

UMA ANÁLISE DISCURSIVA DO COMPORTAMENTO HIPERGÂMICO NO JORNAL ESTADÃO

A DISCURSIVE ANALYSIS OF HYPERGAMIC BEHAVIOR IN THE NEWSPAPER ESTADÃO

Dhyorrana Carolina Gomes de Araújo¹
Universidade Federal do Tocantins

Thiago Barbosa Soares²
Universidade Federal do Tocantins

Damião Francisco Boucher³
Universidade Federal do Tocantins

Resumo: Este artigo tem por objetivo analisar os sentidos de hipergamia feminina nos discursos midiáticos. Dessa forma, busca-se descrever e interpretar o funcionamento discursivo dessa rede de dizeres que faz emergir os sentidos de “novo” nos relacionamentos conjugais. Para esse escopo, utiliza-se o aparato teórico-metodológico da Análise do Discurso, sobretudo, as noções de processamentos parafrástico e polissêmico, interdiscurso, intradiscurso, memória, bem como outras noções potencialmente relevantes para a compreensão do funcionamento discursivo. Como materialidade a ser analisada, recorta-se o acontecimento discursivo de tom noticioso do site Estadão intitulada “O que é hipergamia feminina? Entenda nova tendência nos relacionamentos”, publicada em 8 de agosto de 2024. Como resultado, espera-se compreender em qual região de sentidos está situado o discurso hipergâmico cuja (des)continuidade se assenta em condições de produções pré-existentes e faz trabalhar os sentidos de “novo”, de “nova tendência” e de “ruptura” de um comportamento social que acompanha a aurora dos relacionamentos conjugais.

Palavras-chave: Análise do discurso; Estadão; Hipergamia feminina.

Abstract: This article aims to analyze the meanings of female hypergamy in media discourses. In this way, we seek to describe and interpret the discursive functioning of this network of sayings that makes “new” meanings emerge in marital relationships. For this scope, the theoretical-methodological apparatus of Discourse Analysis is used, above all, such as notions of paraphrastic

¹ Graduada em Letras pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), campus de Porto Nacional. Email: dhyorrana.gomes@mail.uft.edu.br.

² Doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2018), professor nos cursos de graduação em Letras e de pós-graduação stricto sensu em Letras da Universidade Federal do Tocantins no campus de Porto Nacional. Pesquisador bolsista do CNPq. Email: thiago.soares@mail.uft.edu.br.

³ Mestre em Letras pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), campus de Porto Nacional. Email: boucherplace@gmail.com.

and polysemic processing, interdiscourse, intradiscourse, memory, as well as other notions potentially relevant to understanding discursive functioning. As materiality to be proven, we highlight the news from the Estadão website entitled “What is female hypergamy? Understand a new trend in relationships”, published on August 8, 2024. As a result, we hope to understand in which region of meanings the hypergamous discourse is located, whose (dis)continuity is based on conditions of pre-existing productions and make work the meanings of “new”, “new trend” and “rupture” of a social behavior that accompanies the dawn of marital relationships.

Keywords: Discourse analysis; Estadão; Female hypergamy.

**Submetido em 30 de julho de 2024.
Aprovado em 3 de setembro de 2024.**

Introdução

Ao longo da história, o matrimônio tem se configurado como uma instituição social complexa e multifacetada, moldada por um intrincado conjunto de fatores culturais, religiosos e políticos. Em tempos hodiernos, com a mudança de valores ideologicamente orientados, tem-se, na sociedade contemporânea, uma construção histórica e social do casamento. Com essas mudanças, encontram-se em constante debate na mídia, as concepções conservadoras e liberais sobre o casamento, visto que as famílias arranjavam os matrimônios e se fazia necessário viver uma vida juntos e não eram aprovados divórcios. Como ressalta Sousa e Lima (2019, p. 151), “os casamentos, via de regra, visavam unir famílias importantes e contavam com controle de sexualidade e regulação da procriação com vistas à questão da herança e sucessão”.

Consequentemente, nessa visão conservadora, as mulheres divorciadas são discriminadas, enquanto a separação, nas concepções progressista e liberal, pode ser compreendida como ato de liberdade. Nessa esteira histórica sobre o relacionamento conjugal, o patrimonialismo e o patriarcalismo possuíam relações estreitas e os casamentos eram feitos por conveniência, constituindo um forte pensamento, o qual ganha novos contornos em uma sociedade contemporânea na qual a difusão da informação e dos sentidos se espriam continuamente pela mídia (SOARES, 2018a). Embora as formações sociais, ou seja, o conjunto de formações ideológicas que determinam uma sociedade, fortaleçam as concepções liberais e progressistas, tem-se ainda, na sociedade atual, a materialização de discursos anteriores, porquanto os sentidos que trabalham no sintagma “matrimônio”, a depender da formação ideológica, podem,

por diversos fatores, funcionar como sinonímia de estabilidade, de segurança e de aconchego (SOUZA; LIMA, 2019).

