

O CASAMENTO COMO UMA PRÁTICA DO DISCURSO DO SUCESSO

MARRIAGE AS A DISCOURSE OF SUCCESS PRACTICE

Felipe de Carvalho Costa 1

Thiago Barbosa Soares 2

Damião Francisco Boucher 3

Resumo: O presente artigo objetiva analisar as redes de dizeres sobre o divórcio. Especialmente como esse sintagma pode deslocar seu sentido a depender das formações sociais em que é utilizado. Assim, fazemos uma análise discursiva de uma notícia que veio a público em um dos maiores portais de notícias do país, o G1, em 2022, que trata a respeito do fim do casamento da celebridade Jojo Todynho com a figura comum, Lucas de Souza. Para a análise, serão utilizados os conceitos de interdiscurso, formação imaginária, formação ideológica da Análise do Discurso, a fins de se verificar as condições de produção da materialidade em questão, demonstrando como o sucesso permeia as relações entre mídia, celebridade e público comum.

Palavras-chave: Discurso. Sucesso. Casamento.

Abstract: This article aims to analyze the networks of sayings about divorce. Especially as this phrase can shift its meaning depending on the social formations in which it is used. Thus, we make a discursive analysis of a news item that was made public in one of the largest news portals in the country, G1, in 2022, which deals with the end of the marriage of the celebrity Jojo Todynho with the common figure, Lucas de Souza. For the analysis, the concepts of interdiscourse, imaginary formation, ideological formation of Discourse Analysis will be used, in order to verify the conditions of production of the materiality in question, demonstrating how success permeates the relations between media, celebrity and common public.

Keywords: Discourse. Success. Marriage.

1 - Graduando pela Universidade Federal do Tocantins (UFT); Membro do Núcleo de Estudos de Literaturas Africanas e Portuguesa (NELA). ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1881-5587>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2901083491318735>. E-mail: felipe.costa@mail.uft.edu.br

2 - Possui graduação em Letras, português/inglês, pela Universidade do Vale do Sapucaí (2009), em Psicologia pela Universidade Paulista (2014) e em Filosofia pela Universidade de Franca (2014), especialização em Estudos Literários pela Faculdade Comunitária de Campinas (2013), mestrado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2015) e doutorado em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2018). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2887-1302>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8919327601287308>. E-mail: thiago.soares@mail.uft.edu.br

3 - Mestre em Letras pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), campus de Porto Nacional e graduação em Letras, Português e Inglês e suas respectivas literaturas, por essa mesma instituição; Especializado em Análise do Discurso Político e Jurídico e Psicologia Analítica Junguiana - Perspectiva Multidisciplinar, ambas especializações pela Faculdade Unyleya (FU), Rio de Janeiro. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8325-1603>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4815591282019412>. E-mail: boucherplace@gmail.com

Introdução

É notável a discussão existente sobre o sucesso no tocante a sua instrumentalização, por domínio da população menos favorecida na nossa sociedade. O sucesso se faz presente no dia a dia desde as bancas de jornais, sites, redes sociais, sendo consumido e perpassando todas as barreiras sociais possíveis das relações humanas (SOARES, 2018a). Além disso, o sucesso do nosso tempo é diferente de outrora, quando era atribuído através da inserção do nome na história. É notável que dominar nações a ponto de erigir poderosos impérios não se enquadra no mesmo nível de ações que atuar em novelas, em filmes, quer dizer, estar na mídia. “Nessa acepção, os sentidos de sucesso na era contemporânea se diferenciam enormemente de tempos anteriores” (SOARES, 2017, p. 88).

Com a transformação do significado do sucesso ao decorrer do tempo, percebe-se, hoje em dia, que, apesar de estar longe, ao se materializar em pessoas públicas, o sucesso transmite a mensagem de que está perto, que todos podem alcançá-lo, basta ser perseverante. 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. De acordo com Piovezani (2017):

Não nos parece ser um diagnóstico promissor nem tampouco um bom presságio para a saúde mental, afetiva, social e política de sujeitos que são jogados num redemoinho em que o vendaval das desigualdades abissais e insuportáveis e dos desejos de visibilidade ou ao menos de reconhecimento o fato de que essa tormenta seja acompanhada por frequentes brisas de resignação, acanhamento e culpa, possivelmente tão mais intensos quanto mais precárias forem as condições de vida dos que os sentem em sua pele (PIOVEZANI, 2017, p. 21).

No trecho acima, Piovezani (2017) tateia as causas que surgem como resultado desse sistema e seu sistema de funcionamento que pressiona a população todos os dias com o discurso de consumismo em muitas áreas da vida do cotidiano das pessoas, como a compra de algo sem ao menos existir uma real necessidade por parte do indivíduo, objetos com dias de vida contado sendo elaborados para ter um curto tempo de duração, e toda essa rapidez se reflete nas relações entre indivíduo e sociedade, já que esse discurso se configura tanto pelo consumo inquietante de suas ideologias, como também a permanência de consumidores alimentando assim o próprio sistema.

