



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE ALAGOAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGUÍSTICA
DOUTORADO EM LINGUÍSTICA**

CRISTIANE GOMES DE SOUZA

**“MULHER” DE NEGÓCIOS NO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO: A
LIBERDADE EM CONDIÇÕES DE SUBALTERNIDADE**

**MACEIÓ-AL
2019**

CRISTIANE GOMES DE SOUZA

**“MULHER” DE NEGÓCIOS NO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO: A
LIBERDADE EM CONDIÇÕES DE SUBALTERNIDADE**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa apresentado como Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Letras e Linguística da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Linguística.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Virgínia Borges Amaral.

Área de concentração: Linguística

Linha de Pesquisa: Discurso: Sujeito, História e Ideologia.

MACEIÓ-AL
2019

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho

S729m Souza, Cristiane Gomes de.
“Mulher” de negócios no discurso do empreendedorismo : a liberdade em condições de subalternidade / Cristiane Gomes de Souza. – 2019.
172 f. : il. color.

Orientadora: Maria Virgínia Borges Amaral.
Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal de Alagoas.
Faculdade de Letras. Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística.
Maceió, 2019.

Bibliografia: f. 152-172.

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres - Emprego. 3. Análise do discurso. 4. Psicanálise. I. Título.

CDU: 81'42-055.2-057.15



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGUÍSTICA



TERMO DE APROVAÇÃO

CRISTIANE GOMES DE SOUZA

Título do trabalho: "**MULHER DE NEGÓCIOS NO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO: A liberdade em condições de subalternidade**"

Tese aprovada como requisito para obtenção do grau de DOUTORA em LINGUÍSTICA, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Universidade Federal de Alagoas, pela seguinte banca examinadora:

Orientadora:

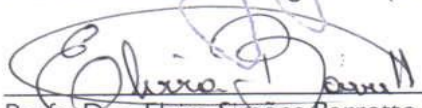


Profa. Dra. Maria Virgínia Borges Amaral (PPGLL/Ufal)

Examinadores:




Profa. Dra. Evandra Grigoletto (UFPE)



Profa. Dra. Elvira Simões Barretto (Ufal)



Profa. Dra. Belmira Rita da Costa Magalhães (PPGLL/Ufal)



Prof. Dr. Sóstenes Ericson Vicente da Silva (PPGLL/Ufal)

Maceió, 5 de fevereiro de 2019.

DEDICATÓRIA

A Lucas e a Lavínia, por todos os motivos.
À minha mãe Madalena, ao meu pai Irineu, por todo amor.

AGRADECIMENTOS

A minha gratidão às pessoas que foram importantes nessa jornada, que marcaram a minha vida e contribuíram para a realização desta tese. Dela fazem parte minhas diferentes relações com diferentes pessoas ao longo da minha formação acadêmica, profissional, produção da pesquisa e do período de escrita. Cada fala, cada atitude, cada leitura, em sentido teórico ou emocional, foram construindo junto comigo o desafio de estar e fazer o doutorado. Uma caminhada que só foi possível com o apoio dos meus filhos, dos meus pais e dos grandes amigos.

À minha orientadora, a professora Dr^a. Maria Virgínia Borges Amaral, por todo o estímulo para inscrever-me na seleção, por toda dedicação, atenção e a construção conjunta. Não tive apenas lições sobre a tese, mas também sobre ser mulher, ser mãe e ser professora. Sinto-me feliz por ter tido a chance de uma parceria que começou desde o meu mestrado, ao me apresentar a Teoria do Discurso.

Sou grata aos meus filhos, Lucas e Lavínia; os dois foram as pessoas que mais me encorajaram a seguir esse percurso. São os grandes amores da minha vida, seguidos dos meus pais.

À minha mãe, Madalena, ao meu pai Irineu, por todo amor e por cuidarem de mim e dos meus filhos durante as minhas ausências. Eles sabem o quanto essa etapa significou para mim e só eu sei quanta energia eles investiram para que tudo isso se tornasse possível. Obrigada por compartilharem comigo essa travessia!

Agradeço imensamente às mulheres que conheci em mais de 15 anos como consultora do SEBRAE; às minhas amisócias, por todas as experiências, motivações e aspirações, por todas as emoções em vários momentos. Aos amigos Revolucionários por todas as vivências em sala, no *WhatsApp*, em nossos encontros para “molhar as palavras”, por dividir as minhas angústias, por compartilhar saberes e me fazer amadurecer no processo da resistência. Aos grandes parceiros, Samuel Barbosa, Silvana Barros e Roseane Santana, por todos os nossos segredos; compartilhamos alegrias, viagens, e muitas certezas. Jamais esquecerei que estar com vocês foi crucial.

Meus agradecimentos ao Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, a toda equipe de professoras(es) com os quais tive a oportunidade de ganhar uma imensidão de novos conhecimentos. Aos funcionários da secretaria por todos os esclarecimentos. Ao Grupo de Estudo em Análise do Discurso (GrAD), minha gratidão pelo apoio nas mais diversas formas, pelo impulso e a confiança necessários para levar a

cabo esta tarefa. Neste sentido, deixo expressos o meu reconhecimento e admiração. À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio concedido ao desenvolvimento da minha pesquisa. Aos membros da Banca de Qualificação, Prof. Dr. Sóstenes Ericson Vicente da Silva e professora Dr^a. Elvira Simões Barretto por todas as importantíssimas sugestões de melhorias. À Banca examinadora da defesa, por ter aceito o convite.

À minha irmã, aos meus amigos, aos colegas de trabalho, aos parceiros nesta “viagem”, que estão presentes em minha vida e neste doutorado de maneiras tão diversas, minha gratidão pelas palavras de incentivo, pelo carinho e cuidado de sempre.

Aos meus amigos surdos, por confiarem em mim, por todos os ensinamentos que me fizeram amar libras e por todo o incentivo nessa trajetória. Muito obrigada!

Grata, acima de tudo, a Deus por vocês existirem, por ter me ‘dado’ vocês e, a vocês por serem quem são.

No dia que for possível à mulher amar em sua força e não em sua fraqueza, não para fugir de si mesma, mas para se encontrar, não para se renunciar, mas para se afirmar, nesse dia o amor tornar-se-á para ela, como para o homem, fonte de vida e não perigo mortal.

Simone de Beauvoir

RESUMO

Esta tese analisa o discurso do SEBRAE sobre a mulher de negócios corporificada no desenvolvimento de suas práticas, projetos, peças publicitárias e premiações advindos do empreendedorismo feminino. O presente estudo tem como objetivo identificar a FDEF como espaço constitutivo de convergência, divergência e silêncio entre essas mulheres. A pesquisa tomou como base os pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso (AD) de origem francesa, filiada a Pêcheux, e da Psicanálise para o entendimento dos efeitos da materialidade discursiva do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios. Defende-se que as relações interdiscursivas do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, acerca do empreendedorismo feminino, contribuem, de forma ideológica e inconsciente, para a constituição de discursos hegemônicos que elegem o empreendedorismo feminino contemporâneo como único modelo possível de geração de riqueza, liberdade e desfaçatez do sofrimento da mulher. A partir desses conceitos, enfatiza-se o percurso de formação do sujeito mulher, entendendo a ideologia como determinada pela luta de classes, e o desejo, a falta, e o outro como determinante (inconsciente) entre suas relações. A partir da análise de 16 sequências discursivas sobre as mulheres reconhecidas e premiadas em versão digital na página do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios (PSMN), constata-se o modo como se constrói a representação da “mulher” de negócios, com a valorização de certas posturas e a mobilização de dizeres, sendo alguns materializados e outros silenciados pela publicidade. Verifica-se a contradição como tom predominante da trajetória, que ocorre com a normalização de sentidos, homogeneização de comportamentos, relacionando mulheres às mercadorias, de modo tal que na linha da superação, elas precisam passar por condições familiares adversas antes de alcançar o êxito profissional até que possam romper e alcançar a sua emancipação.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Mulher; Análise do Discurso; Psicanálise; Gênero.

ABSTRACT

This thesis analyzes SEBRAE's discourse on corporate business women in the development of their practices, projects, publicity pieces and awards from women entrepreneurship. The present study aims to identify FDEF as a constitutive space of convergence, divergence and silence among these women. The research was based on the theoretical and methodological assumptions of Discourse Analysis (AD) of French origin, affiliated to Pêcheux, and Psychoanalysis for the understanding of the effects of the discursive materiality of SEBRAE on the "woman" of business. It is argued that the inter-discourse relations of SEBRAE on the "woman" of business, about female entrepreneurship, contribute, ideologically and unconsciously, to the constitution of hegemonic discourses that elect contemporary female entrepreneurship as the only possible model of wealth generation, freedom and lack of effort of the woman's suffering. From these concepts, the training course of the female subject is emphasized, understanding the ideology as determined by the class struggle, and desire, lack, and the other as determinant (unconscious) between their relations. Based on the analysis of 16 discursive sequences about women recognized and awarded a digital version on the page of the SEBRAE Mulher de Negócios (PSMN) Award, we can see how the representation of the "woman" of business is built, with the certain postures and the mobilization of sayings, some materialized and others silenced by publicity. Contradiction is seen as the predominant tone of the trajectory, which occurs with the normalization of meanings, homogenization of behaviors, relating women to commodities, so that in the process of overcoming, they have to undergo adverse family conditions before reaching professional success until they can break away and achieve their emancipation.

Keywords: Entrepreneurship; Woman; Speech analysis; Psychoanalysis; Genre.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Cartaz disponibilizado nas mídias SEBRAE.....	96
Figura 2	Peça publicitária da campanha PSMN/2016.....	111
Figura 3	Peça publicitária da campanha PSMN/2016.....	111
Figura 4	Cartaz em homenagem ao Dia Internacional da Mulher/2013.....	140

LISTA DE QUADRO

Quadro 1	Expressões da Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino.....	92
----------	---------------------------------------------------------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Análise do Discurso
ASN	Agência SEBRAE de Notícias
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCB	Código Civil Brasileiro
FAMNP/BPW	Federação das Associações de Mulheres de Negócios Profissionais do Brasil
FDEF	Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino
FNQ	Fundação Nacional da Qualidade
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
PSMN	Prêmio SEBRAE “Mulher” de Negócios
SD	Sequência Discursiva
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SNPM	Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres
SOFTEX	Sociedade Brasileira para Exportação de <i>Software</i>
TBWA	Agência Lew Lara
UFAL	Universidade Federal de Alagoas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
2	DISPOSITIVOS TEÓRICO-ANALÍTICOS: O DISCURSO E A PRODUÇÃO DE SENTIDOS.....	30
2.1	A Análise do Discurso em Pêcheux e Lacan: um diálogo dissonante?.....	33
2.2	O Dispositivo Teórico da Análise do Discurso, Memória e o Discurso do SEBRAE: por que estudar a “mulher” de negócios?.....	48
2.3	Da Seleção do <i>Corpus</i> aos Caminhos dos Discursos do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios.....	54
3	A HISTÓRIA SOBRE A MULHER E O EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA RELAÇÃO CARACTERÍSTICA ENTRE PASSADO E ATUALIDADE.....	59
3.1	Trilhos Teóricos em Empreendedorismo.....	72
3.2	O Empreendedorismo no Brasil e a Inserção das Mulheres nos Negócios.....	82
3.3	Sobre a Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino (FDEF).....	86
3.4	Relações de Poder: a mulher e a exploração masculina (patriarcado).....	105
3.5	O Lugar da “Mulher” de Negócios: que diferença faz?.....	108
4	A “MULHER” DE NEGÓCIOS ENTRE A ANÁLISE DO DISCURSO E A PSICANÁLISE: PERCURSOS TEMÁTICOS, SEMÂNTICOS E IMAGÉTICOS.	119
4.1	O Que as Histórias das “empreendedoras vencedoras” Revelam?.....	126
4.2	O Discurso do SEBRAE sobre a “Mulher” de Negócios: “elas já não têm mais nada a provar. Mas muito para ensinar”.....	138
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	145
	REFERÊNCIAS.....	152

1 INTRODUÇÃO

O discurso do empreendedorismo feminino, no Brasil, tornou-se lugar comum nos estudos nas primeiras décadas do século XX, no final dos anos 1990, atravessado por propostas que demandam análises mais acuradas para entender como as mulheres são estimuladas, especialmente pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), para que desenvolvam atitudes de enfrentamento dos desafios atuais, principalmente no que diz respeito aos negócios.

Dessa maneira, o discurso das mulheres que empreendem se estabelece de maneira contraditória, dada a sua constituição histórica, em que se questionam discursos oponentes em razão das conformidades¹ pelas quais a mulher passa. Tais conformidades são expressas na divisão sexual do trabalho, nas determinações materiais da (re)produção do capital, que estabelecem uma organização social desigual e hierárquica, em consonância com o princípio antagonista que estrutura a sociedade capitalista.

Considerando esses aspectos, ao se buscar trabalhar com o discurso do empreendedorismo feminino, é necessário levar em conta as condições de produção desse discurso em sentido estrito, considerado o contexto imediato, sobretudo em sentido amplo, incluindo o contexto sócio histórico e ideológico, assim como diz Orlandi (2005).

A minha inquietação sobre a mulher como objeto de pesquisa iniciou na década de 2000, quando comecei a desenvolver atividades como consultora do SEBRAE, e, como aluna de mestrado, em 2006, quando tive o primeiro contato com a Teoria do Discurso. Nessa mesma década, todavia, escolhi começar pelos estudos sobre o Trabalho e Educação, no mestrado², mas já voltada a estudar o discurso e suas condições de produção. Somente em 2015, prossegui com a escolha do discurso do empreendedorismo como objeto, após lidar com mulheres que abriam suas empresas com o “apoio” do SEBRAE, mas também como avaliadora do Prêmio SEBRAE “Mulher” de Negócios (PSMN).