Após 1990, com o discurso do empoderamento feminino, a mulher ganha destaque a partir de um conjunto de ações e iniciativas, tanto formais (jurídicas) quanto midiáticas que visam promover um movimento de igualdade de gênero, tentando eliminar a discriminação contra as mulheres e garantir que elas tenham os mesmos direitos e oportunidades que os homens (CORNWALL, 2018). Principalmente no tocante aos movimentos feministas, a mulher passa a ganhar notoriedade nos espaços acadêmicos, direito ao divórcio e inserção gradativa no mercado de trabalho (SOUZA; LIMA, 2019). Por meio da historicidade das relações conjugais entende-se que o matrimônio reflete e refrata o comportamento de uma sociedade capitalista, porquanto as escolhas de um dado parceiro podem ser fomentadas, em muitos casos, pelo objetivo de melhoria das condições sociais de vida. Nesse sentido, como o discurso hipergâmico faz funcionar os sentidos de matrimônio na sociedade contemporânea? A hipergamia, em termo antropológico e sociológico é o matrimônio no qual o cônjuge busca um parceiro romântico ou conjugal de uma classe social, status ou condição financeira superior à sua. De acordo com Schiebinger (2008, p. 274) “as mulheres tendem a praticar a ‘hipergamia’, vale dizer, tendem a se casar com homens de status superior (ou ao menos não inferior) ao seu”.

Diante desse contexto, o presente artigo tem por finalidade analisar os sentidos de hipergamia feminina nos discursos midiáticos, buscando descrever e interpretar o funcionamento discursivo dessa rede de dizeres historicamente retroalimentada pela sociedade. Para atingir esse objetivo, na seção **Considerações teórico-metodológicas** será apresentado o aparato teórico-metodológico da Análise do Discurso, sobretudo, as noções de processamentos parafrástico e polissêmico, interdiscurso, intradiscurso, memória, bem como outras noções potencialmente relevantes para a compreensão do funcionamento discursivo. Na seção **Análise: discursividade hipergâmica**, analisa-se o recorte do acontecimento discursivo de tom noticioso do site Estadão, intitulado “O que é hipergamia feminina? Entenda nova tendência nos relacionamentos”, publicada em 8 de agosto de 2024. Como resultado, nas **Considerações finais**, sopesa-se o percurso discursivo empreendido e reflete-se acerca dos efeitos do discurso hipergâmico como parte de um discurso mais amplo cuja (des)continuidade se assenta em condições de

produções pré-existentes e faz trabalhar os sentidos de “novo”, de “nova tendência” e de “ruptura” de um comportamento social que acompanha a aurora dos relacionamentos conjugais. Ao final, como consequência do resultado a ser alcançado, espera-se também responder o seguinte questionamento: em que medida os discursos midiáticos sobre a hipergamia representam uma tentativa de ressignificar a hipergamia não como uma dinâmica capitalista, mas como processo positivo e natural?

1 Considerações teórico-metodológicas

Para perceber o funcionamento dos efeitos de sentido hipergâmico na sociedade contemporânea, primeiramente é necessário compreendê-los como um acontecimento discursivo (PÊCHEUX, 2015); como parte de uma extensão discursiva mais ampla e de grande capilaridade; marcado pela produção de sentidos entre sujeitos de uma interação e delimitado por condições específicas de produção, a saber, espaço/tempo e sujeito. O referido acontecimento discursivo, constituído “no ponto de encontro de uma atualidade *enunciativa* e uma memória *constitutiva dos sentidos*” (PÊCHEUX, 2015, p. 16, itálico nosso) pressupõe o entrelaçamento de outros discursos como os do sucesso, “da riqueza, da saúde, do mérito entre tantos” (SOARES, 2018a, p. 170), a partir de condições de emergência atreladas, grosso modo, à luta de classes.

Por essa razão, de acordo com Soares (2024a, p. 81), é necessário “reconhecer as condições de produção dos sentidos de sucesso e, entre outras coisas, entender o impacto desse na fabricação dos sentidos e dos sujeitos”. Ainda segundo o autor, “o sujeito para Pêcheux é efeito do discurso, e seu assujeitamento é, de certa forma, uma aderência aos sentidos que se acreditam corretos e estáveis” (SOARES, 2018b, p. 119). Nesse sentido, por meio dessa perspectiva discursiva, abre-se o precedente de que os dizeres sobre a hipergamia constituem o próprio acontecimento. De outro modo, é possível que o discurso hipergâmico emerja como um efeito de discriminação justamente para que essa prática seja aceita e perpetuada no circuito social. Segundo Pêcheux (1990), o discurso é o que se fala e se escreve, aquele que constrói significados e interpretações. Assim, “não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre A e B, mas, de modo mais geral, de um ‘efeito de sentidos’ entre os pontos A e B” (PÊCHEUX, 1990, p. 82). Ao seguir essa perspectiva discursiva, Soares (2018b, p. 110) assevera que “o discurso é

um dos principais mecanismos de alienação, pois é principalmente nele que a ideologia se manifesta interpelando os sujeitos”.

Por meio dessa concepção, entende-se que o discurso como uma prática social e política, e como efeito de sentidos entre interlocutores (ORLANDI, 2020) no momento do processo de interação, afeta sujeitos e não só moldam seus relacionamentos, mas também determinam os sentidos dessas relações. Consequentemente, para examinar o funcionamento de dado discurso, faz-se necessário entender as condições de produção, ou seja, o ambiente (espaço), a ambientação (tom discursivo, o clima sócio-político, etc.), no qual o enunciado se encontra, o momento do enunciado, quem é o emissor e qual a sua posição social. A história, a ideologia, os fatores sociais também afetam os sentidos e constituem as condições de produção do discurso, e determinam as formações discursivas da produção (SOARES, 2024b).

