cantor tocantinense, embora reconhecida, é inserida em uma regionalidade (referencial e simbólica) que a subordina às vozes dos sujeitos consagrados como “grandes artistas brasileiros”, reforçando os sentidos globais de que o sucesso “não é um mero item lexical, não é apenas posicionamento, não é somente texto, sucesso é uma expressão das forças contrastivas nos discursos circulantes na sociedade” (Soares, 2018a, p. 178), ou seja, um privilégio reservado a poucos.

Ao analisar a formação discursiva do site tocantinense, identificou-se como os pré-construídos de sucesso, como Leonardo, Jorge & Matheus e outros, funcionam como parâmetros para a avaliação do sucesso de um artista. No amálgama construído por Ci-Comunica, por meio do entrelaçamento do discurso do sucesso com o discurso da resistência, a cooptação do nome de Lucimar Santos a esses sujeitos investidos dos efeitos de sucesso visa legitimar seu trabalho, no entanto, simultaneamente, sob o efeito do discurso sobre o Norte (Soares; Boucher, 2023, 2024) acaba por reafirmar a hierarquia existente no mundo da música e retroalimenta a formação imaginária do sujeito de sucesso tocantinense alocado na posição coadjuvante, mesmo como compositor dos sucessos que se eternizam. Em síntese, o exame da interdiscursividade e do papel das memórias (Achard, 2015), sobretudo, das memórias “da boa voz”, demonstra a complexidade das relações entre identidade, lugar e sucesso na indústria musical. Ao desvelar os mecanismos discursivos que sustentam essas relações, este estudo contribui para uma compreensão mais crítica da produção cultural e dos processos de valorização artística, uma vez que se compreende que os sujeitos de sucesso “são discursivizados de forma que possam servir como afirmação dos lugares do sucesso” (Soares e Boucher, 2020, p. 102).

Por fim, chega-se à compreensão de que as investigações realizadas até o momento demonstram a relevância da continuidade de aprofundamento das pesquisas acerca do sujeito de sucesso tocantinense. Ao compreender e categorizar o sucesso midiático em espacialidades hierarquizadas que determinam o valor comercial da voz e

consequentemente do sujeito cantor ou compositor, essas pesquisas contribuem para desvelar as complexas redes de produção e circulação de sentidos que moldam a voz de sucesso na contemporaneidade (Boucher; Soares, 2023a, 2023b). Por fim, entende-se que a Análise do Discurso, como ferramenta analítica privilegiada, possibilita uma imersão profunda nos mecanismos discursivos que sustentam essa construção, permitindo à sociedade perceber os efeitos do sucesso midiático e as novas relações de poder que se estabelecem nessas condições de produção específicas (Pêcheux, 1997). Ao problematizar as espacialidades do sucesso, essas pesquisas abrem caminho para uma compreensão mais crítica e reflexiva sobre os processos de produção de subjetividade e as formas como a mídia molda a percepção social do Norte e em especial do sujeito tocanтинense.

**Spatialities of success: sayings about the voice of success in Tocantins in the
electronic magazine CI-Comunica**

ABSTRACT:

In this article, we analyze how the media shapes meanings of success in Tocantins through syntagms such as “unforgettable songs” or “songs that enchant.” We also examine how the meanings of a “successful voice” are constructed and disseminated through various networks of discourse about the Tocantins successful voice. To undertake this investigative endeavor, we revisit the notion of spatiality of success (Boucher & Soares, 2023) alongside other principles and procedures of Discourse Analysis that enable an analytical approach to the discourse of success. More specifically, for the construction of this theoretical-methodological framework, we draw on the notions of the pre-constructed success (Soares, 2018a), interdiscourse and intradiscourse (Courtine, 2014), imaginary formations (Pêcheux, 1997), and discursive formations (Orlandi, 2015) to trace and map the spatialities constitutive of success. As a result, we identify the existing hierarchy within the music world, which perpetuates the imaginary formation of the Tocantins successful subject as occupying a secondary position.