Nas palavras de Adorno e Horkheimer (1985, p. 57), “O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada sector é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto”. Por essa razão, espera-se que todo o conjunto desse sistema forneça o prazer para suas inquietações, isto é, espera-se que o conteúdo o agrade e quando o faz, “sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto” (ADORNO; HORKHEIME, 1985, p. 59). Ao fazer uma relação epistemológica entre Adorno e Horkheimer (1985) e Piovezani (2017), respeitando as diferentes áreas epistemológicas, os respectivos campos de estudo, é possível constatar que o discurso do sucesso torna a sociedade vulnerável. Piovezani traz as questões de como a desigualdade e a culpa são causadas pelo próprio sistema do capital quando os indivíduos não conseguem consumir ou fazer parte deste discurso, pois, para que ele seja alimentado, o sujeito deve ser capaz de consumir dessa produção, e quando isso não acontece ele é automaticamente retirado desse meio, pois o discurso do sucesso também é excludente.

Com isso, o sujeito que, inserido nas correntes discursivas e bebendo da sua fonte todos os dias, sendo atravessado por inúmeras propagandas, não possui, pelo próprio discurso, condições de alcançar o sucesso. Sua posição, torna-se, então, a de mero consumidor; uma participação no processo, de modo que, “dessa maneira, a vida do sujeito na contemporaneidade

brasileira é forjada em casos individualizantes, porquanto são as atividades da condição de consumidor as quais tornam pessoas em sujeitos de consumo” (SOARES, 2017, p. 99). Considerando o sujeito e a posição na qual ele ocupa no discurso do sucesso (SOARES, 2018a), é possível destacar a disposição midiática sobre a relação entre sujeitos de sucesso e de menor visibilidade.

Dessa forma, a presente pesquisa apresenta uma análise discursiva de uma notícia que veio a público em um dos maiores portais de notícias do país, o G1, em 2022, que trata a respeito do fim do casamento da celebridade Jojo Todynho com a figura comum, Lucas de Souza. Assim, a discussão qualitativamente analítica investida neste artigo, dar-se-á em como esse tipo de acontecimento possui um grande espaço nesse portal, objetivando verificar como o fato é noticiado, como as pessoas que consomem esse tipo notícia são atingidos por ela, e como essa notícia tem como a continuação do discurso do sucesso em nossa sociedade.

Para a análise, serão utilizados, além de algumas noções sobre o próprio funcionamento do sucesso, também mobilizaremos os conceitos de interdiscurso, Formação imaginária, Formação ideológica da Análise do Discurso, bem como outros de igual relevância, com o objetivo de se verificar as condições de produção da materialidade em questão, demonstrando como o sucesso permeia as relações entre mídia, celebridade e público comum.

Aparato teórico-metodológico

Desse ponto apresentaremos o ferramental teórico e metodológico da Análise do Discurso, a saber, formação imaginária, formação social, formação ideológica, formação discursiva e por fim interdiscurso. Cabe ressaltar que outras noções como memórias (ACHARD, 2015), pré-construídos (HENRY, 1990), entre outras, também serão abordadas como parte secundárias de nossa análise e serão definidas e mobilizadas ao longo do processo. Para isso, é necessário pontuarmos o contexto histórico e político em que a Análise do Discurso emerge diante do mundo.

No final dos anos 1960, na França, Michel Pêcheux lança seu livro “Análise Automática do Discurso”, um livro que anos depois seria considerado um dos pilares da análise do discurso (SOARES, 2018b). A França passava por um conturbado momento político e social, há também uma nova leva de intelectuais franceses que reinterpretem obras clássicas e as colocando de volta no debate da época:

Contudo, Althusser faz novas interpretações de Marx, Lacan faz o mesmo na obra de Freud; Pêcheux, sensível a essas leituras, empreende na obra de Saussure a leitura produtora do corte epistemológico gerador da análise do discurso (ORLANDI, 2007). É a partir dos três campos, linguística, psicanálise e marxismo, que surge a análise do discurso pecheuxtiana. (SOARES, 2018b, p. 107)

Essas novas releituras realizadas por intelectuais contemporâneos dinamizam um novo olhar para esses clássicos que em outro tempo foram tão importantes, colocando os de novo no debate internacional de seus respectivos campos, dando novas bases para uma produção científica que visava compreender esse novo mundo que se erguia marcado por novas relações e instrumentos de poderes (SOARES, 2018b). Assim, tais intelectuais, como Althusser, Pêcheux e Lacan, representam bem essa nova leva de pensadores que, preocupados com as questões de seu tempo, vão procurar em autores clássicos uma nova base de seus campos de pesquisa, visando produzir novos horizontes teóricos que fossem capazes de entender suas realidades.