O conceito de formação discursiva é importante para compreensão do efeito de sentido de um determinado discurso, uma vez que “as palavras podem mudar de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam”. (PÊCHEUX, 1971, p. 64). Por meio das condições de produção, o discurso ganha novos contornos e sentidos, visto que ele e as formações discursivas estão relacionadas, uma vez que um jornalista não se posiciona linguisticamente como um digital influencer, ou seja, a formação discursiva e, por conseguinte, os sentidos, materializam-se conforme as condições de produção do discurso e a ideologia presente. De outro modo, as condições de produção são assim estabelecidas “entre lugares objetivamente definidos, em uma formação dada, e a representação subjetiva desses lugares” (COURTINE, 2014, p. 49). Dessa maneira, como afirma Soares (2018c, p. 97), “a formação discursiva influencia a produção, a circulação e a interpretação dos discursos em um circuito coletivo”.

Diante dessa constatação, entende-se que a formação discursiva possui relação com o interdiscurso. Para Pêcheux (1990), a memória sustenta o dizível e para Maingueneau (1997), respeitando os distanciamentos e as aproximações epistemológicas entre esses autores, “dizer que a interdiscursividade é constitutiva é também dizer que um discurso não nasce, como geralmente é pretendido, de algum retorno às próprias coisas, ao bom senso, etc., mas de um trabalho sobre outros discursos” (MAINGUENEAU, 1997, p. 20), pois uma formação discursiva ocorre da existência de outros discursos anteriores e que podem ser observados a partir da configuração e da organização de pré-construídos,

ou seja, já-ditos estabilizados historicamente que retornam sentidos pré-existentes (COURTINE, 2014), e que é constitutivo dos sentidos, os quais circundam dada formação discursiva. Por essa razão, como ressalta Soares (2019, p. 41), analisar dada formação discursiva, “consistirá em dar conta de certas especificidades inerentes à dada formação discursiva, pois esses enunciados serão vistos dentro de uma espécie de ‘organização’, a qual, entretanto, não se confunde com uma grande unidade, mas que precisará ser demarcada”.

Dessa perspectiva, tem-se um campo da constituição (interdiscurso) e um campo da formulação (intradiscurso) no qual o primeiro sustenta os sentidos do segundo (COURTINE, 2014). Assim, interdiscurso ou interdiscursividade “[...] é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos” (ORLANDI, 2020 p. 33). Portanto, é por meio desse retorno de sentidos preexistentes que o analista tem a oportunidade de examinar o jogo discursivo proveniente da configuração que certos discursos imprimem na língua. Dessa forma, o sujeito inserido na formação discursiva conservadora é orientado por certas formações imaginárias que de acordo com Pêcheux (1990, p. 82), “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”. É por meio dessas imagens que as posições discursivas dos interlocutores estabelecem as relações de força (ORLANDI, 2020), a qual permite a tomada de fala ou o silêncio, a submissão discursiva ou a resistência, a posição de mando ou de obediência etc.

Por essa razão, a interação, as posições dos sujeitos, bem como as imagens produzidas por essas projeções (des)configuram os sentidos a partir de tensões de estabilização e de deslocamento de sentidos, as quais são denominadas de processamento parafrástico e polissêmico, respectivamente (ORLANDI, 2020). É por meio dessa dinâmica natural da língua que acontecem os jogos semânticos e a produção de efeitos metafóricos. Esses efeitos são constituídos por paráfrases no interior do mesmo texto. A respeito desse funcionamento tensivo, Soares (2018b) salienta que certas comutações em um mesmo texto é um forte indício do funcionamento dos efeitos metafóricos, isto é, deslizamentos “do dizer no processo discursivo” (SOARES, 2018b, p. 117). Após esse recenseamento do ferramental teórico-metodológico, passa-se à análise.

2 Análise: discursividade hipergâmica

Com o fito de compreender a discursividade presente nesse recorte, faz-se necessária a contextualização do recorte e das condições de produção do enunciado. O objeto desta análise é o recorte da reportagem *O que é hipergamia feminina? Entenda nova tendência nos relacionamentos*, do jornal Estadão:

O que é hipergamia feminina? Entenda nova tendência nos relacionamentos

Termo caracteriza a procura por relações amorosas com parceiros de maior nível econômico, social ou de poder

A prática da hipergamia é um termo que assusta, mas não se engane: ela é um tipo de relacionamento muito conhecido e que já faz parte das relações sociais atuais. É caracterizada por ser a prática de envolvimento amoroso de um indivíduo com parceiros que apresentem um nível econômico, social ou de poder superior ao próprio. No caso da hipergamia feminina, se aplica àquelas pessoas que se identificam com o gênero feminino (CAMARGO, 2024).