A definição pelo discurso do empreendedorismo feminino aconteceu a partir da experiência em quase 15 anos atuando junto ao SEBRAE, me sentindo

¹ Saffioti (2004) alerta, pelo ponto de vista da ordem patriarcal de gênero, a mulher como apaziguadora, relacionada à sensibilidade e inferior em relação ao homem.

² Ver em minha dissertação de mestrado sob o título “O Trabalho, Educação e o Plano Nacional de Qualificação do Trabalhador: possibilidades ou limites?”, defendida em 2009.

“desafiada” em analisar o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios e, pelos pressupostos em Análise do Discurso (AD), entender a maneira como o SEBRAE e esta mulher se apropriam dos seus discursos, recortados do interdiscurso como sendo o “todo complexo com dominante das formações discursivas, intrincado no complexo das formações ideológicas” (PÊCHEUX, 1997, p. 162).

Também entendi que a proposta de educação em empreendedorismo carece de análises mais acuradas especialmente à luz do materialismo histórico, apoiando-me em pesquisas que abordam criticamente o tema e problematizam a proposição que sustenta a necessidade de se educar as mulheres. Escolho, pois, o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios – utilizando-se de estratégias para sua disseminação, mas disfarçadas em uma série de significados.

Sendo assim, e motivada pela oportunidade de colocar em diálogo os estudos sobre essas mulheres, Psicanálise e a AD, início o percurso para compor o *corpus*. Para a sua constituição, pesquisei os documentos do SEBRAE a respeito de histórias de mulheres vencedoras do Prêmio SEBRAE “Mulher” de Negócios (PSMN), no percurso de uma década (2004 a 2014). Nessa busca de arquivos e leituras das histórias de “empreendedoras vencedoras”, já entendia que a pergunta “O que é ser mulher?” tocava em mim como uma pergunta interpeladora, e a tensão se fazia presente.

Pela Psicanálise, entende-se a peculiaridade do feminino que dá aparição ao ponto de partida e ao ponto de retorno à teoria freudiana. Lacan, indo além, apresenta teses referentes à divisão do sujeito na sexualidade, e postula tentativas de aclarar a questão da feminilidade, ainda que tenha utilizado os conceitos freudianos. Lacan ainda defende que a divisão do sujeito ante o sexual trata de uma divisão entre dois gozos: um todo fálico e outro não-todo. Posto isto, assegura ainda que a relação, especialmente de uma mulher com o seu gozo, será diferente dos seus parceiros homens. Ou melhor, a mulher, por estar não-toda na função fálica, tem acesso a um outro gozo, o gozo do Outro (suplementar).

Conforme Valdivia:

Há um lado misterioso, irracional e perigoso na feminilidade. Algo de verdadeiro e falso, luz e sombra, escuridão e rutilância. A mulher é um meio dizer que o homem elabora na especificidade do seu desejo, e a mulher o encarna, sendo esta a única abordagem do real. Para fugir deste horror

vazio que lembra a morte, a mulher busca sempre uma identidade nos artifícios e nas máscaras. Ledos enganos de seres afáveis. Será que quer muito uma mulher? (VALDIVIA, 1997, p. 27).

Pode-se somar ao que fora dito por Valdivia, o desdobramento dos “novos” papéis da mulher³, antes somente da classe trabalhadora/obreira empobrecida, ampliando-se historicamente e, conseqüentemente, para a sobrecarga de funções, uma vez que ela foi levada a assumir longas jornadas de trabalho. As mulheres, em determinadas condições materiais, em geral, somam trabalho no espaço público com trabalho no espaço doméstico, trazendo prejuízos à sua saúde.

Hirata (2001) destaca que as condições de trabalho, de saúde, as desigualdades de salários não diminuíram, e que a divisão do trabalho doméstico não se modificou, pois houve um maior envolvimento nas responsabilidades profissionais por parte das mulheres. Se a globalização representa novas oportunidades, também traz novos riscos para as mulheres. Nesse contexto, Carloto (1998, p. 9), complementa que “as mulheres que somam serviço de casa com o trabalho assalariado não conseguem se recuperar da fadiga e do desgaste, e ficam mais sujeitas a dores, doenças e vários tipos de sofrimento físico e mental”.

Mesmo assim, convém enfatizar que a abordagem sobre a participação da mulher nos negócios vai sugerindo-lhe uma nova configuração do papel feminino. Portanto, os discursos privilegiam o desejo, a positividade, a vontade, o sucesso e a felicidade como verdadeiros meios de que dispõem as mulheres para enfrentar as adversidades da vida. Esses sentidos, concomitantemente, enfatizam dificuldades e conquistas, desafios e superação, já que ser “mulher” de negócios e de sucesso implica viver um drama constante, uma luta ininterrupta pela conquista de um espaço predominantemente masculino. O funcionamento de condutas para a busca do sucesso e felicidade, calcadas em um modelo psicologizante individualista,

³ Não pretendo dizer que são novos os papéis, mas trazer um efeito performativo para reforçar “pseudo” papéis da mulher que invocam, segundo Butler (2001a), uma série de convenções, que necessita ser repetida para se fazer normativa. Portanto, a análise sobre as “condições” da “mulher” de negócios presentes nesta tese ratifica que é inegável que a condição feminina melhorou, mas a distância entre os grupos de sexo continua insuperável. Em oposição a essas tendências de negócios recentes para as mulheres, as mudanças no trabalho doméstico são menores e muito mais lentas. Se o desenvolvimento das tecnologias domésticas tendeu a facilitar essas tarefas, a divisão sexual do trabalho doméstico e a atribuição deste último às mulheres, em realidade, continuou intacta.

reforça os ideais da sociedade capitalista e patriarcal, deixando de lado a dimensão política e social da luta pela superação das desigualdades de gênero⁴.

Segundo Scott (1995, p. 72), “na gramática, o gênero é compreendido como uma forma de classificar fenômenos, um sistema socialmente consensual de distinções e não uma descrição objetiva de traços inerentes”. Para a autora, ao incluir a mulher na história, esta se modifica dependendo de como o gênero se desenvolve, como uma categoria de análise. Scott (1995, p. 75) acrescenta que o termo gênero foi “utilizado para sugerir que qualquer informação sobre as mulheres é necessariamente informação sobre os homens e que um implica o estudo do outro”. Dessa forma, caracteriza que “gênero” é usado para designar as construções culturais e rejeitar explicitamente as explicações biológicas de sujeição da mulher. Gênero, para ela, “trata-se de uma forma de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e mulheres. ‘Gênero’ é, segundo esta definição, uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado” (SCOTT, 1995, p. 75).

Scott representa o gênero, “aos modos pelos quais as sociedades representam o gênero, e se servem dele para articular as regras de relações sociais ou para construir significado da experiência. Sem significado, não há experiência; sem processo de significação não há significado” (SCOTT, 1995, p. 82).

Essas constatações apontam uma possibilidade, como analista, de uma interpretação que leva em consideração o sujeito da ideologia e o do inconsciente. Entende-se que a Psicanálise fornece elementos para que seja possível atingir o conceito de sujeito e de subjetividade que importam ao projeto de Pêcheux. De fato, numa análise histórica sobre os processos de materialização do sentido, vê-se a importância de serem identificadas as estruturas de significação para que as pessoas possam reconhecer a origem das desigualdades entranhadas por estruturas sociais reais e concretas.

Pelo apresentado, avista-se que é possível promover uma interlocução entres as categorias centrais da Análise do Discurso e Psicanálise, tais como ideologia e

⁴ O conceito de gênero se destaca como uma categoria analítica da relação entre homens e mulheres, tendo como base de compreensão noção que a mulher não é condicionada, pela natureza, pela biologia ou pelo sexo, mas uma construção histórica social. A categoria gênero vai nos permitir uma tentativa de aproximação analítica sobre a tradição, as representações, os fatos documentados e as lembranças evocadas como elementos presentes nestas relações. E o reconhecimento da existência das duas dimensões de gênero: feminino e masculino, mas também juntas, ajuda a entender a aparente "neutralidade" da história, levando a uma outra leitura do passado.

inconsciente. Nesses campos, inconsciente e ideologia são vistos como estruturas-funcionamentos que produzem sentidos pela dissimulação de sua existência (PÊCHEUX, 1997). Nessa vinculação, Pêcheux discute outro olhar teórico para a reprodução/transformação das relações de classe. Segundo o autor, uma articulação de grande peso que ainda está “no estágio dos ‘vislumbres’ teóricos penetrando a obscuridade” (PÊCHEUX, 1997, p. 152).

A proposta é que a formulação linguística “mulher” de negócios seja tomada como um lugar para a observação da juntura material entre as duas instâncias citadas, *a priori*, contraditórias. E, em se tratando de verificar as possíveis articulações, neste estudo, entre a Análise do Discurso francesa, concebida por Pêcheux, e as áreas de onde a fez emergir: Linguística, Materialismo Histórico e Psicanálise, Orlandi ratifica que:

[...] a Análise do Discurso é herdeira das três regiões de conhecimento – Psicanálise, Linguística, Marxismo – não o é de modo servil e trabalha uma noção – a de discurso – que não se reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela teoria Marxista e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise. Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele (ORLANDI, 2012, p. 20).

A noção fundamental em AD, segundo trecho supracitado, emerge a partir do momento em que a língua e a história se atravessam, produzindo “a forma material (não abstrata como a da linguística) que é a forma encarnada na história para produzir sentidos” (idem, p. 19). A Psicanálise vai deslocar a noção de sujeito, lugar desse atravessamento. Assim, a AD parte das seguintes premissas: a) “a língua tem sua própria ordem”; b) “a história tem seu real afetado pelo simbólico”; e, c) “o sujeito da linguagem é descentrado, pois [...] funciona pelo inconsciente e pela ideologia” (idem, p. 19-20). Estas premissas alertam sobre a opacidade da linguagem e o papel do inconsciente e da ideologia na produção de efeitos de sentido, mostrando que “a linguagem serve para comunicar e para não comunicar” (idem, p. 21).

Com isso, a presente pesquisa está orientada pelos pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso de origem francesa, filiada a Pêcheux. Analisam-se as materialidades discursivas do SEBRAE relacionadas à “mulher” de negócios, por meio de seus relatos, de mulheres reconhecidas e premiadas, em versão digital na página do Prêmio SEBRAE “Mulher” de Negócios (PSMN), que

reproduzem efeitos de sentido e inspiram outras mulheres. No que diz respeito às mulheres de negócios, foram identificados elementos discursivos que expressam a Formação Discursiva do Empreendedorismo. Nessa perspectiva, direcionam-se as seguintes questões: o que revela o empreendedorismo feminino e a quem interessa essa proposição? Por que as relações discursivas do SEBRAE e parceiros institucionais, efetivamente, privilegiam, deformam e/ou silenciam?

Nesta tese, mesmo sabendo que seu processo de construção não é um ritual sem falhas⁵, considera-se a discursividade do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios corporificada no desenvolvimento de suas práticas, projetos, peças publicitárias e prêmios em empreendedorismo feminino. Ademais, o movimento de (re)formulação do discurso do porta voz SEBRAE sobre a mulher, que explicita como a escritura do discurso do SEBRAE com seus efeitos de sentido, postula a Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino (FDEF), e, assim, como se constrói a imagem da “mulher” de negócios, que valoriza certas posturas, mobiliza dizeres, alguns materializados (e outros silenciados).

Esta tese identifica a Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino (FDEF) se constitui num espaço de convergências, divergências e silenciamentos⁶ entre as mulheres de negócios. De forma a alcançar o objetivo, buscou-se: (a) identificar e analisar o discurso de empreendedorismo na história do capitalismo; (b) entender as relações entre SEBRAE e a “mulher” de negócios; (c) examinar a díade inconsciente e ideologia em um contexto histórico-social, por meio do discurso hegemônico nas práticas discursivas do empreendedorismo, que produz efeitos de sentido, disfarçando o sofrimento da mulher; (d) contribuir para o desvelamento de

⁵ Refiro-me a falhas, e seguindo Sarda (1988), “necesité reflexionar, también, sobre mi propia vida de mujer privada y privatizadora y, así, acercarme a esse processo histórico colectivo desde una perspectiva que integrasse ya nuestras personales historias, mi vida, em ese contínuum que vivimos cotidianamente de lo privado a lo público y a la inversa; acercarme, también, a la articulación indisoluble entre esos futuros que se tornan presentes ya passados y esos passados qe se expresan em el presente” (1988, p. 237).

⁶ As formas de silêncio e formas de silenciamento se permeiam, mas é importante ter em mente tal distinção. Orlandi (1997) afirma que o silenciamento não é o silêncio, mas o “por em silêncio”, ou seja, está relacionado aos processos de significação pelos quais, ao dizer algo, uma pessoa apaga outros sentidos possíveis, numa determinada situação. Nesse sentido, as formas de silenciamento caracterizam o silêncio em seu processo de significação e estão relacionadas ao seu caráter fundador. Esse movimento mostra o funcionamento do interdiscurso, lugar dos modos de construção da produção de sentidos, pré-requisito indispensável para pensar os processos discursivos e a materialidade da linguagem na construção de uma realidade. Ao longo desta tese, pode-se observar as diversas situações caracterizadas pelo silenciamento, onde as forças que o poder exerce sobre a FDEF revelam seus contornos, nos fazendo procurar nas sequências discursivas analisadas outro texto silenciado.

mecanismos de reprodução das desigualdades de gênero, a partir de um diálogo da AD com a teoria de gênero.