Com isso, ao trazermos o contexto histórico para o centro do debate, passaremos então para exposição de todos os termos destacados mais acima. Interdiscurso, por exemplo, tem

uma função bastante relevante para a Análise do Discurso (doravante AD), o interdiscurso é o responsável por tudo quanto iremos dizer, ele carrega o sentido do discurso antes mesmo do sujeito enunciá-lo, tudo quando produzimos está baseado em algo que já foi dito no passado, portanto o interdiscurso está relacionado a memória (ACHARD, 2015) e no passado histórico, e também existe o intradiscurso que é o que formulamos naquele presente momento baseado no interdiscurso, permitindo os efeitos de sentidos reaparecerem sob a forma de pré-construídos (HENRY, 1990).

Sobre essa noção, temos a ideia de continuidade desses efeitos de sentidos do passado, engendrados nos dizeres da atualidade. De acordo com Courtine (2014), podemos afirmar que o pré-construído designa:

Uma construção anterior, exterior, independente por oposição ao que é construído na enunciação. Ele marca a existência de um descompasso entre o interdiscurso como lugar de construção do pré-construído e o intradiscurso como o lugar da enunciação de um sujeito (COURTINE, 2014, p. 74).

Marcada pela interdiscursividade os pré-construídos representa a atividade enunciativa no contínuo da história, emergindo no campo da formulação como um efeito discursivo ligado à formação sintática. No campo do sucesso midiático, Soares (2018a, itálico nosso) nos chama atenção para esses “mecanismos linguísticos e textuais [...] *que impactam* a composição da matéria” e que serão considerados, na análise da materialidade midiática, pré-construídos do sucesso. Desse modo, o intradiscurso seria um lugar para onde todo discurso vai e o lugar que todo discurso é retirado através do já dito, da memória, numa “oscilação entre o histórico e o linguístico” (ACHARD, 2015, p. 16). Assim, as memórias são trazidas para o contexto imediato, ou seja, o espaço/tempo atual dos dizeres. Nesse mesmo contexto epistemológico, Orlandi (2015, p. 31) ratifica que “interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos” (2015, p. 31), produzindo, dessa maneira, projeções imaginárias que circulam continuamente na história de nossa sociedade.

É sobre essas projeções do imaginário social que Pêcheux (1997) concebe a noção de formação imaginária. A fala de todo sujeito está relacionada a posição em que ele ocupa nas relações de poder que formam a sociedade, é o imaginário que nos representa no discurso, não nossas posições na qual ocupamos fisicamente. Um exemplo disso seria os profissionais como médicos, policiais, juízes, professores e em nosso caso, os artistas midiaticizados pelo discurso do sucesso (SOARES, 2017, 2018) que saem de suas posições de sujeitos comuns para ocuparem outros espaços discursivos de prestígios, sobretudo aquelas posições em que o carisma e outros atributos são necessários.

Todas às vezes que ouvimos esses nomes, não atrelamos o significado às pessoas que ocupam tais cargos, mas sim ao imaginário que existe e é produzido a respeito dessas profissões, como o juiz, que a sua imagem está relacionada a alguém imbuído de poder pelo Estado, alguém que julga, alguém que condena, que livra, e todas essas questões se atrelam as imagens pré-construídas, ou seja, são discursos já produzidos que se materializam dentro do discurso. Orlandi argumenta que “são essas projeções que permitem passar das situações empíricas - os lugares dos sujeitos - para as posições dos sujeitos no discurso. Essa é a distinção entre lugar e posição” (ORLANDI, 2015, p. 38)

Além disso, são as formações discursivas que permitem a materialização das formações ideológicas nessas posições discursivas, pois todo discurso carrega em si uma ideologia, suas palavras e sentidos que irão compor o discurso derivam de uma formação social, pois há uma intenção historicamente marcada naquele discurso. Com isso as palavras não estão estáveis dentro do discurso, elas mudam a depender da ideologia que irá compor o discurso, “por aí podemos perceber que as palavras não têm um sentido nelas mesmas, elas derivam seus sentidos das formações discursivas em que se inscrevem” (ORLANDI, 2015, p. 41).

Na formação ideológica que mencionamos acima, tem por finalidade trazer o sujeito com sua formação imaginária para suas relações empíricas, é ela também que estabelece o

homem em seu ambiente físico, já que ele precisa ter acesso a ela, pois o sentido é determinado pela ideologia e ela existe antes mesmo do sujeito. Pois o sujeito que não estiver submetido a sua realidade e história ele não consegue produzir um sentido, porquanto para produzir sentido o sujeito precisa ser atravessado por ambas, “no entanto, nem a linguagem, nem os sentidos, nem os sujeitos são transparentes: eles têm sua materialidade dada e se constituem em processos em que a língua, a história e a ideologia concorrem conjuntamente” (ORLANDI, 2015, p. 46).

Por essa razão, em sua formação social, o sujeito é sensível aos acontecimentos históricos e sujeitado por algumas regras do tempo, como o próprio sistema econômico que há anos vigora dentro da nossa sociedade, determinando os sujeitos comuns e de prestígios, a língua, “submetendo o sujeito, mas, ao mesmo tempo, apresentando-o como livre e responsável. Assim, o assujeitamento se faz de modo a que o discurso apareça como instrumento (límpido) do pensamento e um reflexo (justo) da realidade” (ORLANDI, 2015, p. 49).