Diante da apresentação do corpus, passa-se a contextualização do sujeito enunciativo. O Jornal *Estadão* ou *Estado de São Paulo* é um veículo de comunicação físico e midiático de circulação nacional, fundado em 1985 e se chamava *A província de São Paulo*, havia como idealistas um grupo de republicanos. A referida matéria que será objeto de estudo se encontra na seção E+, sendo subdividida em *Bem estar; Casa & decoração; horóscopo; blogs; moda e beleza e Tv*. O objeto encontra-se na subseção *comportamento*, no site do referido portal. Essa posição midiática e jornalística diz muito sobre o discurso, integra as condições de produção, pois a mídia não só produz o entretenimento ou a informação, mas também gerencia os discursos como reguladora desses (SOARES, 2022). Desse ponto, pode-se constatar a consolidação do discurso através do veículo comunicativo em que ele se insere.

Em suma, esses fatores configuram a formação discursiva do veículo midiático, como dizer e quais os recursos linguísticos empregar. Para compreender esse funcionamento, parte-se dos enunciados no campo intradiscursivo, verificando sua organização sintático-semântica, bem como seus efeitos de sentidos pretendidos. Nesse sentido, no título “O que é hipergamia feminina? Entenda nova tendência nos relacionamentos” a configuração sintático-semântica traz ao leitor um questionamento, produzindo um efeito de dúvida coletiva a respeito do termo “hipergamia feminina”. Já na segunda parte do enunciado, o enunciativo produz os efeitos de esclarecimento e de novidade com os pré-construídos “entenda” e “nova tendência”. É a partir dessa

configuração aparentemente simples que o veículo de comunicação engendra efeitos de sentidos os quais projetam as imagens de si e do outro na interlocução. De acordo com Boucher e Soares (2024, p. 267), é a partir dessas imagens projetadas que “o sujeito é cooptado à FD dominante, aceitando aparentemente o contrato lexical exigido pelo referido conjunto de dizeres”.

Diante dessa constatação, entende-se que é a partir dos efeitos de dúvida e, posteriormente, de esclarecimento que outros efeitos de sentidos são engendrados. Ao dizer “entenda”, por exemplo, Estadão produz os efeitos de simplificação, intimidade e autoridade. Ao utilizar a fórmula “entenda como x”, Estadão produz os efeitos metafóricos (SOARES, 2018b); projeta-se a metáfora do conselho de amigo, da conversa amistosa na qual o sujeito enunciador tem intimidade e autoridade para dizer o que diz. Dessa maneira, o veículo de comunicação visa simplificar um assunto, pressupondo que esse seja complexo para seu leitor. Logo, Estadão se aloca na posição do sujeito com autoridade para explicar, uma instituição que acompanha o comportamento social e sabe o que diz, deixando seus leitores na posição do sujeito leigo, o qual está distante do entendimento do assunto aparentemente novo e complexo.

Mediante essa relação estabelecida, é possível compreender de maneira mais explícita o que Boucher e Soares (2024) constata acerca da afetação da formação discursiva dominante e o contrato estabelecido entre sujeitos. A formação discursiva de Estadão é constituída por memórias da sociedade na qual a instituição midiática se encontra na posição do sujeito que observa, ao longo da história, as mudanças e as “novas tendências” dos relacionamentos conjugais que, nesse caso, delimita-se à hipergamia. Assim, o potencial argumentativo se dá a partir do efeito de autoridade engendrado no sintagma “entenda”, o qual aponta não para sentidos na língua, mas para um saber histórico, memórias sobre o casamento, armazenadas pelo jornal e que o habilita a afirmar “eu sei” pelo efeito parafrástico “entenda”.

Segundo a teoria discursiva, a ideologia é a construção histórica que se concretiza no momento da enunciação. No entanto, ao longo da historicidade, as formações ideológicas das instituições midiáticas não são homogêneas nem estáticas. No caso de Estadão, ao enunciar “A prática da hipergamia é um termo que assusta, mas não se engane: ela é um tipo de relacionamento muito conhecido e que já faz parte das relações sociais atuais”, os efeitos de autoridade e de legitimidade, engendrados no enunciado,

constituem-se a partir de imagens historicamente consagradas acerca do sujeito enunciador; imagens que derivam das projeções discursivas de outros acontecimentos discursivizados e que, apesar de aparentemente apagados pelo espaço/tempo, esses efeitos ressurgem em sintagmas como “é um termo que assusta”, “ela é um tipo de relacionamento muito conhecido” e “faz parte das relações sociais atuais”.

Ora, de acordo com Soares (2024a, p. 59), “se, de fato, O Estado de São Paulo foi, em algum tempo, um vanguardista defensor de reformas, hoje seria mais difícil de percebê-lo como tal”, porquanto sua orientação progressista passa a ser interseccionada por várias outras formações discursivas conservadoras as quais, ao estabelecerem o processo de dominância, determinam que o termo “hipergamia” “assusta”. Assusta quem? Qual a imagem do sujeito leitor Estadão cogita projetar ao deduzir que o leitor não conhece tal termo? Qual a imagem ele faz de si ao enunciar que “é um tipo de relacionamento muito conhecido”? Conhecido por quem? Por meio dessas antecipações⁴ é possível perceber na formação discursiva de Estadão as formações imaginárias as quais configuram as posições discursivas de cada sujeito, isto é, “os lugares determinados na estrutura de uma formação social” (PÊCHEUX, 1990, p. 82).