A tese, que se pretende defender, é que as relações interdiscursivas entre SEBRAE e a “mulher” de negócios acerca da temática do empreendedorismo feminino contribuem – de forma ideológica e inconsciente – para a constituição de discursos dominantes que elegem o empreendedorismo feminino contemporâneo como único modelo possível de geração de riqueza, fama, liberdade e desfaçatez do sofrimento da mulher. Sendo assim, o SEBRAE é questionado como *lócus* para formar mulher de um novo tipo, convencida de estar apta a enfrentar os desafios do atual “mercado de trabalho”⁷ empreendendo. O SEBRAE, que tem como missão institucional “Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo, para fortalecer a economia nacional”, visa alguns principais intentos, (re)definidos em seu Direcionamento Estratégico para o período de 2013 a 2022, buscando rever e reafirmar os conceitos fundamentais da organização, orientar a atuação das Unidades Estaduais e do SEBRAE Nacional, e estabelecer, de maneira sistematizada, um caminho para a excelência no apoio ao desenvolvimento dos pequenos negócios. Barreto (presidente do SEBRAE Nacional) acrescenta que:

Atento a essas mudanças culturais e sociais, o Sebrae trabalha ainda mais para apoiar e fomentar o empreendedorismo feminino, com ações específicas de capacitação, consultoria e de reconhecimento de boas práticas. Uma delas é o Prêmio Sebrae “mulher” de negócio (SEBRAE, 2014, p. 5).

O referido presidente, ao tratar da representação social da mulher que considera “de negócios”, nos faz privilegiar esse aspecto como ponto de partida desse estudo, entendendo que as relações de trabalho no capitalismo ganham novos significados e complexidades a partir da inserção feminina nos negócios.

⁷ A expressão “mercado de trabalho”, trazida neste tese, associa aqueles que oferecem força de trabalho àqueles que a procuram, em um sistema típico de mercado onde se negocia, a fim de determinar os preços e as quantidades a transacionar. Também se refere ao processo de crescimento da burguesia, havendo um aniquilamento das formas de relações de produção anteriores, instalando em toda parte novas configurações tanto no modo de produção como no modo de consumo da sociedade capitalista. O trabalho (na expressão) como a única mercadoria que produz mais-valor, tornando-se assim um meio de valorização do capital. Ver em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/180502_bmt_64.pdf

Considera-se, à vista disso, que estimular e premiar a “mulher” de negócios é um acontecimento discursivo⁸, que produz sentidos, “um ponto de encontro de uma atualidade e uma memória” (PÊCHEUX, 1990, p. 17). Uma memória que confere o seu caráter histórico e social; e uma atualidade em que imperam os recursos imagéticos, que não cessam de construir mecanismos e reformulações, a exemplo do discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios. Ou seja, pode-se analisar como uma correlação entre o fato e a forma, como o fato foi percebido e circulado, como ele se atualiza e se mantém sempre presente na memória coletiva.

Antecipando o entendimento do uso do termo “empreendedorismo”, derivado da palavra *imprehendere*, do latim, e seu correspondente, “empreender”, na língua portuguesa no século XV. A expressão “empreendedor”, segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, surgiu na língua portuguesa no século XVI. Entretanto, o termo originou da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa, composta da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*, que indica posição, grau, relação, estado ou qualidade, tal como, em *friendship* (amizade ou qualidade de ter amigo), com o sufixo significando uma habilidade ou perícia (BARRETO, 1998, p. 189-190).

Richard Cantillon utilizou pela primeira vez o termo francês *entreprendre* (HÉBERT & LINK, 1988) na teoria econômica, na França do século XVIII. O termo *entrepreneur* (termo inglês derivado do verbo francês *entreprendre*) significa fazer algo ou empreender. De acordo com Guimarães (2002), até o século XVIII, *entrepreneur* era geralmente relacionado a expedições militares e significava “assumir empreitada que exigia esforço e muito empenho”. Cantillon trata da função socioeconômica do empreendedor (PAIVA, 2004) e destaca que empreender remete à incerteza, especialmente quanto ao lucro.

Para o economista francês Jean-Baptiste Say, empreendedorismo volta-se aos negócios, uma vez que reúne os fatores de produção, estabelece o valor dos salários, o juro pago, aluguel e lucros que lhe pertencem (CIELO, 2001). Os estudos de Say associam o empreendedorismo à inovação com base no aproveitamento de novas oportunidades em negócios, e o empreendedor como responsável pelos

⁸ O acontecimento discursivo não coincide com a notícia nem com os registros de um fato na história, pois se trata de um gesto de leitura, é uma das formas de se ver o mesmo dado/fato. Ele é apreendido na trama de enunciados que se entrecruzam em um dado momento. Conforme Dela-Silva (2008) [...] busca-se compreender os acontecimentos discursivos que possibilitam o surgimento de novos espaços de significação para o sujeito.

processos de criação de novos métodos de produção, geração de novos produtos ou serviços e abertura de novos mercados. Mais tarde, o economista austríaco Schumpeter redefiniu o papel do empreendedor ao introduzir a função de criar mudanças na alocação de recursos (DEAMER e EARLE, 2004), a partir dos alicerces estabelecidos pela obra de Say (FILION, 1999).

Adiante, tratar-se-á do conceito e fundamentos do termo empreendedorismo, como são difundidas as características de um empreendedor, e como um conceito antigo assumiu diversos sentidos ao longo do tempo, sobretudo para os brasileiros, despontando a partir da década de 1990. Sobre o termo, Drucker (1974) afirma que:

Trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente [...] Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática (DRUKER, 1974, p. 25).

Destacam-se, ainda, outras atenções a respeito do empreendedorismo, pois, especialmente as mulheres, são estimuladas à iniciativa, autoconfiança, ao risco, ao aceite das consequências do arriscar-se. Mais que isso, ao SEBRAE, as mulheres devem ser destemidas para não fracassar, e responsabilizadas pelo seu próprio destino, controlando situações adversas para obter sucesso. A valer, os sentidos sobre o sucesso e a formação do sujeito de sucesso se apresentam na construção discursiva que o SEBRAE faz em sua adjacência. Isto posto, entender a produção de sujeitos e os efeitos de sentido do sucesso, na contemporaneidade, é analisar o discurso do empreendedorismo que circuita.

Os últimos anos revelam um crescimento da taxa de empreendedorismo no País, que já em 2014, contava com 25 milhões de pessoas dependentes do próprio negócio (IBGE, 2014)⁹. Conforme dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)¹⁰, em junho de 2016, o Brasil alcançou o maior nível de empreendedorismo, desde 2002, indicando que 39,3% da população adulta brasileira empreende. A taxa de empreendedorismo entre as mulheres é de 36,4% *versus* 42,4% entre os homens. A pesquisa publica ainda que, no caso de empreendimentos novos, aqueles com até 3,5 anos, a taxa feminina superou a masculina pela primeira vez, demonstrando um movimento cada vez mais forte de inserção de mulheres empreendedoras nos negócios. Da mesma forma, os dados referentes à proporção

⁹ Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>

¹⁰ Disponível em: <http://gemconsortium.org/report>

de mulheres como empregadoras mostram um crescimento superior ao dos homens, uma vez que, entre 2003 e 2013, a atuação feminina nesse campo passou de 24,8 para 28,7%.

Os dados, não obstante, apresentam, também, que a taxa geral de empreendedorismo por necessidade (pela ausência de alternativas de renda ou desemprego) superou a taxa de empreendedorismo por oportunidade (em condições favoráveis, identificadas no mercado). E, nesse caso, as mulheres foram as principais responsáveis por esse crescimento: 54% do empreendedorismo feminino estão baseados na necessidade, *versus* 32% no caso dos homens. Mais de 40% das empreendedoras têm até 34 anos, enquanto 50% dos homens estão entre 35 e 54 anos.

A jornada total média semanal de trabalho das mulheres é de 53,6 horas por semana, enquanto para os homens é de 46,1 horas. A resposta para a diferença, diz a pesquisa Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)¹¹, está na jornada dupla, sendo os negócios femininos concentrados em restaurantes e assemelhados, serviços domésticos, serviços de beleza e comércio de cosméticos e afins. Por conseguinte, os dados sobre empreendedorismo anteriormente apresentados, apontados à luz da Análise do Discurso, auxiliam a entender que:

A vantagem de trabalhar com um dispositivo teórico como o da análise de discurso é que levamos em conta a linguagem enquanto estrutura e acontecimento e em consequência podemos trabalhar com esses aspectos que tocam a ordem, a regra, mas também o acaso, o equívoco, a forma histórica da significação na compreensão de cada gesto de interpretação. Deste modo, fazendo intervir o discurso, evitamos a pretensão de chegar à verdade do sentido estando, entretanto sempre atentos a suas diferenças, a seus movimentos (ORLANDI, 2008, p. 29).

Filiada nessa perspectiva teórica, desenvolvo as análises para apresentar a tese a partir da produção de sentidos sobre a “mulher” de negócios, tomando as sequências discursivas analisadas como material de pesquisa. De acordo com o que já fora afirmado, esse material foi formado a partir de um percurso temático, que relaciona mulheres ao empreendedorismo segundo o discurso do SEBRAE.

No deslocamento da posição de uma “intérprete comum” para a “posição de analista” (cf. os termos propostos por Orlandi, 2007), ressalto que não busquei

¹¹ Disponível em: http://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_trabalho_domestico_remunerado.html

analisar o material em sua completude, ou seja, não trabalho buscando a exaustividade.

Ademais, importa dizer que:

[...] a ideologia não promove ocultação, nem engano, mas produz o desconhecimento de sentidos através de processos (históricos) discursivos cuja materialidade (linguística) podemos observar ou discernir. Ou seja, podemos compreender a ideologia como o fato de que os sentidos são fixados historicamente em uma direção determinada (ORLANDI, 1983, p. 103).

Nessa perspectiva, discurso e ideologia não podem ser separados, pois o sentido será determinado a partir da relação entre ambos. De fato, os efeitos de sentido existem porque existe ideologia em seu interior, e resultam de uma interpretação que aparece como necessária e que destina sentidos para as palavras, num certo contexto sócio-histórico. Esses sentidos merecem uma interpretação necessária, a partir das formas de organização dos gêneros que, em nossa sociedade, ratificam o poder masculino e a submissão feminina.

Entendo o gênero como uma construção discursiva, resultante de um processo de interpelação contraditório. Por “gênero”, refere-se ao discurso sobre a diferença dos sexos. Ele não remete apenas a ideias, mas também a instituições, a estruturas, a práticas cotidianas e a rituais, ou seja, a tudo aquilo que constitui as relações sociais. O gênero como uma categoria construída historicamente e a sociedade capitalista fortemente associada à desigualdade de gênero entre homens e mulheres, principalmente no mercado de trabalho.

O discurso é um instrumento de organização do mundo, mesmo se ele não é anterior à organização social da diferença sexual. Ele não reflete a realidade biológica primária, mas ele constrói o sentido desta realidade. A diferença sexual não é a causa originária a partir da qual a organização social poderia ter derivado; ela é mais uma estrutura social movediça que deve ser ela mesma analisada em seus diferentes contextos históricos (SCOTT, 1998, p. 15).

Joan Scott propone una definición compleja y multidimensional que reposa sobre la conexión entre dos proposiciones: el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y también es una forma primaria de relaciones significantes de poder. En su primer aspecto comprende los símbolos culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples y a menudo contradictorias (el ejemplo que incluye, y seguramente no es

casual, se refiere a Eva y María como símbolos de la mujer em la tradición cristiana occidental)¹² (TUBERT, 2003, p. 14).

A partir desse pressuposto, verifica-se que o discurso do empreendedorismo feminino possui dizeres que evidenciam vozes discordantes, a exemplo dos discursos patriarcalistas que ainda se fazem presentes no discurso cotidiano, particularmente aqui, das mulheres de negócios, tendo em conta o interdiscurso¹³, que soma múltiplos tipos de dizeres e nutre a memória discursiva, que não contradiz o discurso, que é hegemônico.

Recorre-se a Carol Gilligan¹⁴ que, na obra *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development* (1982), argumenta que há duas perspectivas: uma delas é a perspectiva “masculina”, que também se pode denominar de voz padrão da moralidade, segundo a qual as decisões morais são baseadas em noções de justiça, no respeito a direitos individuais e a normas universais; a outra é a perspectiva “feminina”, geralmente associada às mulheres, que Gilligan também denomina de “voz diferente” da moralidade e que aponta para um modo diverso de falar sobre problemas morais, baseado na experiência da conexão com o outro da qual resulta a atribuição de prioridade à manutenção de relacionamentos de cuidado na tomada de decisões morais.

Mesmo que a noção de memória discursiva tenha uma relação de intrincamento com o interdiscurso, não são equivalentes. A memória discursiva permite entender gestos de interpretação de diferentes sujeitos. O interdiscurso constitui-se numa multiplicidade heterogênea, que não pode ser interpretada como um todo. Diante disso, não se pode dizer que há um interdiscurso que corresponda a

¹² Joan Scott propõe uma definição complexa e multidimensional que repousa sobre a conexão entre duas proposições: o gênero é um elemento constitutivo das relações sociais baseadas nas diferenças que distinguem os sexos e é também uma forma primária de relações significativas de poder. Em seu primeiro aspecto, inclui os símbolos culturalmente disponíveis que evocam representações múltiplas e muitas vezes contraditórias (o exemplo que inclui, e certamente não é casual, refere-se a Eva e Maria como símbolos das mulheres na tradição cristã ocidental (tradução da autora).