Análise: o casamento vinculado ao discurso do sucesso

O casamento por muito tempo foi uma forte instituição a favor do capital, antigamente era comum encontrarmos casais que estavam juntos há muitos anos vivendo em uma completa harmonia, e um dos pilares que sustentava esse ideal era o próprio discurso do sucesso e, em boa medida, sua subcategoria, a saber, os discursos de autoajuda e da prosperidade, produzidos pelos meios de comunicação como livros, revistas, TV e novelas (SOARES, 2018a).

Com o passar dos anos essa percepção foi ganhando outra forma e, com isso, aos poucos, a sociedade foi se adequando a um novo formato de casamento, se antes em seu discurso o sujeito o reproduzia como algo duradouro, forte e como uma base da sociedade, agora o casamento é visto como passageiro, não eterno, algo mutável, e os próprios efeitos da ideologia (ORLANDI, 2015) menos conservadora, ao produzir esse novo ideário, atravessa todas as pessoas e sem perceberem acabam alimentando ou produzindo esse novo processo dentro das relações humanas.

Hoje um dos principais discursos que contribuem para olharmos o casamento dessa maneira é o próprio sucesso. Desse ponto, é relevante compreendermos 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. 179). Dessa forma, essa força contrastiva que antes sustentava o casamento como algo necessário para atingi-lo através dos casais, hoje, é o mesmo sucesso que alimenta ao vender a ideia de que ele é alcançado independentemente de estar só ou não, portanto dependendo somente do sujeito.

É possível analisar o casamento na perspectiva do sucesso por meio das situações de casamento e divórcio de personalidades midiáticas, consagradas como pessoas de sucesso. Nosso corpus se situa em um grande portal de notícias brasileira, o G1. Mais precisamente a matéria publicada no dia 04/11/2022 às 09h44 no mesmo site, noticiando o fim do casamento dos famosos Jojo Todynho e Lucas de Souza.

Antes de adentrarmos na notícia, devemos lembrar quem é Jojo e o motivo dela ser representante desse discurso, Jojo tem 26 anos e é uma cantora, apresentadora e empresária, seu surgimento se deu por conta da sua música “Que tiro foi esse”, lançada em 2017. Na época a música fez um grande sucesso alcançando o topo das paradas musicais. Conhecida por falar sempre o que quer e o que pensa, se manteve nos holofotes até que, em 2021, se tornou sujeito de sucesso ao ser vencedora do programa de televisão A Fazenda, da emissora Record, garantindo também o prêmio de 1,5 milhões de reais. Após essa breve descrição do sujeito Jojo Todynho, passamos à descrição e interpretação do corpus de nossa análise:

Eu vou falar para vocês, de coração, o Lucas que eu vejo hoje não é o Lucas que eu casei, não é o Lucas que um dia eu

me apaixonei, desejo a eles coisas boas, e procuro cada vez mais melhorar, desejo a ele toda a felicidade do mundo. E é isso, uma mulher quando toma sua decisão não tem quem faça ela voltar atrás (G1, 2022).

O pequeno recorte que escolhemos, na manchete, é carregada de pré-construídos de sucesso e de uma formação discursiva que permeia também esse campo. Essa formação discursiva “se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito” (2015, p. 41).

Na notícia, a formação discursiva concebe o sintagma “casamento” (casei) como algo duradouro, algo que deveria ser eterno e estático. Essa ideia está expressa na expressão “o Lucas que eu vejo hoje não é o Lucas que eu casei”, como se o sujeito tivesse o dever, após seus votos, de manter os mesmos padrões antes do casamento, desrespeitando a lógica dos comportamentos humanos que o torna uma pessoa mutável, como se o próprio casamento não denotasse um processo de mudança de comportamentos. Esses votos são apresentados na figura abaixo que apresenta ao leitor o casamento entre Jojo Todynho e o ex-marido Lucas de Souza.

Figura 1. Jojo e seu ex-marido



Fonte: G1: Pop & Arte, 2022

A foto que compõe a matéria, vemos Jojo e seu ex-marido se beijando no dia do seu casamento. Notamos que o site G1 traz uma foto preto e branco, indiciando que a cena retratada demarca uma de felicidade e votos eternos com o selamento do beijo, simbolismo do compromisso da relação. Desse ponto, é relevante ressaltar que há um efeito contrastivo entre o título da matéria e a foto: No título “Jojo Todynho assina divórcio: ‘Hoje renasce uma nova mulher, uma nova Jordana’” (G1, 2022), observa-se os efeitos de separação no sintagma “assina divórcio”. Em contrapartida, a foto marca o início do casamento.