Por essa razão, pode-se afirmar que na formação imaginária do Estadão, o leitor pode se assustar com o termo “hipergamia”, no entanto, o próprio jornal, por meio do sintagma “muito conhecido” se posiciona como aquele que sabe sobre os tipos de relacionamentos na sociedade. Faz emergir nessas expressões o discurso de autoridade, frisando assim “que já “faz parte das relações sociais atuais”, fazendo pressupor no sintagma “que já faz parte”, os sentidos temporizadores de “agora faz parte” e que “antes não fazia”. Nesse sentido, seguindo a orientação ideológica do Estadão, a jornalista precisa reportar fatos contemporâneos e de grande interesse social; precisa recobrir um comportamento antigo, como os casamentos de arranjo, como se fosse informação nova, despertando a curiosidade de seus leitores, visto que o veículo de comunicação utilizado tem como finalidade levar informação em tempo hábil e alcançar um número maior de receptores da informação.

Nesse caso, o fato noticiado se deu em função da sua relevância na sociedade e dos assuntos relacionados a ele, como, por exemplo, a troca de parceiros com maior

⁴ Segundo Orlandi (2020, p. 37), na antecipação, “todo sujeito tem a capacidade de experimentar, ou melhor, de colocar-se no lugar em que o seu interlocutor “ouve” suas palavras. Ele antecipa-se assim a seu interlocutor quanto ao sentido que suas palavras produzem.

influência econômica e social, que vem sendo noticiado entre as celebridades, como no acontecimento discursivo de tom noticioso sobre o novo relacionamento de Ana Hickmann: “Em meio a divórcio conturbado, Ana Hickmann assume namoro com Edu Guedes” (UOL, 2024). Essas produções discursivas retroalimentam o discurso feminista ao colocar Ana Hickman como sujeito ativo que rompe com relacionamento e “assume” outro. Notícias como essa, apesar de serem discursivizadas com efeitos progressistas (a mulher no controle de suas atitudes), refletem um comportamento conservador, regulado pelo discurso hipergâmico, o qual traz em sua configuração enunciativa pré-construídos de sucesso (SOARES, 2018a) como “Ana Hickman” e “Edu Guedes”.

Esses e outros dizeres sobre o casamento entre celebridades aponta para uma regularidade discursiva a qual a mídia busca se beneficiar. Ora, esses relacionamentos servem como prescrição para o alcance do sucesso, sendo vendidos pela mídia para os sujeitos comuns que almejam alcançá-los pela lógica capitalista. De outro modo, “o sentido do sucesso, como é disposto, ignora, portanto, as condições sociais dos indivíduos e coloca todos no mesmo patamar; todos podem ser sujeitos do sucesso” (COSTA; SOARES; BOUCHER, 2023, p. 42), uma vez que este “é uma expressão das forças contrastivas nos discursos circulantes na sociedade” (SOARES, 2018a, p. 178). Assim, o matrimônio por conveniência, malvisto pela ideologia progressista, precisa ser recoberta por efeitos politicamente corretos, os quais colocam a mulher no controle de suas atitudes. Diante disso, a separação ou divórcio passam a ser validados pela sociedade quando estes são discursivizados por uma ideologia aparentemente progressista. Com isso, surge a necessidade de novas formas de dizer. Com essa mudança nas ideologias, as formações discursivas se interseccionam, nunca sendo homogênea em sua constituição, todavia, havendo dominância de dada formação sobre as outras (BOUCHER; SOARES, 2024).

Essas características são cruciais para compreender o discurso empregado, pois o acontecimento discursivo proferido por Estadão se encontra nesse local de grande influência, o que denota o motivo da autora caracterizar a prática da *hipergamia* como algo “novo” e que é “tendência”, denuncia minimante a filiação a uma formação discursiva progressista pelas escolhas lexicais. Essa formação somente é possível em razão da historicidade, que é a sociedade progressista no momento da produção que permite a autora caracterizar como “nova tendência”, visto que o acontecimento discursivizado está inserido dentro da seção de comportamentos, ou seja, é um

comportamento que é contemporâneo e que tem níveis de grande aceitação. Tudo isso, justifica o motivo do discurso ser “X” e não “Y” (SOARES, 2018b). A formação discursiva se materializa nos enunciados do acontecimento discursivo quando a autora afirma ser algo “novo” e denota que merece atenção.

No entanto, ao observar o emprego linguístico de “nova tendência”, associado ao veículo de comunicação que está na mídia, é possível perceber que a escolha da autora por determinados léxicos tem por objetivo projetar a hipergamia como algo biologicamente natural. Em outros termos, o objetivo da implicatura dessa prática é disseminar como algo popular, difundir e ampliar o rol em torno dela, trocando o que antes era conveniência, sobre o olhar do conservadorismo, para a hipergamia em uma perspectiva progressista. O discurso naturaliza a prática de troca de parceiro na sociedade. Assim, quando a autora utiliza, por exemplo, o termo “nova” e “tendência” no título, ela quer caracterizar um comportamento contemporâneo, visto que essa formação está inserida em um escopo comportamental da sociedade em condições de produção voltada para essa finalidade.