¹³ Pêcheux (1997a, p. 162) diz que “toda formação discursiva dissimula, pela transparência do sentido que nela se constitui sua dependência com respeito ao ‘todo complexo com dominante’, das formações discursivas, intrincado no complexo das formações ideológicas”. Para Orlandi (2000), o interdiscurso é todo conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que se diz e para que as palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido. Conforme a autora, as palavras não pertencem exclusivamente a ninguém, elas são perpassadas pela História e outras vozes podem apreendê-las. Não se pode separar o sujeito nem da História nem da Ideologia.

¹⁴ Gilligan é uma psicóloga americana que com os seus trabalhos contribuiu para salientar uma voz diferente nas mulheres, nomeadamente no que respeita à ética.

um todo unívoco ou que cada Formação Discursiva possui um interdiscurso específico.

Perrot (1998, p. 97) ao dizer: “Será necessário lembrar? As mulheres sempre trabalharam”, reforça que, na sociedade capitalista, é transferido à mulher o cargo de trabalhadora, mas sem retirar dela a responsabilidade pelo cuidado com a casa e com a educação dos filhos, assumindo, para tanto, infundáveis jornadas de trabalho, e ao homem cabendo não abdicar da permanentemente servidão feminina. Dito de um outro modo, a mulher, ao ser submetida ao jugo do seu marido (cuidar da casa e também dos filhos) e do capital (trabalho assalariado), vai vivenciar sofrimentos em todo o seu processo de constituição familiar, por que, de fato, “o trabalho (...) perdeu toda a aparência de manifestação de si e só lhes conserva a vida definhando-a” (MARX, 1976, p. 91).

Sobre a noção de cuidado, Guimarães et al. (2011), apontam que, no Brasil e nos países de língua espanhola, a palavra “cuidado” é usada para designar atitude, mas é o verbo cuidar, designando a ação, que parece traduzir melhor a palavra inglesa *care*. É certo que “cuidado” ou “atividade de cuidado”, ou mesmo “ocupações relacionadas ao cuidado”, como substantivos, as noções de cuidar ou de tomar conta tem vários significados, sendo expressões de uso cotidiano. Guimarães, Hirata e Sugita (2011, p. 154) reconhecem que, no Brasil, “cuidar da casa, do marido, das crianças têm sido tarefas exercidas por agentes subalternos e femininos, as quais, no léxico brasileiro, têm estado associadas à submissão, seja dos escravos (inicialmente), seja das mulheres brancas ou das mulheres negras (posteriormente)”.

Do exposto, tem-se, de um lado, a memória do lugar de uma mulher submissa aos padrões pré-estabelecidos, e, de outro, a mulher que precisa mostrar seu valor e capacidade para empreender. Em se tratando de um movimento de mudanças, os discursos acabam por orientar as mulheres a anteciparem o seu futuro. Nas palavras de Amaral, “a mudança é o tema de discursos tecidos por milhares de fios ideológicos que orientam os indivíduos a viver o presente, negando o passado e antecipando o futuro” (AMARAL, 2005, p. 19).

Destarte, a inserção da mulher nos negócios é apresentada como natural e sem conflitos, e como reforço argumentativo, o discurso do SEBRAE parte das condições de produção com “efeitos das relações de lugar nas quais se acha inscrito o sujeito” (PÉCHEUX, 1975, p. 171).

Além do mais, considerando o lugar teórico e os dispositivos adotados para o presente estudo e a estruturação dos *corpus*, entender-se-á discurso como sendo um todo complexo que não se restringe apenas ao texto, pois ele representa “um todo concreto que resulta de processos próprios das relações sócio históricas” (AMARAL, 2007, p. 20).

Para Marx,

O concreto é concreto já que constitui a síntese de numerosas determinações, ou seja, a unidade da diversidade. Para o pensamento constitui um processo de síntese e um resultado e não um ponto de partida. É para nós o ponto de partida da realidade e, portanto, da percepção e da representação (MARX, 1974, p. 38).

Nesse sentido, o concreto encontra-se no ponto de partida e no ponto de chegada dessa tese e, “só depois de concluído esse trabalho é que se pode descrever, adequadamente, o movimento real” (MARX, 2010a, p. 28). Sublinha-se que não serão analisadas as materialidades discursivas em sua completude, pois considerando princípios e dispositivos discursivos, entende-se, com Orlandi (2009, p. 62), que o “objeto empírico é inesgotável”, haja vista que “[...] todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro. Não há discurso fechado em si mesmo, mas um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes”. Orlandi também aclara que “o recorte é uma unidade discursiva. Por unidade discursiva apreendem-se fragmentos correlacionados da linguagem-e-situação” (idem, p. 14).

Ocupando-se com a noção de “recorte”, foi-se compondo o arquivo de pesquisa, “entendido no sentido amplo de ‘campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão’” (PÊCHEUX, 2010, p. 51). Para tanto, tendo como objeto central o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, o arquivo foi construído com o propósito de reunir sequências que tratassem, especificamente sobre como as mulheres aparecem representadas pelo SEBRAE, com efeitos de deslocamento e ressignificação sobre família, mãe, dona de casa. Seguramos para análise, especialmente a relação estabelecida entre o texto e o visual, e o investimento analítico concentrando-se nos sentidos produzidos, tendo em conta essas relações.

Se a noção de arquivo é, entre outras coisas, um grupo de documentos que está relacionado a determinado tema, sendo este grupo de documentos pertinente e

estando disponível, é porque, de alguma maneira, este arquivo já sofre certa organização. O arquivo é, portanto, organizado por uma leitura. Não se trata, porém, de uma leitura analítica de arquivo propriamente dito, mas de uma leitura que revela se determinados documentos são referentes a um tema ou outro. Pode-se entender, então, que existem os mais diferentes tipos de arquivos.

Para Amaral (2016, p. 40), “o arquivo, numa perspectiva de historicidade, não implica uma representação do passado, nem uma representação do futuro, visto que a historicidade, segundo Jameson (1996, p. 280), é “uma percepção do presente como história”. Decerto só há história no tempo presente, na contemporaneidade. Tomando como referência Le Goff (2013, p. 53), Amaral diz que: “na medida em que o passado é apreendido no presente e responde, portanto, a seus interesses, o que não só é inevitável como legítimo”; e mais, “o interesse pelo passado está em esclarecer o presente” (LE GOFF apud AMARAL, 2013, p. 15).

Como referencial teórico para o entendimento do objeto de estudo, foram tomados os postulados da Análise do Discurso, seguindo os dispositivos de análise de: Marx, Engels, Mészáros; Pêcheux, Orlandi, Amaral, Zoppi-Fontana; Lacan, Zizek, Payer, Perrot, Cisne, Butler, Saffioti, Scott, Hirata e Kergoat, além de outros autores que tratam sobre o tema.

Para o processo de apreensão do objeto, a tese está organizada em 3 (três) seções que estão assim estruturadas: na primeira seção, são apresentados os dispositivos teórico-analíticos da pesquisa, destacando-se seus sentidos e a seleção de *corpus* para os estudos sobre a “mulher” de negócios considerando as contribuições em Pêcheux, Lacan e Marx; na segunda seção, são articuladas a história das mulheres e os conceitos de empreendedorismo, ressaltando-se a memória discursiva sobre a divisão sexual do trabalho e a inserção das mulheres nos negócios, discussão de gênero e patriarcado. Na sequência, na terceira seção, são apresentadas as análises considerando a AD e a Psicanálise a partir de percursos temáticos, semânticos e imagéticos.

Por fim, entende-se que as análises aqui apresentadas e fundamentadas na processualidade histórica do discurso são importantes para buscar entender como visões hegemônicas são produzidas e reproduzidas. Para uma psicóloga, um estudo que pode contribuir para a formação de profissionais com posturas mais questionadoras e, principalmente, orientadas com capacidade crítica em relação aos

mecanismos de reprodução das desigualdades de gênero, pela busca da emancipação da mulher e pela superação da ordem do capitalista-patriarcal.

2 DISPOSITIVOS TEÓRICO-ANALÍTICOS: O DISCURSO E A PRODUÇÃO DE SENTIDOS

Que nada nos limite.
Que nada nos defina.
Que nada nos sujeite.
Que a liberdade seja a nossa própria substância.
Simone de Beauvoir

Mesmo vivendo em um mundo referenciado pela cultura patriarcal, a única maneira que nós mulheres temos de lidar com essa pretensa inferioridade feminina é entender as relações de gênero, que indicam orientações de comportamento adequado para homens e mulheres.

A liberdade é indispensável, como uma tarefa da própria mulher, pois a esta implica reconstruir sua natureza, ressignificá-la e assumir sua existência com todas suas ameaças. Nesse sentido, foram desenvolvidas etapas da pesquisa durante os anos da fase do doutoramento a partir de um conjunto de sequências discursivas, buscando entender a ideologia subjacente.

Primeiro, iniciam-se os gestos de análises sobre o perfil da “mulher” de negócios, coletando textos publicados pelo SEBRAE em revistas; a exemplo da Revista Conhecer Prêmio SEBRAE “Mulher” de Negócios (PSMN), dirigida ao público feminino, com distribuição nacional, nº. 25, do mês de fevereiro de 2014. Lembramos que a revista foi uma publicação de reconhecimento sobre os 10 anos do PSMN, que valoriza o empreendedorismo feminino e traz assuntos que interessam à mulher, mas não que sejam específicos para ela. Ao mesmo tempo, foram estudados os textos de histórias publicadas pelas mulheres de negócios reconhecidas e vencedoras, no Brasil, pelo PSMN.

Em seguida, ainda em 2015, foram escritos os primeiros textos sobre os estudos em Análise do Discurso, com uma proposição desafiadora em investigar os estreitos laços que unem o capital, a mulher e o discurso, abrindo a possibilidade de que as contribuições teóricas no materialismo histórico e na Psicanálise continuem a inspirar o pensamento crítico.

E, depois, foram feitas sistematização e análises, na forma de artigos acadêmicos, resultantes de trabalhos finais das disciplinas e de outros que foram publicados, produtos de participação em eventos como resultados das primeiras análises. Esta sistematização, acrescida das discussões e debates provenientes das

aulas permitiram – em um primeiro momento – a identificação e a seleção de um conjunto inicial de materialidades discursivas vinculadas ao tema do empreendedorismo feminino, presentes em relatórios, reportagens e imagens vinculadas pelo SEBRAE.

Ao definir o material empírico para a pesquisa, a tese se apoia na análise do *corpus* formado por sequências discursivas extraídas do discurso do empreendedorismo divulgado pelo SEBRAE. E, ao entender que os sentidos produzidos pelo discurso põem em relação ao dizer suas condições de produção, a memória discursiva sempre faz parte também das condições de produção do discurso (ORLANDI, 2002). Com isso, duas categorias são fundamentais no processo de análise: as formações ideológicas e as formações discursivas. As primeiras como matrizes comuns a um conjunto de discursos que expressam posições assumidas pelos sujeitos em diferentes práticas sociais. As segundas, como o conjunto de enunciados relacionados a um mesmo sistema de regras, historicamente determinadas. Estruturadas assim estabelecem um domínio de saber, um lugar em que as formações ideológicas operam, regulando sentidos e estabelecendo formulações que são aceitáveis e outras inaceitáveis (CAVALCANTE, 2002).

Os anos de 2017 e 2018 foram de definição do *corpus* da pesquisa. Assim, foram coletadas as matérias publicadas na última década sobre a “mulher” de negócios. Ao mesmo tempo, foram catalogadas as histórias vencedoras de mulheres de negócios divulgadas pelo SEBRAE. A análise contemplou a força dos enunciados, a intertextualidade, a discussão acerca da ideologia e suas articulações como cruciais para o alcance do objetivo final desta tese, sobretudo realçando/identificando as divergências e os silenciamentos na formação discursiva do empreendedorismo, de forma a identificar e analisar os possíveis desdobramentos ideológicos presentes na interdiscursividade.

Pelo exposto, o objetivo desta seção é tratar sobre dispositivos teórico-analíticos utilizados na Análise do Discurso de linha francesa (AD). Em AD importa entender que todo discurso é incompleto e que, portanto, toda análise deve ser aprofundada no que tange à descrição e à interpretação, das posições-sujeito assumidas e as regularidades discursivas evidenciadas nas materialidades.

Se é possível dizer que a AD não nasceu completa, também parece que seus dispositivos analíticos nunca serão completos, já que a própria sociedade e os

discursos passarão por indispensáveis alterações. Posto isto, a AD é um campo de pesquisa que desenvolve dispositivos teóricos considerando as transformações sociais. Ademais, Courtine (1999, p. 16) afirma que ao tratar do discurso não se está tratando da língua, mas “de uma ordem própria, distinta da materialidade da língua, [...] que, por sua vez, se realiza na língua: não na ordem do gramatical, mas na ordem do enunciável”.

Desse modo, e sob essa base teórico-metodológica, a análise se dá na busca do “real do sentido em sua materialidade linguística e histórica” como explica Orlandi (2009, p. 59). Assim, nesse processo de interpretação, a analista deve buscar apreender a opacidade, a não estabilidade dos sentidos, as multiplicidades, as imprecisões e as contradições próprias do discurso.