Nesse contexto, ainda podemos apontar para as relações contrastivas (SOARES, 2018a) se considerarmos os sintagmas “uma nova mulher” e “uma nova Jordana”, bem como as cores da foto, ou melhor, a ausência delas, apenas o preto e o branco, indiciando algo no passado. Há um processamento metafórico (SOARES, 2018b) na qual reforça a ideia de que “a Jojo Todynho que se casou com Lucas de Souza ficou no passado”, reforçado ainda pelo pré-construído que delimita um sujeito diferente, a saber “uma nova X”, sendo que “X” representa “mulher” e “Jornada”.

Considerando que “sucesso é uma tradução dos novos valores presentes na sociedade brasileira contemporânea” (SOARES, 2016, p. 1082), a matéria não poderia servir somente de informativo de um divórcio. Até porque a mídia não daria conta de noticiar todos os divórcios que acontecem no dia a dia. Mas quais seriam os requisitos que levaram um procedimento tão comum nos tempos atuais a ser digno de atrair todos os holofotes de um site de grande circulação? Segundo Soares, (2018b, p. 200) “o entrelaçamento dos discursos do sucesso e outros de condições sociais já bem estabelecidas, como os discursos da riqueza, da saúde, do mérito, entre tantos, lhe confere uma autoridade quase absoluta”. De outro modo, o sujeito investido de sucesso, “Jojo Todynho”, representa outro discurso largamente difundido pelas plataformas midiáticas, a saber, o discurso de resistência da mulher contra uma posição discursiva que, nas últimas décadas, tem sido combatido: o patriarcado. Essa resistência, essa luta contra as imposições do homem, ou melhor, contra a posição discursiva do sujeito homem, reverbera no enunciado “E é isso, uma mulher quando toma sua decisão não tem quem faça ela voltar atrás”.

No campo semântico-discursivo, o pré-construído (COURTINE, 2014) “não tem quem faça” está trabalhando na região do verbo “desobedecer”, indiciando uma relação histórica na qual há um sujeito que manda e um sujeito que resiste. Nessa relação histórica, o próprio casamento no religioso e a conhecida expressão “até que a morte o separa” marca a impossibilidade de separação”; alimentou por muitas décadas o divórcio como sacrilégio, ou seja, um pecado grave para certas igrejas. No contexto imediato (ORLANDI, 2015) o sujeito que manda aparece velado, pressuposto em “não tem quem faça ela voltar atrás”. Num processo parafrástico mais amplo, os efeitos que funcionam nesse enunciado se aproxima de “não tem homem que faça uma mulher voltar atrás”. É exatamente na paráfrase desse dizer que vemos trabalhar os efeitos da resistência, porquanto Jojo Todynho tem o sucesso ao seu favor. Ela, diferente de diversas mulheres que tentam o divórcio e são violentamente agredidas (quando não são mortas) (G1, 2021), não pode ser apagada da mídia, porquanto o sucesso a permeia, dá a Jojo Todynho os atributos necessários para ser amplamente discursivizada e representar o discurso da emancipação, contrário ao discurso conservador das igrejas as quais denominam o divórcio como um sacrilégio, um pecado.

Ainda sobre esses atributos do sucesso, podemos afirmar que eles se estabelecem na e pela história. Não é algo inventado. No processo de maturação do sucesso, os sujeitos do sucesso vão sendo construídos no mesmo processo de discursivização (SOARES, 2018b). Por isso, devemos ressaltar que o próprio pedido de casamento feito por Lucas para Jojo, acontece de uma maneira inesperada, Jojo alega que o pedido foi feito de uma maneira surpresa já que ela não esperava que receberia tal pedido tão cedo de seu namorado. Na reportagem, nota-se que o pedido foi regado e cheio de romantismo.

Nessa perspectiva, a cerimônia e o ritual do casamento marcam o casamento de Jojo Todynho não como um pedido qualquer, mas como um acontecimento digno de ser discursivizado. Em contrapartida, na mesma matéria, os dizeres sobre o casamento e sobre o divórcio se misturam, trazendo ao leitor efeitos de sentidos de que há, em certa medida, uma celebração no divórcio, não mais fazendo com que esse sintagma seja sinônimo de tristeza e desolação. Jojo é uma “nova mulher”, uma nova Jordana”. O sucesso possibilita Jojo Todynho não passar pelo “luto” da separação, mas pela metamorfose de se transformar “em uma pessoa melhor”. Jojo ainda alega que o Lucas com quem ela assina o divórcio não é o mesmo Lucas por qual um dia ela foi apaixonada e por quem se casou, reverberando sentidos de que há motivos concretos para que seus leitores aceitem o divórcio como um processo natural quando as pessoas não se encaixam mais no padrão idealizado por um dos cônjuges.