Diante da perspectiva de configuração da formação discursiva regulando sintagmas que indiciam a naturalização, é possível perceber a formação ideológica progressista recobrando a concepção conservadora, não só pelas escolhas lexicais, mas também pela mudança de posicionamento ao longo da historicidade. Ao assumir e imprimir seus discursos na região de sentido conservadora, para não se contradizer às “novas tendências”, Estadão precisa se alinhar ao discurso da liberdade feminina, dos direitos iguais, visando causar o efeito de sentido da repressão feminina, como se a mulher ainda não tivesse o direito de escolher seus parceiros. Nesses efeitos de sentidos engendrados no acontecimento discursivo de tom noticioso, a mulher precisa ganhar espaço na sociedade e a formação discursiva aparentemente progressista visa naturalizar e desmistificar o preconceito que envolve a troca de parceiros. Preconceito este que perpassa a historicidade pela luta de classe e pela busca do sucesso como um objeto a ser alcançado na contemporaneidade, uma vez que “a influência dos discursos do sucesso na conjuntura de uma sociedade complexa, como é o caso da sociedade brasileira, é potencializada, ainda mais, pelo fato de sistematicamente bombardearem os sujeitos por todas as frentes possíveis” (SOARES, 2018a, p. 170).

Essa formação discursiva traz no seu interior o interdiscurso, como no caso da matéria em que a autora diz que a hipergamia moderna não está intrinsecamente ligada ao contexto econômico do parceiro, mas da oportunidade de crescimento mútuo: “É caracterizada por ser a prática de envolvimento amoroso de um indivíduo com parceiros que apresentem um nível econômico, social ou de poder superior ao próprio”, o que não é real, visto que a cada vez mais cresce a porcentagem de divórcio e troca de parceiros e que isso está baseado em uma visão progressista e capitalista do matrimônio por conveniência que está enraizado estruturalmente na sociedade. O que caracteriza ideologicamente não apenas o padrão conservador, mas também da perspectiva biológica na qual a mulher é frágil e instintivamente busca no outro a proteção necessária e conseqüentemente a superioridade.

De uma perspectiva interdiscursiva, na qual a historicidade aponta para o desenvolvimento do comportamento social, a prática da hipergamia não é algo novo, não é uma tendência imediatista, mas uma construção histórica de uma ideologia do conservadorismo, a qual emerge a partir de uma nova nomenclatura para suprir a demanda de uma sociedade bombardeada pelo discurso do sucesso (SOARES, 2018a). Para que se perceba o interdiscurso funcionando nos enunciados de Estadão, é necessário o recorte de uma segunda matéria trabalhando em outra região de sentido, retirada do jornal O Globo, da autoria de Victoria Vera Ziccardi, publicada em 08 de agosto 2024:

Hipergamia: conheça nova tendência entre quem busca relacionamento amoroso

Termo tem se tornado popular recentemente, mas prática já existe há anos

[...] A prática nada mais é do que procurar um companheiro com um melhor nível social ou econômico que o da própria pessoa

[...] Atualmente, o termo refere-se a uma forma de relacionamento, que pode não ser formal, que envolve ato ou prática de flertar ou ter um vínculo amoroso com alguém com condição financeira ou social melhor do que a própria pessoa (ZICCARDI, 2024).

Esse recorte didatiza e ratifica o fato da hipergamia ter ramificações intrínsecas à busca pela riqueza e pela mudança de posição social, visto que nessa segunda a autora pontua a prática exclusivamente voltada para ascensão e o nível econômico da parceira: “A prática nada mais é do que procurar um companheiro com um melhor nível social ou econômico que o da própria pessoa” (ZICCARDI, 2024), ou seja, pelo sintagma “companheiro”, pressupondo um ato restrito à mulher”, o sujeito enunciativo marca um pensamento conservador, como se o homem não procurasse também relacionamentos

hipergâmicos. O enunciador O Globo enfatiza ainda a fala da psicóloga Carolina Moché: “Segundo a profissional, a hipergamia continua a existir, mas de forma “mais oculta”, por trás do uso de outras palavras ou formas, já que em outros tempos era mais comum e não era “mal vista como é hoje” (ZICCARDI, 2024). Como pode ser percebido, a idealização da formação discursiva da primeira notícia coloca a prática como “envolvimento amoroso”, entretanto, ao analisar o segundo recorte noticioso em que a autora enfatiza a fala da psicóloga Carolina Moché: “ Ela ainda destaca que não classificaria a hipergamia como algo totalmente negativo, mas considera que sempre que falamos de casal é através da concepção romântica e profunda do vínculo” (ZICCARDI, 2024), a primeira concepção é desmistificada, uma vez que para a autora a hipergamia está exclusivamente voltada para o viés econômico e não ao aspecto amoroso. Tem-se desse ponto, o interdiscurso emergindo no intradiscurso (ORLANDI, 2020), um acontecimento historicamente latente, vívido e contínuo a partir da ritualização do casamento visando o aspecto financeiro. Tem-se também no interior do enunciado do primeiro recorte analisado a presença dos efeitos de sentidos que apagam o homem, quando a autora enfatiza: “No caso da hipergamia feminina, se aplica àquelas pessoas que se identificam com o gênero feminino”. Por meio desse enunciado, Estadão apaga o homem da busca pelo interesse financeiro, como se somente a mulher fosse exclusiva dessa prática.