Neste sentido, dar-se-á início, nessa seção, a pesquisa a partir do objeto central o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, sendo o *corpus* construído com o propósito de reunir sequências que tratam, especificamente, dos modos pelos quais as mulheres aparecem com efeitos de deslocamento e ressignificação sobre família, mãe, dona de casa.

Num primeiro investimento analítico, busca-se conhecer os relatórios ditos como oficiais pelo SEBRAE e parceiros, histórias escritas pelas mulheres identificadas como “dos negócios”, reconhecidas e premiadas como tais, a partir do arquivo contendo as publicações dessas histórias, hospedadas no sítio: www.mulherdenegocios.sebrae.com.br.

É preciso revisitar não apenas as propostas da AD, mas também outras possíveis às análises das demandas atuais, propondo, a um só passo, efetivar as críticas. Conforme Zizek (2010), ao encontrar os autores clássicos, não se deve perguntar se eles dariam conta das questões da atualidade, mas, sim, como eles as avaliariam. Isto porque esses autores são limitados pelo seu tempo e, portanto, as condições históricas acabam tornando possível a própria emergência das suas obras.

Nesse mesmo sentido, Nietzsche (1957) argumenta que não se deve metamorfosear os “mestres” em estátuas como se os seus trabalhos fossem impecáveis. É necessária uma releitura de acordo com as necessidades do objeto, haja vista que os “novos tempos” propiciam “novos significados” ao conhecimento gerado (ou já-ditos).

Pretende-se, pois, ao considerar os aportes teóricos que guiaram a presente pesquisa, aprofundar as discussões no tocante às demandas postas em pauta para que a AD, em diálogo com a teoria de gênero, contribua para o desvelamento de mecanismos de reprodução das desigualdades de gênero.

2.1 A Análise do Discurso em Pêcheux e Lacan: um diálogo dissonante?

O esforço, nesta seção, é entender a articulação da AD com a Psicanálise e o marxismo. A partir das considerações dessa conexão, entender também que o analista do discurso trabalha num lugar agitado, assinalado pela tensão entre o dito e o não-dito, pois nos equívocos e pontos de deriva da língua caberá ao analista capturar um sentido (e outros possíveis).

Pêcheux e Fuchs tratam da articulação de três regiões do conhecimento científico:

- 1) O materialismo histórico, como teoria das formações sociais e de suas transformações, compreendida aí a teoria das ideologias;
 - 2) A linguística, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação ao mesmo tempo;
 - 3) A teoria do discurso, como teoria da determinação histórica dos processos semânticos.
- Convém explicitar ainda que estas três regiões são, de certo modo, atravessadas e articuladas por uma teoria da subjetividade (de natureza psicanalítica) (PÊCHEUX; FUCHS, 1993, p. 163-164).

Se toda a construção do saber psicanalítico só será possível como prática, depara-se com os limites impostos pela própria teoria quando a articulamos com a Análise do Discurso. Mas, também, deve-se pontuar que a Psicanálise contribui com a AD quando coloca a noção de sujeito como aquele que tem infindas possibilidades de vir a ser. Mais que isso, aqui se vê a análise como uma experiência da ordem do saber. Esse saber “nos impõe um dever de interrogação” (LACAN, 1992, p. 28) e, portanto, eis um dos maiores desafios da presente tese.

Maldidier (2003) ressalta que a articulação da AD com a Psicanálise não chegou a ser trabalhada em profundidade por Pêcheux. Esse caminho, sobretudo, parece bem longo. Contudo, pretende-se estreitar o foco dessa tese delimitando no âmbito de abordagem, definindo melhor o nosso percurso a partir do qual a Sequência Discursiva (SD) de referência “Mulher” de negócios no discurso do SEBRAE seja analisada.

Vale dizer que as análises a serem feitas aqui, considerando os debates atuais sobre essa questão, a partir do próprio solo psicanalítico, podem auxiliar a entender que a Psicanálise permite acessar elementos essenciais para que se possa pensar o conceito de sujeito e de subjetividade que interessam ao projeto de Pêcheux, numa possibilidade de análise histórica dos processos de determinação do sentido.

Em continuidade, é importante chamar a atenção que a AD é um campo de saber distinto que dialoga com a Linguística e que para Pêcheux (2009, p. 18-19), faz-se mister tocar o triplo real da língua, da história, do inconsciente “[...] que se habitem e se habituem uns com os outros”. Por que não dizer que “uma vez mais, trata-se de chamar a linguística para fora de seu domínio, de explorá-la em proveito de uma filosofia [...] Realmente, uma grande solução!...” (PÊCHEUX, 1995, p. 89). Nessa acepção, articular a AD com a Psicanálise lacaniana, especialmente, implica considerar a interpretação, uma vez que esta é concernente ao ser humano, que por estar inserido no mundo simbólico, lhe é demandado como sujeito a dar sentido a todo instante.

Do exposto, tanto para a AD quanto na Psicanálise, o sujeito não é aquele do empirismo, mas um sujeito singular, interpelado ideologicamente (ALTHUSSER, 1983), que emerge entre significantes (LACAN, 1998a). No Seminário – Livro 7, Lacan define o sujeito fal(t)ante a partir do “que existe de aberto, de faltoso, de hiante, no centro do nosso desejo” (LACAN, [1959-1960] 2008, p. 104) caracterizando-se com partidas e chegadas do significante, e novas investigações do objeto que é e que também está perdido, sempre e para sempre.

Assim sendo, entende-se que estes elementos marcam uma particularidade, e que a teoria do discurso demonstra que Psicanálise é a possibilidade de o sujeito mudar de posição face ao Outro, sendo diferente do que é.

Conforme Pêcheux:

[...] todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro. [...] Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série [...] de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação. É nesse espaço que se pretende trabalhar a análise de discurso (PÊCHEUX, 1997b, p. 53).

Neste processo, o referido autor defende as possibilidades de deslize e dos múltiplos sentidos, cabendo ao analista buscar entender o equívoco¹⁵ e a opacidade da língua. Tem-se o equívoco como indício de rompimento da consistência desses espaços estabilizados logicamente. Uma criação discursiva que está, a todo o momento, pronta a se desfazer, revelando-se incompleta. Eis o equívoco e os atos falhos da língua, como lugares privilegiados de análise, de onde é possível observar a língua incompleta, que funciona a partir de uma fala desejante, e, portanto, também marcada pela falta.

Importante ter em mente que há uma língua afetada pelo real e que este real lhe escapa, faz-lhe excesso, e que permite, a partir do que foi exposto, conjecturar uma relação próxima entre a *lalangue*¹⁶ da Psicanálise e o equívoco da AD. O equívoco revela marcas de um real impossível de ser apreendido, senão por trabalho da *lalangue*, em sua articulação nos três registros: real, simbólico e imaginário. Na ocorrência do equívoco, o sujeito se sustenta nos três registros do nó borromeano¹⁷: na articulação entre o real que nada falta, o simbólico, enquanto o lugar da cadeia de significantes (considerando que a falta de um significante é primordial para o movimento do discurso) e o imaginário como lugar da forma vazia e onde se supõe a possibilidade de a falta ser recoberta.

Com o nó borromeano, Lacan explicita a importância equivalente dos três registros – Real (R), Simbólico (S) e Imaginário (I) –, ao mesmo tempo em que os distingue. Cada um deles se relaciona com os outros dois em um modo de alteridade em que nenhum deles se liga exclusivamente ao outro, sempre havendo

¹⁵ O equívoco revela marcas de um real impossível de ser apreendido, senão por trabalho da *lalangue*, em sua articulação nos três registros: real, simbólico e imaginário. O nó borromeano é tomado como a base para discussão de como as marcas do real estão presentes no equívoco.

¹⁶ Lacan inventa essa palavra unindo o artigo definido à palavra *langue* – “imperfeita e que permite falar para nada dizer, dizer o que não se sabe, e mais ou menos o que se sabe” (p. 61). Na língua não há sujeito-suposto-saber, nem catalepsias e nem domínio. Nesta dimensão não há dois sons, duas palavras ou duas frases, pois quando digo e repito, não digo a mesma coisa. *Lalangue* é uma forma de satisfação que não depende da significação. Cada *lalangue* é incomparável a qualquer outra, já que não existem dois ditos que sejam iguais. “*Lalangue* só se sustenta do mal-entendido, porque os sentidos se cruzam e se multiplicam sobre os sons” (MILLER, 1996 p. 70), sendo a homofonia, motor de *lalangue*.

¹⁷ Trata-se de uma certa coesão (borromeana) que mantém os três registros juntos, e o ponto de junção é então um ponto de amarração, um buraco: é o objeto *a*. Ele parece preencher a mesma função, mas de maneira diferente do zero no sistema de coordenadas cartesiano. Pode-se notar, no que concerne a essa identificação do ternário ao nó borromeano a três consistências, que a palavra “registro” possui, em si mesma e por duas razões, uma parentalidade com o domínio do barbante e da tecelagem. Inicialmente, via latim *registrum campanae* provém do sentido primeiro de regere (“tirar, puxar”) e designa a “corda do sino”, que puxamos para obter o som. O “registro” é aqui designado como a corda que se puxa.

um terceiro que lhes faz mediação. A consistência do nó borromeano implica que três é seu mínimo: se uma das rodela de barbante se solta, as outras desatam. A consistência do nó borromeano é o enodamento dos registros em um corpo furado (LACAN, [1973-1974]).

Mas, antes de adentrar no estudo pormenorizado dos conceitos supracitados, é crucial trazer Leandro Ferreira aclarando que:

Na visão do linguista, a língua – enquanto sistema só conhece sua ordem própria, o que vai impedir-lhe de considerar os deslizamentos, lapsos, mal-entendidos como parte integrante da atividade de linguagem. Já o discursivista, como se sabe, acatando a lição de Pêcheux, incorpora tais desvios “problemáticos”, como fatos estruturais incontornáveis e próprios à língua (FERREIRA (b), 1999, p. 124-125).

Para a AD, a linguagem só faz sentido porque se inscreve na história, e a “mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive” (ORLANDI, 1999, p. 15).

A língua, segundo a AD, é a concretude específica do discurso e este, longe de se caracterizar lugar de liberdade humana, “é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas” (PÊCHEUX, 1997a, p. 77, grifo do autor). Por isso, a língua é “[...] aquela da ordem material, da opacidade, da possibilidade do equívoco como fato estruturante, da marca da historicidade inscrita na língua. É a língua da indefinição do direito e avesso, do dentro e fora, da presença e ausência” (FERREIRA (b), 2005, p. 17).

Pêcheux confere à língua crucial importância na AD, sendo ela “condição material de base do discurso” (LEITE, 1994, p. 13). Pêcheux considera a língua um sistema dirigido por leis no campo da Linguística: fonológicas, morfológicas e sintáticas, de autonomia relativa, uma vez que seu funcionamento também se relaciona às determinações do discurso. Para Pêcheux (1995), a língua e o discurso não são algo pelo qual se luta, mas é aquilo com o que se luta, um meio de militância, de embate, quer dizer, aquilo que propicia a revolução, uma conquista de posição.

Para Pêcheux, não se trata de uma língua lógica. Ele alude que o “real da língua” se depara com a divisão entre a norma própria à língua e um exterior e seus efeitos de sentido, “remetendo para uma dominação a ser conservada, restabelecida

ou alterada” (PÊCHEUX, 1981, p. 27). Na obra *Semântica e Discurso*, Pêcheux ratifica que:

[...] o sistema da língua é, de fato, o mesmo para o materialista e para o idealista, para o revolucionário e para o reacionário, para aquele que dispõe de um conhecimento dado e para aquele que não dispõe desse conhecimento. Entretanto, não se pode concluir, a partir disso, que esses diversos personagens tenham o mesmo discurso: a língua se apresenta, assim, como a base comum de processos discursivos diferenciados [...]. Ao opor base linguística [sic] e processo discursivo, inicialmente estamos pretendendo destacar que [...] todo sistema linguístico [sic], enquanto conjunto de estruturas fonológicas, morfológicas e sintáticas, é dotado de uma autonomia relativa que o submete a leis internas, as quais constituem, precisamente, o objeto da Linguística [sic] (PÊCHEUX, 1988, p. 91, grifos do autor).

Nesta passagem, Pêcheux destaca a diferença entre a “base linguística” e o “processo discursivo” e, para nós, reforça a “independência relativa” da língua, seu lugar material enquanto “base” na qual se desenvolvem os processos discursivos constitutivos no sentido. Este movimento da relação entre Linguística e Psicanálise equivale a uma via de mão dupla.

A relação entre a Análise do Discurso em Pêcheux e a Psicanálise faz-se importante, pois ambas tratam do dizer do sujeito e seus efeitos de sentido e, ao mesmo tempo, a sua não plenitude. Na Psicanálise, o sujeito é apontado de forma descentrada, distante do sujeito consciente, que pensa livremente e que é dono do seu dizer. Na AD, o sujeito é apresentado como assujeitado, materialmente constituído pela linguagem e interpelado pela ideologia.

Paul Henry (1992, p. 188) diz que “o sujeito é sempre e, ao mesmo tempo, sujeito da ideologia e sujeito do desejo inconsciente e isso tem a ver com o fato de nossos corpos serem atravessados pela linguagem antes de qualquer cogitação”. Entretanto, o sujeito tomado pela análise do discurso é revestido pela linguagem e nela se materializam o inconsciente e a ideologia e não se pode resumir que a AD tem como objeto de estudo o discurso e a Psicanálise a não totalidade do dizer atravessado pelo desejo.