Percebemos, desse ponto, que os efeitos de sentido nos dizeres de G1 apontam mais uma vez para a resistência aos desejos do marido. No enunciado “desejo a eles coisas boas, e procuro cada vez mais melhorar, desejo a ele toda a felicidade do mundo”, não há efeitos de sentidos que indiquem uma tentativa de acordo para salvar o casamento ou algo parecido, ela aceita a escolha do outro e lhe deseja uma boa vida, tal atitude também é uma das marcas que sustenta o discurso do sucesso. Primeiro porque seu prestígio é maior do que de seu ex-marido

e; segundo porque precisa ter carisma (SOARES, 2022), porquanto “o sujeito do sucesso não pode ser mau, ao contrário, precisa ser um sujeito bom para ter seus atributos inflamados pela mídia” (SOARES, 2020, p. 7).

O efeito do carisma (SOARES, 2022) trabalhando no enunciado transmite aos leitores da matéria de G1 que, em dada situação, Jojo Todynho não cobra seu ex-marido para ficar com ela, mas também se mostra forte ao assumir que “não volta atrás”. Desse ponto é que podemos confirmar o discurso de resistência da mulher. Jojo Todynho se apresenta na matéria como a porta-voz de uma vida de sucesso na qual nem o homem, nem o casamento pode consumi-la, “desbotá-la”, porquanto nesse discurso de resistência, há sempre o simbolismo da liberdade, da emancipação do homem e o sucesso contribui para o processo de separação, pois este também representa a liberdade financeira para assumir o risco do divórcio.

Ao verticalizar as informações sobre o discurso da emancipação, no campo interdiscursivo (ORLANDI, 2015), as memórias sobre o divórcio denunciam o contínuo e o crescente número de assinaturas de divórcios existentes no Brasil. As pessoas estão se separando mais e isso mostra o quanto o discurso da emancipação, da resistência, capitaneado por celebridades, por sujeitos de sucesso, vem ganhando cada vez mais força nos indivíduos que compõem a sociedade brasileira.

De acordo com o IBDFAM (Instituto Brasileiro de Direito de Família Brasil), o Brasil registrou um aumento de 16,8% no ano de 2021 relacionado ao mesmo período do ano anterior. Ou seja, no ano de 2021 no Brasil acontece 386,8 mil divórcios, se pegarmos esse percentual e estendermos para uma quantia maior de anos veremos algo parecido, no aumento de casais divorciados no país.

Voltando para a matéria do G1 encontramos essa reconstrução que foi feita pelo discurso do sucesso praticado pela Jojo, quando ela diz que: “hoje renasce uma nova mulher, uma nova Jornada”. “E é por isso que eu estou fazendo o *Halloween Fantasy* do divórcio, a festa.”. Ao anunciar o fim do seu relacionamento e demonstrar um certo abalo emocional, a apresentadora e cantora logo em seguida anuncia que será uma nova mulher e para comemorar o nascimento dessa nova Jojo ela irá realizar uma festa com o tema de “*Halloween Fantasy do divórcio*”, o discurso do sucesso aqui se materializa em como é preciso superar o fim de seu casamento e que a vida dela precisa ser seguida no instante seguinte, porquanto “personagens com reconhecimento midiático servem como veículo de propaganda ao mesmo tempo, em que têm suas carreiras públicas permutadas em constantes celebrações de sucesso” (SOARES, 2016, p. 1090).

Esse sucesso, desejável e perseguido por muitos, e desloca os sentidos de um acontecimento traumático como o divórcio em motivo e motivação para uma grande celebração é o mesmo que falta nos sujeitos comuns. Por essa razão, podemos constatar que o sucesso é um bem de consumo de alto prestígio e aqueles que o têm, sentem-se amparados e até protegidos pelos efeitos colaterais que o acontecimento (interdiscurso) e o pré-construído (intradiscurso) “divórcio” podem causar. No campo interdiscursivo (ORLANDI, 2015), as memórias de já ditos sobre o divórcio não tomam a proporção semântica de celebração, como no caso de Jojo Todynho. Ao contrário, as redes de dizeres sobre a separação de mulheres geralmente são catastróficas.

Como exemplo, podemos citar matérias que trazem em seus títulos os sentidos de divórcio como sinonímia de tragédia e fracasso, tais como: “Os nomes do feminicídio: a identidade das 299 brasileiras mortas de janeiro a outubro de 2018” (CORTÊZ, 2019) e “Maridos e ex-maridos são responsáveis por 90% dos feminicídios no Brasil” (RESENDE, 2020). É relevante ressaltar que há uma regularidade nos dizeres sobre o divórcio. Os homens sempre são apontados como os responsáveis finais pelas estatísticas dos feminicídios, ora implícitos como o primeiro exemplo supracitado, ora explícitos como o segundo título.

Essas constatações feitas ao longo de nosso processo descritivo-interpretativo, permitem-nos depreender como funciona de forma sutil os efeitos do sucesso. Na formação discursiva dos meios midiáticos os quais projetam as celebridades, raramente o divórcio é apresentado como uma sinonímia de fracasso, porquanto os sujeitos envolvidos no acontecimento “separação” são detentores do prestígio midiático e não podem ser estigmatizados ou maculados em

escândalos por sintagmas e enunciados que trazem em sua carga semântica as sinonímias do fracasso e da violência, porquanto o sujeito do sucesso deve ser bom para ser discursivizado pela mídia (SOARES, 2020).