KEYWORDS: Tocantins success discourse. Spatialities of success. Resistance discourse.

REFERÊNCIAS:

ACHARD, Pierre. Memória e produção discursiva do sentido. In ACHARD, Pierre; Davallon, Jean; DURAND, Jean-Louis; PÊCHEUX, Michel; ORLANDI, Eni P. **Papel da memória**. Trad. Eni Pulcinelli Orlandi. 4ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015. p. 7-63.

BOUCHER, Damião Francisco; SOARES, Thiago Barbosa. Dizeres da revista Veja: memória e intervocalidade na composição da estética da voz de sucesso. **DELTA: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**, v. 39, n. 4, 2023a. p. 1-19. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-460X202339461948>. Acesso em: 04 fev. 2024.

BOUCHER, DAMIÃO FRANCISCO; SOARES, Thiago Barbosa. Voz de sucesso tocantinense: uma análise dos dizeres sobre a voz em sites do Tocantins. *Revista CBTEcLE*, v. 7, 2023b. p. 158-174. Disponível em: <https://revista.cbtecle.com.br/index.php/CBTecLE/article/view/1140>. Acesso em 24 abr. 2024.

BOUCHER, Damião Francisco; SOARES, Thiago Barbosa. Vozes de sucesso tocantinense: dizeres sobre a voz no site AF Notícias de Araguaína, Tocantins. **Porto das Letras**, [S.l.], v. 10, n. 1, 2024. p. 306–322. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/19310>. Acesso em: 13 out. 2024.

CI-COMUNICA. De Filadélfia: compositor do Tocantins escreve canções inesquecíveis. **Ci-Comunica**, entretenimento, 2024. Disponível em: <https://cicomunica.com.br/noticia/de-filadelfia-compositor-do-tocantins-escreve-cancoes-inesqueciveis/3487>. Acesso em 10 out. 2024.

COURTINE, Jean-Jacques. **A análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Carlos, SP: EdUFSCar, 2014.

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

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

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, François; HAK, Tony (Orgs). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**: organizadores: François Gadet, Tony Hak; tradutores Bethania S. Mariani. [et al.]; 3 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997. p. 61-153.

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, François; HAK, Tony (Orgs). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**: organizadores: François

Gadet, Tony Hak; trad. Péricles Cunha; 3 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997. p. 163-235.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni Orlandi. 7 ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.

SOARES, Thiago Barbosa. Sucesso: discurso contemporâneos de capitalização dos sujeitos. In: SOARES, Thiago Barbosa (orgs.) **Múltiplas perspectivas em análise do discurso**: objetos variados. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2018a.

SOARES, Thiago Barbosa. **Vozes do sucesso**: uma análise dos discursos sobre os vícios e virtudes da voz na mídia brasileira contemporânea. 2018b. 312 f. Tese (doutorado em Linguística) - Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos, São Carlos, São Paulo. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10489>. Acesso em: 05 fev. 2024.

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

SOARES, Thiago Barbosa. 1969, o ano que não terminou: o acontecimento da Análise do Discurso. In: BUTTURI JUNIOR, Atilio; BRAGA, Sandro; SOARES, Thiago Barbosa (Org.). **No campo discursivo**: teoria e análise. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.

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, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/literatura/article/view/2175-7917.2020v25n2p101/44452>. Acesso em: 4 fev. 2024.

SOARES, Thiago Barbosa. **Percurso Discursivo**: heterogeneidades epistemológicas aplicadas, Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.

SOARES, Thiago Barbosa; BOUCHER, Damião Francisco. **Discurso do Norte**: Produções Identitárias, Apagamentos e interpelações em rede de dizeres sobre o Tocantins. São Paulo: Pontes Editores, 2023.

SOARES, Thiago Barbosa; BOUCHER, Damião Francisco. **Projeções discursivas do Norte**: Efeitos de resistência, Conscientização e Consolidação Identitária o Tocantins. São Paulo: Pontes Editores, 2024.