Sobre a articulação da Psicanálise e a Análise do Discurso pêcheutiana, existem autores a exemplo de Tfouni (2001, 2003, 2003a); Tfouni e Carreira (1996, 2000); Tfouni e Laureano (2004, 2005); Tfouni (2003); e Žižek (1992, 1996). Evidenciam-se também linguistas que dedicam esforços em análises tocantes à linguagem, que levam em conta os apanhados da Psicanálise. No Brasil, tem

Cláudia de Lemos, Eduardo Guimarães, Eni Orlandi, influenciados pelo movimento francês de aproximação destas duas disciplinas, instaurado por Michel Pêcheux, no campo da Análise de Discurso. Na contemporaneidade, evidenciado por Michel Arrivé, Jacqueline Revuz-Authier, Laurent Danon-Boileu, Jean-Claude Milner, entre outros.

Harris (1952), antes de Pêcheux, desenvolve uma obra designada *Discourse Analysis*, que para poucos autores consiste no ponto de partida da Análise do Discurso, de orientação anglo-saxônica, especialmente concedendo o nome a essa área de estudos (ROCHA-COUTINHO, 1998). Conquanto, a noção de discurso na obra de Harris difere da desenvolvida por Pêcheux. Brandão (2002) ressalta que mesmo a obra de Harris sendo considerada uma referência inicial da análise do discurso, ela se situa como extensão da linguística aplicando procedimentos de análise de unidades da língua aos enunciados sem as considerações sócio-históricas de produção. Para a autora, o caráter pioneiro concedido à obra de Harris aplica-se a área de Análise Textual.

Mas, também, se entende que Pêcheux, durante o seu percurso, vai se aproximando mais do sujeito do desejo da Psicanálise. Para explicar melhor, pode-se expor os três momentos diferentes da AD, nos quais ratifica-se que parece que apenas no primeiro momento Althusser tinha mais importância para Pêcheux que Lacan, Derrida e Foucault (GADET e HAK, 1993). Esses três momentos, a partir de Pêcheux, a Análise de Discurso são tratados como três épocas¹⁸ (1983). Cada uma delas com modificações significativas em aspectos metodológico e teórico.

Quanto ao papel do sujeito, ou aos papéis assumidos quando elabora o seu discurso, a teoria vem resignificando a noção de sujeito. As definições de sujeito são entendidas a partir de uma grande ruptura epistemológica que fundou a AD1 – o sujeito concebido como assujeitado, marcado por influências externas que não pode controlar o sentido de seus enunciados, assujeitado e inserido em uma ideologia. Nas palavras de Pêcheux, foi uma tomada de posição “estruturalista” que possibilitou a formulação dessa ruptura, vista como “uma recusa que não vai variar da AD1 a AD3”. A recusa, diz o autor, “(...) de toda suposição de um sujeito intencional como origem enunciativa de seu discurso” (1993, p. 311).

¹⁸ A AD é dividida em três fases, conforme Pêcheux. A primeira fase, conhecida também como AD1, foi concebida em 1969 com o livro: “Análise Automática do Discurso” de Michel Pêcheux; Na segunda fase (AD2), iniciada em 1975, com o seu livro: “Semântica e Discurso”; Na terceira fase (AD3), em 1980, a AD foi introduzida uma inovação metodológica e o tratamento do sujeito (PÊCHEUX, 1997).

A proposta de “desconstrução” dos métodos de análise da AD1 levou à formulação da AD2 através de um movimento de “conversão (filosófica) do olhar” (PÊCHEUX 1993, p. 313). Sobre a AD-2, há no sujeito uma dispersão de enunciados vindos de outras fontes. O sujeito não é totalmente livre, porque sofre influências da formação discursiva da qual ele enuncia, e ocupa um lugar social que determina suas enunciações, e esse lugar define o que pode e deve ser dito, determinado por uma formação ideológica. Segundo Pêcheux, com “muitos pontos de interrogação” (1993, p. 317) surge a AD-3, com a noção de sujeito marcada pela heterogeneidade. O sujeito é marcado pelo inconsciente, e há a presença das várias vozes que marcam os discursos do sujeito, ou melhor, os enunciados de outros discursos marcam a memória do discurso proferido.

É possível considerar que a condição para que as palavras façam sentido, é que elas já estejam inscritas na história (PÊCHEUX, 1997, p. 314), cada época tem a sua maneira de nomear e interpretar o mundo. Por trabalhar a relação entre sujeito e língua, vinculada ao inconsciente, à história e à ideologia, a escolha pela AD como referencial teórico para a tese, justifica-se pelo fato de se investigar o que significa a mulher e analisar como o discurso significa.

Sendo assim, como proposto nesta seção, para abordar a Análise do Discurso em Pêcheux, Lacan e Marx, parte-se de conceitos da Psicanálise e da Análise do Discurso, iniciando pelo conceito de real, de modo a apresentar quais as possíveis relações. Sobre o real, Pêcheux entende que:

(...) no interior do que se apresenta como universo físico-humano (coisas, seres vivos, pessoas, acontecimentos, processos...), 'há real', isto é, pontos de impossível, determinando aquilo que não pode não ser assim (o real é o impossível... que seja de outro modo). Não descobrimos, pois o real, a gente se depara com ele, dá de encontro com ele, o encontra" (PÊCHEUX, 1983, p. 29).

Também julga-se relevante tocar em algumas considerações propostas por Milner (apud PÊCHEUX; GADET, 2004), sobre o “real da língua”. Expressa que real da língua está atravessado por fissuras, e ainda conforme o autor, Saussure não resolve a contradição da língua e *lalangue*, mas a torna visível, uma vez que revela o real e também o impossível da língua.

O entendimento de “real” utilizado por Pêcheux e Gadet (2004) reporta a Milner (1987) no emprego de real emprestado de Lacan, haja vista que “[...] o concreto com o qual a linguística trabalha, de natureza negativa, é o efeito

propriamente linguístico desse real (PÊCHEUX; GADET, 2004, p. 33). Lacan (1996) denominou de *lalangue*, em português, alíngua. O termo alíngua, para Lacan, diz Milner: “é em toda língua, o registro que a consagra ao equívoco” (MILNER, 1987, p. 15). E é na alíngua que o real se marca como registro do inaceitável de não ser dito de certa forma.

Assim, Lacan diz que “la langue” (a língua) se torna uma única palavra, a “lalangue” (alíngua, ou lalíngua). Acrescenta que “(...) el lenguaje, ese lenguaje que no tiene absolutamente ninguna existência teórica, interviene siempre bajo la forma de una palabra que quise fuese lo más cercana posible a la palabra francesa ‘lallation’ – laleo en castellano –, lalengua” (LACAN, [1975] 2001, p. 125).

Soler (2010) explica que:

Na alíngua, o ser significativo se define pela pura diferença dos uns, sem prender-se ao sentido. Contrariamente ao simbólico, a alíngua não é um corpo, mas uma multiplicidade de diferenças que não tomou corpo. Ela não é um conjunto, não é uma estrutura, nem de linguagem, nem de discurso, pois não há ordem na alíngua. Alíngua é o nível a-estrutural do aparelho verbal, ao passo que a linguagem e o discurso são ordenações (SOLER, 2010, p. 16-17).

A presença do real na língua transita em forma de *lalangue*, todavia se revela no que escapa à língua, ou naquilo que lhe faz abertura. E o real existente no equívoco pode se manifestar pela falta, excesso, repetido, parecido, pelo absurdo, ou no *nonsense* (FERREIRA (b), 2001). Permitimo-nos dizer que o equívoco, como manifestação da *lalangue* (o que o fratura), revela o que do real escapa à língua. As falhas, equívocos da língua (manifestações da *lalangue*), são estruturantes da língua e não podem ser tratadas como problemas de interpretação, uma vez que todo equívoco que recai na língua será para o sujeito a evidência de que a *lalangue* sabe. Real e furo estão estreitamente vinculados.

Por sua vez, o conceito de real da língua inaugura a proposição da existência de um centro firme e universal da linguagem humana, haja vista que admite que o real da língua é o impossível que lhe é próprio. Entende-se que existe um lugar na língua de onde se fala que não se consegue falar. O real da língua, para Gadet (1978) é, pois, atravessado por fissuras, que o desestratificam, mas não o apagam.

Conforme Nasio (1993),

Os psicanalistas certamente se interessam pela linguagem, mas se interessam unicamente no limite em que a linguagem tropeça. Em análises

do discurso, analistas ficam mais atentos ao momento em que a linguagem se equivoca e a fala derrapa (NASIO, 1993, p. 12).

Ferreira (b) (2001) acrescenta que a *lalangue* aparece como o lugar no qual língua e história se tocam. Para a autora, o equívoco, tecido de *lalangue*, vai afetar o real que transita na história, produzindo sentidos. Orlandi (2001) esclarece que a língua se inscreve (vulnerável à falha) na história produzindo o equívoco, e que este se dá no funcionamento da ideologia e/ou do inconsciente.

Pêcheux (1997b, p. 300) reafirma que o sentido é produzido no “*non-sens* do inconsciente”, e também acrescenta que é nesse espaço “que a interpelação encontra onde se agarrar”; e que se “a metáfora se localiza no ponto preciso” em que tal sentido é produzido – retomando Lacan, o funcionamento dessa língua falha na história produz o equívoco.

Mas é também relevante expressar o que Pêcheux e Gadet (2004) e Orlandi (2004) dizem ao tratar da inscrição e ao suportar a movimentação instaurada pela contradição de que “existe língua e existem línguas, [...] [tomando-se] partido junto, mas ao mesmo tempo contra J-C Milner, pois se para Milner há só o real da língua, para Michel Pêcheux há também o real da história” (ORLANDI, 2004, p. 7-8). Este remete ao real que a história abarca e que seria o da luta de classes (PÊCHEUX e GADET, 1981). Para Safouan (1993), a Psicanálise lacaniana aborda essencialmente o real da língua e a AD associa também o real da história. Ligados, estes dois reais, atuam na construção de sentidos do objeto de estudo da AD e da Psicanálise, que é o discurso.

Essa noção em AD (a de discurso) surge a partir do instante em que a língua e a história se atravessam, criando “a forma material (não abstrata como a da linguística) que é a forma encarnada na história para produzir sentidos” (ORLANDI, 2009, p. 19). Destarte, a AD considera que: a) “a língua tem sua própria ordem”; b) “a história tem seu real afetado pelo simbólico”; e, c) “o sujeito da linguagem é descentrado, pois [...] funciona pelo inconsciente e pela ideologia” (ORLANDI, 2009, p. 19-20).

Em Pêcheux (1995), a AD é pensada a partir de uma relação assimétrica e tensa entre a Psicanálise, o materialismo histórico e a linguística, e para a história a AD é tomada como descontínua, com pontos de ancoragem, deriva e falhas, também pode-se dizer que a AD é tratada como um lugar onde os sujeitos podem

ter o seu dizer interdito (a exemplo do que se pretende evidenciar em nossas análises sobre as mulheres de negócios). Com isso, nesse percurso, decide-se explicar outra noção enquanto posição de interpelação e de deslocamento, segundo Pêcheux e Gadet (2004), o “real da história”.

Da perspectiva do materialismo histórico, Pêcheux trabalha a história como lugar paradoxal em que se materializam os equívocos, levando o sujeito ao encontro do real histórico. Pêcheux diz que a invasão do equívoco afeta o real da história, pois “[...] o equívoco aparece como o ponto onde o impossível (linguístico) vem se conjugar a contradição (histórica); o ponto onde a língua toca a história” (PÊCHEUX, 1981, p. 62). Nesse sentido, a posição sujeito é aludida pelo real da história na/pela enunciação, concebendo equívocos, esquecimentos e opacidades, que podem significar em todo dizer.

De fato, no estudo do discurso, o sujeito sempre foi uma problemática fundamental. Pêcheux tratou de uma teoria não-subjetivista do sujeito: “teoria das condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção: a relação entre inconsciente (no sentido freudiano) e ideologia (no sentido marxista) [...] esclarecida pela tese [...] a ideologia interpela os indivíduos em sujeitos” (PÊCHEUX, 2009, p. 123).

Nesta aproximação, consideram-se dois conceitos muito caros à AD – ideologia e inconsciente – pois estes evocam, pela categoria “sujeito”, duas áreas distintas, com termos e funcionamentos próprios, mas convergentes pela análise materialista do discurso e pela análise psicanalítica.

Sendo assim,

O sujeito de linguagem é descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia (ORLANDI, 1999, p. 20).

Referindo-se a Pêcheux, Orlandi acrescenta que “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido” (ORLANDI, 1999, p. 17). Para a autora:

O sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele. (...) é inútil, do ponto de vista discursivo, perguntar para o sujeito o que ele quis dizer quando disse “x” (ilusão da entrevista in loco). O que ele sabe não é

suficiente para compreendermos que efeitos de sentidos estão ali presentificados. O fato de que há um já-dito que sustenta a possibilidade mesma de todo dizer, é fundamental para se compreender o funcionamento do discurso, a sua relação com os sujeitos e com a ideologia (ORLANDI, 1999, p. 32).

Na concepção da Análise do Discurso, a língua e o dizer são efêmeros de sujeitos para sujeitos, pois tanto as palavras quanto os sujeitos estão clivados em condições sócio-histórica-ideológicas dos seus discursos.