Em uma de suas matérias, em 2020, Marie Clair traz uma série de títulos de notícias com sintagmas e enunciados que denotam violência, com a intenção de chocar seus leitores e chamar a atenção para a violência causada pelo divórcio:

Morta a marteladas pelo ex. A tiros de espingarda pelo marido. A pauladas pelo amante na frente dos filhos. Antes de morrer, teve o corpo marcado a ferro quente com o apelido do companheiro. Com o bebê recém-nascido nos braços, foi executada a facadas pelo companheiro. Com golpes de machado, foi assassinada pelo namorado. Estuprada e enforcada pelo próprio pai. Ciúmes e três tiros no rosto pelo ex da sua namorada a mataram. Após se recusar a reatar namoro, foi morta pelo ex-namorado com dez balas. Amigas, foram torturadas, estupradas, mortas com 42 facadas e queimadas por um grupo de amigos (RESENDE, 2020, negrito do autor).

Diferente dos títulos trágicos acima, celebridades como Xuxa e Luciano Szafir, Jojo Todynho e Lucas de Souza, Cauã Reymond e Mariana Goldfarb, Preta Gil e Rodrigo Godoy, Sabrina Sato e Duda Nagle, Fábio Porchat e Nataly Mega, entre outros, simplesmente “terminaram” (G1, 2023). O discurso do sucesso delimita os títulos das matérias e com efeitos de aceitabilidade, promove a necessidade de lembrar do acontecimento que não tem o mesmo trauma de sujeitos comuns, como “Casais famosos que terminaram em 2023; relembre” (G1, 2023).

Com esses exemplos, não queremos afirmar que traumas e violência não acontecem com pessoas famosas, mas atentar para o fato de que o discurso do sucesso, não sendo simplesmente um item lexical (SOARES, 2018b), segue uma regularidade historicamente marcada, em que os sujeitos investidos dos atributos e prestígios da fama são discursivizados de forma diferente e são raramente estigmatizados pelos sentidos de fracasso, engendrados em sintagmas como “divórcio” e “separação”.

Considerações Finais

Em nosso percurso analítico, vimos que há, tanto no sintagma “casamento”, quanto no sintagma “divórcio”, ressignificações consideráveis na formação discursiva de G1 e de seu representante, o sujeito Jojo Todynho. Entendemos que o casamento, para essa formação discursiva (ORLANDI, 2015), diferencia-se em alguns aspectos dos casamentos de outros períodos e de outros sujeitos comuns, marcando uma mudança do sentido conservador de casamento, de “até que a morte os separe” para um “foi bom enquanto durou”.

O que permite essa mudança sem traumas nem dores é o pré-construído de sucesso (SOARES, 2018a, 2018b) “Jojo Todynho” o qual atrai os holofotes da fama a essa posição discursiva (ORLANDI, 2015), seguindo uma regularidade histórica dessa rede de dizeres. A formação discursiva do sucesso não permite fracassos, porquanto os conjuntos de sentidos trabalhando nessa rede semântica heterogênea delimitam os significados dos sabores da vida conjugal, como o divórcio que, do ponto de vista de uma celebridade como Jojo Todynho, passa a ser mais um motivo para comemoração. Do outro lado dessa rede de sentido, trazemos do campo interdiscursivo os dizeres sobre divórcios de sujeitos comuns, mulheres quase jogada ao anonimato que foram malsucedidas, apontando seus nomes como uma marca trágica do divórcio, o qual não teve a mesma sorte que Jojo Todynho.

Nesse sentido, ao tornarmos essa instituição social como objeto de análise, compreendemos essas mudanças e a sua função em nossa sociedade atual. Função essa que

determina não somente a união de dois indivíduos, mas também uma forma de controle por parte de vários meios como a mídia, celebridades e pessoas famosas, que se manifestam através de mensagens e discursos, dessa forma o casamento desde sua união até a separação, no campo midiático apresenta-se engendrado dos efeitos do sucesso (SOARES, 2018b, 2020), através do pré-construído “Jojo Todynho” que difunde, na representação de uma celebridade, como as mulheres devem se portar no processo de casamento e de divórcio.

Com isso, ter sucesso hoje em nossa sociedade significa que, em algum momento da vida, o sujeito irá se casar, como também podendo um dia se separar. E isso não significa que foi algo realizado sem sentimento ou coisa parecida, mas vivemos em uma sociedade que a rapidez das coisas influencia diretamente nossos relacionamentos, bem como nossos relacionamos com a mídia, aceitando sem questionamentos esses comportamentos como se fossem bens e serviços comercializáveis (ADORNO; HORKHEIME, 1985). Hoje em dia, percebemos que é incomum casais de sucesso passarem tantos anos juntos. A Jojo é mais um caso que acaba assim, e todo esse discurso que se faz presente em nossa sociedade é comprado e manifestado pelos indivíduos que são dia após dia atingidos por esse discurso.