Dessa perspectiva, não se pode afirmar que o discurso da hipergamia impacta consideravelmente o aumento dos divórcios no Brasil, no entanto, é preciso considerar que a amplificação desse tipo de discurso contribui significativamente para a difusão da ideia de que casamentos sem uma sustentação financeira tende ao fracasso. Assim, é preciso considerar o discurso hipergâmico como um dos vários fatores que influenciam o aumento dos dados do divórcio em uma sociedade aparentemente progressista. Segundo o IBGE (2022), o número de divórcios no Brasil em 2022, foi de 420 mil casos, dados esses que aumentaram em relação ao ano anterior. No mesmo ano, nos Estados Unidos, a taxa foi de 2,4 a cada mil casamentos. Mas o que esses números refletem?

O número de divórcios em massa, que tem crescido aceleradamente nos últimos anos, está associado a essa lógica idealista progressista de troca de cônjuges e relações pouco duradouras, visto que uma parcela de mulheres troca o parceiro visando um melhor poder aquisitivo e ascensão social. Dessa forma, os efeitos colaterais presentes nesse discurso hipergâmico são apagados, mas existem. Em suma, no primeiro discurso com

formato noticioso, vê-se a reverberação das memórias de um comportamento social que visa disseminar e influenciar um público midiático para a prática da hipergamia, que emerge de uma formação discursiva que apaga o homem e que ocorre em função da ideologia de uma sociedade aparentemente progressista na contemporaneidade, mas que carrega consigo traços de um discurso tradicionalista, suavizado pelos efeitos do “novo”, de “nova tendência”. A segunda aborda uma formação discursiva aparentemente distinta, sendo também uma visão conservadora; que tende a naturalizar uma construção social a partir da metáfora da “lei do mais forte”, porquanto, no mundo capitalista, se dinheiro é poder, logo deve-se procurar “companheiro com um melhor nível social ou econômico que o da própria pessoa, para que se garanta assim a segurança financeira necessária a sua proteção.

Considerações Finais

Neste artigo, buscou-se descrever e interpretar o funcionamento discursivo midiático que trata da hipergamia, colocando a mulher como figura central do interesse financeiro. Ao empregar os conceitos de análise do discurso, na perspectiva da teoria materialista do discurso (PÊCHEUX, 1990), aplicando as noções de processamento metafórico, investigando as estabilizações e deslocamentos dos enunciados; de condições de produção; formação discursiva e de interdiscurso e intradiscurso, foi possível constatar uma visão aparentemente progressista desse discurso, investigando as configurações sintático-semânticas, mas também pré-construídos como “muito conhecido”, “já faz parte” os quais indiciam um alinhamento conservador existente, projetando a hipergamia não como uma construção social das relações humanas, mas como um comportamento natural.

Ao cotejar os dizeres de Estadão e compará-los com outros discursos acerca da hipergamia, como os dizeres do Jornal O Globo, “Hipergamia: conheça nova tendência entre quem busca relacionamento amoroso”, pode-se responder à hipótese inicialmente levantada de que nos discursos midiáticos sobre a hipergamia, há uma tentativa de recobrimento, de apagamento da hipergamia como se não fosse uma dinâmica capitalista, ressignificando-a como um processo puramente natural e não social. Sendo ela um ato amplificado pelo discurso do sucesso, a hipergamia é discursivizada tanto por Estadão

quanto por O Globo como um comportamento que acompanha os primórdios do relacionamento e, portanto, “naturalmente aceitável”, uma vez que a busca pela ascensão social, pela riqueza, pelo mérito, pela saúde de qualidade entre tantos outros discursos da prosperidade, passa pela amplificação e “promoção simbólica do sucesso como um desejo” (SOARES, 2018a, p. 170), isto é, como um objeto de valor a ser adquirido.

Em síntese, acredita-se que, para além do alcance dos objetivos delineados para este artigo, pôde-se transparecer, por intermédio do procedimento de análise empreendido, como as formações discursivas conservadoras, revestidas por efeitos de sentidos progressistas, criam situações conforme posicionamentos sobre o comportamento hipergâmico em veículos midiáticos e jornalísticos, em que são produzidos efeitos de verdade, com o fito de influenciar e naturalizar a prática. Por esse motivo é possível afirmar que o discurso midiático acerca da hipergamia discrimina certos comportamentos justamente para que estes sejam aceitos — no momento em que eles já são aceitos — fazendo parte de uma perpetuação de ideologias conservadoras as quais configuram os lugares e as posições sociais; projetando assim a hipergamia quase como um processo positivista, natural, altamente produtivo e politicamente correto, já que nessa ilusória visão, o preconceito de classe social é extirpado da sociedade.

Essas reflexões colocam questões que podem ser respondidas em outros gestos de leitura, uma vez que os estudos acerca do potencial heurístico do discurso hipergâmico ainda é embrionário. Assim, uma hipótese conclusiva se faz premente: se de fato a hipergamia se apresenta como tão boa nos discursos midiáticos, quais seriam os efeitos do discurso hipergâmico nas relações entre sujeitos? Com base nessas reflexões, é forçoso explicitar a existência de efeitos colaterais da implicatura de tal comportamento na sociedade que reflete, em boa medida, o aumento expressivo dos casos de divórcios. Essa constatação vai ao encontro do conceito de Bauman (2001), no qual as relações humanas tendem a ser mais fluidas, superficiais e facilmente dissolvidas por fatores sociais contemporâneos como a retroalimentação discursiva da hipergamia como ponte de acesso à superestrutura para os sujeitos posicionados na infraestrutura social.