Pêcheux (1995) recomenda que é preciso suspeitar do óbvio, de práticas estabilizadas, e entender as relações de poder que determinam, no encadeamento da história, locais (na língua) impossíveis de serem ocupados pela mulher, assim como é tratado na presente tese. Henry e Pêcheux (2007, p. 18) sintetizam que por haver o real da história afetando a língua, é que “as palavras podem mudar de sentido segundo as posições assumidas por aqueles que as empregam”. Nesse contexto, para a Análise do Discurso, interessam as posições discursivas ocupadas pelo sujeito para ser sujeito do que diz em condições histórico-ideológicas estabelecidas. Sendo assim, o discurso envolve também sentidos constituídos a partir de uma causa afetiva. Sem olvidar que só há razão de ser o que falha.

Nesta seção, é trazida a relação assimétrica entre os autores supracitados, sobretudo no que toca a relação da Psicanálise com o materialismo histórico e suas consequências para a Análise do Discurso de linha francesa. Pêcheux parece querer superar as noções filosóficas que visam um sujeito como um ser determinado e livre e, com isso, confere uma dimensão psicanalítica e ideológica à subjetividade.

Para Evangelista:

Nessa estratégia e nesse confronto, "Freud e Lacan" (1964) bem como "Marx e Freud" (1976), (...) são duas táticas essenciais, adotadas, cada uma delas, em cada um dos referidos momentos. A leitura de ambos permite, portanto, na medida em que abrange esses dois momentos, uma forma de acesso completa, embora unilateral, à démarche althusseriano (EVANGELISTA, 1984, p. 10).

Do relacionamento tocado acima, Althusser traz a Psicanálise e a Linguística, sugerindo o conceito de sobredeterminação¹⁹, resultando a contradição sobredeterminada. Althusser abriu o acesso para que Lacan fosse percebido

¹⁹ Para Althusser, uma definição ligada ao conceito de causalidade (ligado ao conceito de estrutura) e à descrição do inconsciente (principal da descoberta freudiana, e que ele toma emprestado).

porque, segundo ele, “‘Freud e Lacan’ é antes de qualquer outra coisa, um ato político, e como tal deve ser avaliado” (ALTHUSSER, 1949, p. 17).

Se a Psicanálise é 'irracional', porque supõe o 'inconsciente' como condição de sua produção, e esse inconsciente não é a Razão, então o marxismo, igualmente, será 'irracional', porque este supõe a luta de classes, e esta não é a Razão, mas, sim, o conflito das razões (EVANGELISTA, 1984, p. 33).

Mesmo havendo a tentativa de unir, num primeiro momento, o Materialismo Histórico e a Psicanálise, ao considerar o conceito sobre a sobredeterminação, tem-se, num segundo momento, essas duas ciências como formas distintas de apropriação do real.

Para Althusser:

Se eterno significa não a transcendência a toda história (temporal), mas onipresença, transhistória e, portanto, imutabilidade em sua forma em toda a sua extensão da história, eu retomarei palavra por palavra da expressão de Freud e direi: a ideologia é eterna, como o inconsciente. E acrescento que essa aproximação me parece teoricamente justificada pelo fato de que a eternidade do inconsciente não deixa de ter relação com a eternidade da ideologia em geral (ALTHUSSER, 1970, p. 85).

A teoria de Althusser parece seguir-se da leitura de Lacan. A necessidade de vincular inconsciente e ideologia fez com que Pêcheux abeirasse Lacan de Althusser. Pêcheux traz o sujeito para a dimensão do simbólico e, com isso, colabora com a noção de assujeitamento, conduzida por Althusser.

Por esse ângulo, Pêcheux (1975) articula ideologia e inconsciente, apesar de o sujeito, por ele definido, transcender o caráter egoico do sujeito Althusseriano. De fato, a Psicanálise é tratada desconsiderando o fato de haver a ordem do real, que é impossível de simbolizar, pois é o que resta sempre e a partir do qual o desejo começa a operar. Daí porque o próprio autor reconhece que falhou na relação com a Psicanálise, e no Anexo III de sua obra, denominado “Só há causa daquilo que falha ou o inverno político francês: início de uma retificação”. Pêcheux (1979) argumenta principalmente o modo em que se encontram articulados o recalque inconsciente²⁰, o assujeitamento ideológico e os funcionamentos discursivos.

²⁰ Hanns (1996) afirma que o termo em alemão é traduzido por 'recalque' ou 'repressão'. “O verbo *verdrängen* significa “empurrar para o lado”, “desalojar” (...) *Verdrängen* remete a uma sensação de “sufoco”, “incômodo”, que leva o sujeito a desalojar o material que o incomoda” (p. 355). “O radical “calcar” tem diversos usos (calcar a terra, o terreno=pressionar-pisar-apertar). Também se aplica, em linguagem mais figurada, a ideia de oprimir, vexar, desprezar etc.” (HANNNS, 1996, p. 358). Freud

Ademais, a língua é a condição da não totalidade, sujeitos e sentidos estão em incessante constituição. Nessa acepção, Orlandi (1999) reforça que:

Ao dizer, o sujeito significa em condições determinadas, impelido, de um lado, pela língua e, de outro, pelo mundo, pela sua experiência, por fatos que reclamam sentidos, e também por sua memória discursiva, por um saber/poder/dever dizer, em que os fatos fazem sentido por se inscreverem em formações discursivas que representam no discurso as injunções ideológicas (ORLANDI, 1999, p. 53).

E ao considerar que as circunstâncias de enunciação se modificam e se mantêm dialeticamente relacionadas e em conflito, também pode-se reforçar que é o interdiscurso que dá suporte ao que se diz. O sujeito não tem controle sobre essa memória, apesar de que é por meio dela que se constroem novos sentidos. Na verdade, cria-se a ilusão de que se é o nascedouro do que se diz.

Nesse sentido, ocupar-se, ainda que de forma breve, sobre a temática do trabalho de Althusser, é confirmar a interpelação ideológica na constituição dos sujeitos, por meio da sua tese de que “toda a ideologia interpela os indivíduos enquanto sujeitos” (ALTHUSSER, 1992, p. 93). O autor defende que “é pela representação da relação imaginária com suas condições de existência que o sujeito se institui” (idem, p. 85) e que, por isso, a ideologia é pensada como sendo “imaginário que intermedeia a relação das pessoas com suas condições de existência” (ALTHUSSER, 2009, p. 159). Portanto, ele ainda propõe que o discurso é uma das maneiras de realização do ideológico (1992) e, se inspirando na Psicanálise freudo-laciana ao se referir ao inconsciente/ideologia, reforça que a ideologia, como já foi tratado em trecho supracitado nesta seção, é onipresente, trans-histórica.

Assim sendo, ratifica-se a condição de entremeio da Análise do Discurso, e será desse lugar, de natureza intervalar do sujeito entre a linguagem, ideologia e a Psicanálise, que serão analisadas as materialidades discursivas da presente tese, sobretudo por entender que o “sujeito é esse entre significantes” (JORGE, 2000, p. 99). Ainda que Pêcheux reformule a forma de conceber a relação entre o inconsciente e ideologia, traz a convicção de que essas noções têm uma maneira de

(1915b) diz que “no processo de recalque o afeto se separa de sua ideia e ambos seguem seus destinos separadamente (FREUD, 1915b, p. 31).” O autor acrescenta que o recalque é “um processo que ocorre na fronteira entre os sistemas lcs e Pcs (Cs) e que ele opera sobre as ideias [Vorstellung] que aí se encontram. Afirma que o lcs tem muita vitalidade e é capaz de influenciar o Pcs e, ao mesmo tempo, de ser influenciado por ele” (FREUD, 1915b/2004, p. 40).

constituição mútua, que por isso mesmo as mantêm paradoxalmente interligadas ainda que distintas.

Por certo, entende-se que na Análise do Discurso, “o sujeito é constitutivamente heterogêneo, múltiplo e clivado” (LEITE, 2001, p. 120). Por ser heterogêneo, o sujeito traz formações discursivas que estão correlacionadas com a linguagem e a história, atravessadas pela memória. Brandão (2004) reforça que “é a memória discursiva que torna possível a toda formação discursiva fazer circular formulações anteriores, já enunciadas” (BRANDÃO, 2004, p. 95).

Na presente tese, investiga-se o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, entendendo que a história, inicialmente das mulheres, ratifica que estas sempre foram vistas como seres em submissão ao sexo masculino²¹. Com efeito, a mulher ainda se encontra em uma situação de dominação, exploração e opressão, sobretudo no mercado de trabalho, pois antes de ser trabalhadora, esta tem que desempenhar o dever de ser uma boa filha, esposa e mãe.

As expressões exploração e opressão da mulher têm seu surgimento atrelado ao desenvolvimento das bases materiais da humanidade, através de fatores históricos que marcaram a instituição da exploração, os quais, por sua vez, têm seus fundamentos vinculados ao advento das sociedades de classe, tendo, portanto, uma determinação histórico-econômica. Além disso, as mulheres deveriam ter, entre suas grandes ambições, o casamento ou a constituição familiar. Para elas, o direito à educação era negado, sobrando o trabalho doméstico, e esse “caráter doméstico marca todo o trabalho feminino: a mulher é sempre uma dona-de-casa” (PERROT, 2007, p. 114-115).

O modo de produção capitalista atinge ao máximo “a contradição presente em todas as formações econômico-sociais anteriores assentadas na apropriação privada dos meios de produção e dos produtos do trabalho humano” (SAFFIOTI, 2013, p. 53)²². Para a autora, o modo de produção tem na acumulação o seu motor

²¹ Saffioti (2004) considera que o patriarcado é um caso específico das relações de gênero, onde estas são desiguais e hierárquicas. A ordem patriarcal de gênero admitiria então a dominação e exploração das mulheres pelos homens, configurando a opressão feminina. Essa autora defende que, dentro do binômio dominação-exploração da mulher, os dois polos da relação possuem poder, mas de maneira desigual. A pequena parcela de poder que cabe ao sexo feminino, dentro de uma relação de subordinação, permite que as mulheres questionem a supremacia masculina e encontrem meios diferenciados de resistência.

²² Marx (2013, p. 262) elucida esse processo ao apreender os pressupostos da relação capital-trabalho: “A relação-capital pressupõe a separação entre os trabalhadores e a propriedade das condições da realização do trabalho. Tão logo a produção capitalista se apoie sobre seus próprios

por meio da produção de mais-valor via exploração do trabalho e engendra relações sociais mediadas por mercadorias, em que as necessidades humanas são substituídas pela produção de “coisas” alheias a estas.

Marx e Engels (1998) assinalaram a história de submissão da mulher e a opressão da mulher correspondendo ao surgimento da propriedade privada dos meios de produção e com o surgimento das classes sociais. Essa contribuição teórica de Karl Marx e Friedrich Engels ratifica a divisão de trabalho e sua conexão com a desigualdade social da mulher. Considerando esses aspectos, ao tratar sobre o discurso do empreendedorismo feminino, é imperativo ter em vista as condições de produção desse discurso, a conjuntura sócio-histórica e a memória que esse discurso conduz.

Marx (2014) questiona:

Se o produto do trabalho me é estranho, [se ele] defronta-se comigo como poder estranho, a quem ele pertence, então? A outro ser que não eu. [...] O ser estranho ao qual pertence o trabalho e o produto do trabalho, para o qual o trabalho está a serviço e para a fruição do qual [está] o produto do trabalho, só pode ser o homem mesmo. Se o produto do trabalho não pertence ao trabalhador, um poder estranho [que] está diante dele, então isto só é possível pelo fato de [o produto do trabalho] pertencer a um outro homem fora o trabalhador. Se sua atividade lhe é martírio, então ela tem de ser fruição para um outro e alegria de viver para um outro. Não os deuses, não a natureza, apenas o homem mesmo pode ser este poder estranho sobre o homem (MARX, 2014, p. 86).

A ligação capitalismo e patriarcado²³ acaba por dominar e explorar a mulher, que trabalha, na ordem da reprodução social, sem salário, sendo, pois responsável pelos cuidados com a família e da ambiência doméstica.

Saffioti (2004) defende o uso do conceito de patriarcado²⁴, pois esse representa um tipo hierárquico de relação que está presente em todos os espaços sociais e que é uma relação civil e não privada. O patriarcado concede direitos sexuais aos homens sobre as mulheres, possui uma base material e corporifica-se.

pés, não apenas conserva aquela separação, mas a reproduz em escala sempre crescente. Portanto, o processo que cria a relação-capital não pode ser outra coisa que não o processo de separação de trabalhador da propriedade das condições de seu trabalho”.

²³ Discute-se a forma como o patriarcado, de existência muito anterior ao capitalismo, assumiu, ao longo da história, várias facetas, brindando a essa opressão uma aparência de indestrutibilidade.

²⁴ Ao analisar a origem semântica da palavra, Delphy destaca que patriarcado advém “[...] da combinação das palavras gregas pater (pai) e arkher (origem e comando). Portanto, patriarcado é literalmente a ‘autoridade do pai’ (DELPHY, 2009, p. 175). A autora salienta, entretanto, que o radical pater não faz referência ao conceito contemporâneo de pai, não estabelecendo, necessariamente, um vínculo biológico. Dessa maneira, patriarcado se refere à autoridade masculina, tenha ela vínculos biológicos ou não.

Além disso, diz respeito a uma estrutura de poder que tem por base a ideologia e a violência. Para a autora, o sistema patriarcal e sua ideologia impregnam a sociedade e o Estado.