Por esse motivo, o discurso do sucesso não tem um início, mas ele é sempre produzido a partir de um momento anterior ao seu enunciador, dessa forma as relações existentes têm um conhecimento prévio um do outro, ou seja, a memória (ACHARD, 2015) produzida pelo discurso pré-existente, “esse mecanismo produz imagens dos sujeitos, assim como do objeto do discurso, dentro de uma conjuntura sócio-histórica.” (ORLANDI, 2015, p. 38).

Entendido o funcionamento do sucesso, observamos sua alteração no espaço/tempo e que o sujeito do sucesso hoje em dia é diferente das celebridades de anos atrás, mas a ideologia ainda é a mesma, ela apenas se ressignificou diante de um novo tempo. O divórcio para sujeitos comuns ainda continua a ser trágicos, enquanto a separação para o sujeito de sucesso é vista pela mídia como sinonímia de celebração. Os famosos de anos atrás junto com os famosos do nosso tempo exercem a mesma função durante todos esses anos, todos eles contribuem para que a ideologia ainda seja perpassada e praticada por todos que o assistem, independente do que os torna sujeitos famosos ou o que fizeram, isso pouco importa para a formação ideológica, conquanto que eles continuem fazendo parte dela e isso é necessário nesse contexto, “do ponto de vista ideológico enunciativo, a celebridade em questão (re)constrói sentidos sobre os quais ela está atrelada sem sabê-los conscientemente.” (SOARES, 2016, p. 1089)

O discurso do sucesso, sendo uma materialidade que funciona entre a estrutura enunciativa e o acontecimento histórico (PÊCHEUX, 2015), atravessa não somente a sociedade, mas os próprios atores que pregam o próprio discurso, tais atores chegam onde chegam em suas vidas públicas justamente por (re)produzirem esse discurso, manifestam ele em sua totalidade de suas vidas e com isso ganham fama, dinheiro, e pregam, com carisma (SOARES, 2022), uma mensagem para toda população de que todos conseguem, todos podem, até mesmo o próprio divórcio (como sinonímia de celebração) que se realiza como uma aproximação entre eles e as pessoas comum, já que todos separam inclusive eles.

Referências

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

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

IBDFMA. Brasil registra alta de 16,8 por cento no número de divórcios em 2021, revela IBGE, disponível em. IBDFMA. <https://ibdfam.org.br/noticias>. Acesso em: 18 jul. 2023.

CORTÊZ, Natacha. Os nomes do feminicídio: a identidade das 299 brasileiras mortas de janeiro

a outubro de 2018, **Marie Clair**, 2019. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Mulheres-do-Mundo/noticia/2018/11/os-nomes-do-feminicidio-identidade-das-299-brasileiras-mortas-de-janeiro-outubro-de-2018-pelas-maos-dos-seus-maridos-namorados-amantes-ex-amores-e-outros-homens.html>. Acesso em 18 jul. 2023.

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

G1. Mulher é morta pelo marido após pedir divórcio em Santo Antônio da Alegria, SP, diz família. **G1**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2021/10/28/mulher-e-morta-pelo-marido-apos-pedir-divorcio-em-santo-antonio-da-alegria-sp-diz-familia.ghtml>. Acesso em 19 jul. 2023.

G1. Jojo Todynho assina divórcio: 'Hoje renasce uma nova mulher, uma nova Jordana', **G1**, 2022. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2022/11/04/jojo-todynho-assina-divorcio-hoje-renasce-uma-nova-mulher-uma-nova-jordana.ghtml>. Acesso em: 18 jul. 2023.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F.; HAK, T. (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.]; 3ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997. p. 61-153.

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

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

RESENDE, Leandro. Maridos e ex-maridos são responsáveis por 90% dos feminicídios no Brasil, CNN, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/maridos-e-ex-maridos-sao-responsaveis-por-90-dos-feminicidios-no-brasil/>. Acesso em 18 jul. 2023.

SOARES, Thiago Barbosa. Discurso do Sucesso: sentidos e sujeitos de sucesso no Brasil contemporâneo. **Estudos Linguísticos**, São Paulo, 45 (3): p. 1082-1091, 2016. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/658>. Acesso em 18 jul. 2023.

SOARES, Thiago Barbosa. **Discursos do sucesso**: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo. São Carlos: Pedro e João Editores, 2017. 285p.

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. **Percorso Linguístico**: conceitos, críticas e apontamentos. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018b.

SOARES, Thiago Barbosa. Uma força sem “origens”: o carisma em Saul Goodman. **Caderno de Letras**, n. 42, p. 393-405. Disponível em: <https://doi.org/10.15210/cdl.v0i42.20101>. Acesso em: 1 abr. 2022.

Recebido em: 19 de julho de 2023

Aceito em: 13 de setembro de 2023