Dessas considerações, chega-se a mesma conclusão de Soares (2022, p. 37) ao afirmar que “mais do que divertir e informar, a mídia gerencia os discursos circulantes ao ponto de se tornar uma espécie de reguladora dos discursos”. Assim, dessa perspectiva discursiva, o discurso hipergâmico é parte constitutiva de um discurso mais amplo, a

saber, o sucesso, um objeto de desejo aparentemente alcançável por todos (SOARES, 2018a), mas que na realidade não distorcida pelo foco midiático, se apresenta como prática sócio-política que se estende pela historicidade até os tempos atuais. Por fim, diante do percurso discursivo empreendido, é possível afirmar que tais efeitos hipergâmicos funcionam como efeitos catalisadores da fragilidade e da transitoriedade dos vínculos sociais, em um mundo cada vez mais individualista e marcado pela rápida mudança.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.

BOUCHER, Damião Francisco Boucher; SOARES, Thiago Barbosa. O papel da memória na letra da música “Acorda amor” de Chico Buarque de Holanda. **In: Investigações tocantinenses em Análise do Discurso: materialidades recursivas**. São Carlos, Pedro & João Editores. 2024.

CAMARGO, Maria Eduarda. **O que é hipergamia feminina? Entenda nova tendência nos relacionamentos**. Estadão, 07 ago. 2024. Disponível em: [O que é hipergamia feminina? Entenda nova tendência nos relacionamentos - Estadão \(estadao.com.br\)](https://www.estadao.com.br/coluna/o-que-e-hipergamia-feminina-entenda-nova-tendencia-nos-relacionamentos). Acesso em: 21 ago. 2024.

CORNWALL, Andrea. **Além do “Empoderamento Light”**: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global. Cadernos Pagu, n. 52, p. e185202, 2018.

COSTA, Felipe de Carvalho; SOARES, Thiago Barbosa; BOUCHER, Damião Francisco Boucher. Uma prática do discurso do sucesso: o casamento na atualidade. **In: Pesquisas em Análise do Discurso: produções do Grupo de Estudo de Análise do Discurso (GESTADI)**. São Carlos, Pedro & João Editores. 2023.

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

UOL. Em meio a divórcio conturbado, Ana Hickmann assume namoro com Edu Guedes. Uol, 12 mai 2024. Disponível em: [Em meio a divórcio conturbado, Ana Hickmann assume namoro com Edu Guedes · Notícias da TV \(uol.com.br\)](https://www.uol.com.br/noticias/2024/05/12/em-meio-a-divorcio-conturbado-ana-hickmann-assume-namoro-com-edu-guedes/). Acesso em: 21 ago. 2024.

IBGE. **Estatísticas do Registro Civil 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/1206b8fe9079fe1b32e54035d1f81dc0.pdf. Acesso em 21 ago. 2024.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Trad. Freda Indursky. 3ª ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Unicamp, 1997.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 13. ed. Campinas, SP: Pontes, 2020.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony. (org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Trad. Bethania S. Mariani et al. 4 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1990. p. 61-161.

PÊCHEUX, Michel [1971]. Língua, Linguagens e Discurso. In: PIOVEZANI, Carlos.; SARGENTINI, Vanice (Orgs.). **Legados de Michel Pêcheux: Inéditos em análise do discurso**. São Paulo, SP: Contexto, 2011. p. 63-75.

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

SCHIEBINGER, Londa. **Mais mulheres na ciência: questões de conhecimento**. Apresentação de Maria Margaret Lopes. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 15, 269 - 282, 2008.

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

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

SOARES, Thiago Barbosa. Formação discursiva: uma noção com dois fundadores. In: **Leitura, discurso e produção dos sentidos: múltiplas abordagens**. Osalda Maria Pessoa (org.). Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2019. p. 37-51.

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

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

SOARES, Thiago Barbosa. **Sobre a voz de sucesso midiático: uma análise da construção discursiva do sucesso de Ana Castela na revista Veja**. Muiiraquitã: Revista de Letras e Humanidades, [S. l.], v. 12, n. 1, 2024b. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/mui/article/view/7337>. Acesso em: 16 ago. 2024.

SOARES, Thiago Barbosa. **Dissimetrias discursivas: o tratamento midiático desigual aos “iguais” perante a lei**. Textura, 94-109, v. 26 n. 66, abr./jun. 2024c.

SOUZA; Ilka de Lima. LIMA, Rita de Lourdes de. **Família, conservadorismo e políticas sociais no Brasil:** questões para reflexão. Revista em pauta, n. 44, v. 17, p. 149 - 164. Rio de Janeiro, 2019.

ZICCARDI, Victoria Vera. **Hipergamia: conheça nova tendência entre quem busca relacionamento amoroso.** O Globo, 09 mai 2024. Disponível em: [Hipergamia: conheça nova tendência entre quem busca relacionamento amoroso \(globo.com\)](https://globo.com/brasil/noticia/hipergamia-conheca-nova-tendencia-entre-quem-busca-relacionamento-amoroso-globo-com). Acesso em: 21 de ago. 2024.