Na ordem patriarcal de gênero, o poder é exercido por quem for homem, branco e heterossexual. Ademais, a sociedade é perpassada não apenas por discriminações de gênero, como também de raça, etnia, classe social e orientação sexual. A autora acrescenta que a grande contradição da sociedade atual é composta pelo nó patriarcado, racismo e capitalismo. Para ela, não há separação entre dominação patriarcal e exploração capitalista e destaca que, apesar dos progressos femininos na busca por emancipação, a base material do patriarcado não foi destruída.

Hirata (2002) auxilia ao considerar que:

A divisão sexual do trabalho é sempre indissociável das relações entre homens e mulheres, que são relações desiguais, hierarquizadas, assimétricas e antagônicas [...] de exploração e de opressão entre duas categorias de sexo construídas socialmente (HIRATA, 2002, p. 281).

Nesse sentido, a divisão sexual do trabalho sustenta e estrutura as relações desiguais de gênero e essas desigualdades entre os sexos, geradas pela sociedade, são incorporadas pelo capital como mecanismo de elevação dos lucros e domínio ideológico e social. As oportunidades e condições de trabalho das mulheres são expressas pelo patriarcalismo e pela divisão sexual do trabalho que naturalizam as diferenças biológicas entre os sexos e determinam o papel a ser ocupado por homens e mulheres no conjunto das forças produtivas.

2.2 O Dispositivo Teórico da Análise do Discurso, Memória e o Discurso do SEBRAE: por que estudar a “mulher” de negócios?

Discutir as relações de gênero implica dizer que não devem ser analisadas sem uma relação direta com a constituição humana, posto que a liberdade feminina pressupõe, antes de tudo, a liberdade humana, por meio do “domínio consciente sobre o processo de autoconstrução genérica e sobre o conjunto do processo histórico [...]” (TONET, 2005, p. 15).

Entende-se que o *corpus* a ser analisado na presente tese traz o equívoco das práticas discursivas sobre a “mulher” de negócios em formas faltosa e

heterogênea. O que se distingue é que se trata de um “saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra” (ORLANDI, 2003, p. 31).

Contudo, mesmo a questão da mulher e relações de gênero não tendo sido avançadas por Marx, em seus estudos de maneira aprofundada, suas contribuições são oportunas e importantes para os estudos nesse âmbito, com o propósito de analisar as mulheres no mundo do trabalho, na particularidade do empreendedorismo. Considera-se a inevitabilidade da superação do capitalismo regido pela cultura patriarcal de gênero e a ideologia. Zizek (1994, p. 34) indica que “a Psicanálise também delinea a economia simbólica de como – de tempos em tempos, pelo menos – somos capazes de romper o círculo vicioso que gera o fechamento “totalitário”. Destarte, entendendo os diálogos, ainda que assimétricos, entre Pêcheux, Lacan e Marx, não se pode desprezar as nobres contribuições de suas teorias.

Assinala-se o desafio em desvelar a luta contra as contradições nas relações de gênero que permita às mulheres suas liberdades que lhe são essenciais. Do contrário, tornar-se-iam inválidas as inúmeras produções sobre mulher. Nesse sentido, recorta-se o universo discursivo, entendido por Courtine (2009, p. 54) como “o conjunto potencial dos discursos que poderiam ser objetos de um tratamento” para chegar ao “campo discursivo do empreendedorismo feminino”, definido pelas condições de produção específicas que, segundo Courtine (2009), legitimam os campos considerados. Além disso, considera-se que a linguagem evidencia o “efeito ideológico que provoca no gesto de interpretação a ilusão de que um enunciado quer dizer o que realmente diz” (ORLANDI, 2004, p. 44).

Para suceder as análises das sequências discursivas (SD) do discurso do SEBRAE são trazidas as contribuições de Orlandi (1984, p. 14) ao dizer que a SD é uma unidade discursiva, ou “fragmentos correlacionados de linguagem-situação”, cujo entendimento se relaciona com as condições de produção do discurso e com o movimento do analista. Courtine (2009, p. 160), acrescenta que os discursos “falam por si próprios”, dando as elucidações para a interpretação.

Ainda valendo a ressalva em Pêcheux, que o sistema é o mesmo “para o materialista e para o idealista, para o revolucionário e o reacionário, para aquele que dispõe de um conhecimento dado e para aquele que não dispõe desse conhecimento” (PÊCHEUX, 1997b, p. 91). Todavia, pondera-se a língua a partir do

“que ela não é”, isto é, a partir da história, das instituições, das circunstâncias (TEIXEIRA, 2000). Mais que isso, acolhe-se o avizinhamiento, por meio das revolucionárias contribuições de Pêcheux marcadas pela Psicanálise, entre o sujeito da Psicanálise e o do discurso.

Nas palavras de Leandro Ferreira (2005),

Ambos são determinados e condicionados por uma *estrutura*, que tem como singularidade o não-fechamento de suas fronteiras e a não-homogeneidade de seu território. Dessa forma, *sujeito, linguagem e discurso* poderiam ser concebidos como estruturas às quais se têm acesso pelas falhas (FERREIRA (b), 2005, p. 74) (grifo da autora).

Intenta-se ao real da língua “enquanto base material significativa em que se inscrevem as repetições, as falhas, os deslocamentos” (MARIANI, 1996, p. 90). E nas sequências analisadas, pretende-se discutir de que modo a ideologia fornece às mulheres a “sua” realidade, levando-as a ocuparem determinadas posições-sujeito. Um caminho de análises discursivas sem ponto final e com olhares tão díspares que desafiam a (re)começar. E por tratar de um final provisório em tese, tenta-se centrar num ponto inicial.

O que determina o interesse em estudar a “mulher” de negócios é a possibilidade de analisar um momento histórico, investigando essa mulher como um sujeito histórico-contemporâneo. Uma trajetória que permite defender o reconhecimento da participação das mulheres na construção histórico-política numa sociedade capitalista patriarcal e que, por ocupar novos espaços fora do lar, entendo que um novo sujeito feminino começa a se formar. Para Saffioti (2004), as relações de gênero devem ser consideradas mais ampliadas, incluindo as relações sociais, importa também dizer que buscar explicitar as representações de mulheres de negócios implica por evidência o ponto de vista dominante no mundo dos negócios, que é masculino.

O debate em torno do androcentrismo também é importante ser lembrado. O termo androcentrismo é conceituado por Vitória Sal, citada por Sarda, como: “O homem como medida de todas as coisas. Enfoque de um estudo, análise ou investigação a partir da perspectiva unicamente masculina, e utilização posterior dos resultados válidos para a generalização dos indivíduos, homens e mulheres (...)” (SARDA, 1987, p. 23).

Sarda (1987) afirma que, durante muito tempo, historiadores silenciaram sobre a participação das mulheres na História. A partir das demandas do movimento feminista e principalmente de historiadoras feministas, intensificou-se a reformulação das premissas do discurso histórico-hegemônico. Para esta autora, as mulheres foram excluídas não somente como sujeito produtor de análise, mas também como objeto de análise.

Tomando como base os discursos patriarcalistas e feministas que circulam na contemporaneidade, evidenciam-se discursos opostos, mas também um movimento reverso para disputar a estabilidade de sentidos na sociedade. Mesmo num contexto histórico de mudança de comportamentos, com a inserção das mulheres em empresas, continua presente a desigualdade de gênero sob a égide da cultura patriarcal na ordem capitalista de produção.

Para a realização da pesquisa em AD, o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, fez-se preciso considerar as condições de produção do discurso, nos sentidos imediato e amplo. O sentido imediato constitui-se na situação das histórias de mulheres vencedoras do PSMN e através dos documentos ditos como oficiais do SEBRAE e parceiros que “apoiam” as mulheres de negócios. O sentido amplo é a realidade em que os sujeitos estão inseridos e na qual atuam.

De fato, uma história contada por aqueles que influenciam e criam identidades que acabam por ser temporalizados/a nos textos do SEBRAE. A partir desses, pode-se reconhecer os artifícios de poder, vontades de verdade e as lutas que são possíveis travar. O que se pode encontrar, conforme Gregolin (2003b, p. 98-99), é “o real, pois, sobredeterminado pelo imaginário; nele, os sujeitos vivem relações e representações reguladas por sistemas que controlam e vigiam a aparição dos sentidos”. Ademais, história e memória se enlaçam, e na produção dos efeitos de sentido e na linguagem, vê-se uma história “coberta” na memória fundada pelos arquivos do SEBRAE, como mecanismo de divulgação e de atualização da memória por meio dos seus enunciados verbais e/ou imagéticos.

Para Pêcheux,

Essa negociação entre o choque de um acontecimento histórico e singular e o dispositivo complexo de uma memória poderia bem, com efeitos, colocar em jogo a nível crucial uma passagem do visível a nomeado, na qual a imagem seria um operador da memória social, comportando no interior dela mesma um programa de leitura, um percurso escrito discursivamente em outro lugar: tocamos aqui o efeito de repetição e de reconhecimento que faz

da imagem como que a recitação de um mito. Na transparência de sua compreensão, a imagem mostraria como ela se lê, quer dizer, como ela funciona enquanto diagrama, esquema ou trajeto enumerativo (PÊCHEUX, 2007, p. 51).

O que se pode apreender é que na formação do sujeito, as práticas discursivas do SEBRAE, por exemplo, são utilizadas como uma “voz” de libertação e, sobretudo, como meio disciplinador que restaura a memória uma história que o arquivo informa sobre a mulher, sua família e trabalho. Bakhtin acrescenta que:

Em cada campo existem e são empregados gêneros que correspondem as condições específicas de dado campo; é a esses gêneros que correspondem determinados estilos. Uma determinada função (científica, técnica, publicística, oficial, cotidiana) e determinadas condições de comunicação discursiva, específicas de cada campo, geram determinados gêneros, isto é, determinados tipos de enunciados estilísticos temáticos e composicionais relativamente estáveis (BAKHTIN, 2003, p. 266).

Também se entende que os efeitos de sentido são lançados nos mais variados gêneros e que são apanhados pela memória discursiva, e é justamente pela memória que é possível dizer que é encontrada a estabilidade entre os ditos nos arquivos, especialmente analisados nesta pesquisa. Nossas análises acompanham o discurso sobre a “mulher” de negócios, que estanca determinadas imagens sobre a identidade e empreendedorismo feminino. Especialmente, avistou-se a mulher de classe média, seu lugar no mercado de trabalho, as relações de gênero, atenção ao lar e filhos.

Aqui, a noção de memória é tratada, a partir de Amaral (2016), como sendo,

Associada à compreensão dos conceitos de arquivo e de história, uma relação indissociável em que se pode identificar a memória discursiva nessas particularidades conceituais. A memória discursiva posiciona-se no domínio discursivo de memória caracterizado pelo interdiscurso, um operador discursivo que permite a constituição e a funcionalidade de discursos transversos (AMARAL, 2016, p. 39).

A autora complementa que “arquivo, memória e história são conceitos que encerram em si grandes paradoxos e ambiguidades” (AMARAL 2016, p. 39). Nesse sentido, reafirma-se a importância de uma pesquisa que aborde a “leitura-escritura do arquivo, sob diferentes modalidades ideológicas e culturais, contra tudo o que tende a apagar este trabalho”, como afirma Pêcheux (1982, p. 64). Por isso,

considerar a multiplicidade dos gestos de leitura, que atravessa a constituição de memórias.

No artigo *Ler o Arquivo Hoje*, de Pêcheux (1982), o autor examina as relações entre a perspectiva histórica e a psicológica ligada à leitura de arquivos. Para ele, há razões para buscar entender os conflitos explícitos como decorrentes das várias maneiras de ler o arquivo “entendido no sentido amplo de campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão” (PÊCHEUX, 1982, p. 57).

Do exposto, Pêcheux (1993) sinaliza sobre a existência da linguística e a discursividade que oportunizam a produção de um trabalho a partir da leitura de arquivo, uma vez que por meio das mais variadas formas de trabalhar com o arquivo, é que irrompem as diferentes posições. Em conformidade com Pêcheux (1993, p. 57), “há, entretanto, fortes razões para se pensar que os conflitos explícitos remetem em surdina a clivagens subterrâneas entre maneiras diferentes, ou mesmo contraditórias de ler o arquivo”.

Os documentos do SEBRAE ecoam sentidos para as mulheres. Em uma tentativa de ruptura a certas memórias estabilizadas, as análises engendradas na presente pesquisa apreendem a produção e deslocamentos de sentidos sobre a “mulher” de negócios e suas ações, além do modo de organização e seleção de informações feitas pelo SEBRAE e parceiros sobre o empreendedorismo feminino e que fazem circular uma memória sobre a mulher, suscetível de ser reconhecida, mas, sobretudo, apagada.

Para Pêcheux (1993) seria intrigante reconstruir a história dos inúmeros movimentos de leitura, também sendo imprescindível dizer que:

Assim começaria a se constituir um espaço polêmico das maneiras de ler, uma descrição do ‘trabalho do arquivo enquanto relação do arquivo com ele mesmo, em uma série de conjunturas, trabalho da memória histórica em perpétuo confronto consigo mesma’ (PÊCHEUX, 1993, p. 57).

Ao analisar o *corpus*, vê-se a estruturação de um dizer sobre a “mulher” de negócios que intenta legitimar sua posição na sociedade de classes, adotando parâmetros “que viam a possibilitar a atividade ocupacional da mulher” (SAFFIOTI, 2013, p. 86). Na contramão dos que defendem no SEBRAE, Saffioti (2013, p. 17) auxilia entender que o “o modo de produção capitalista alija força de trabalho do mercado, especialmente a feminina”.

De modo particular, o que se projeta é o aprisionamento das mulheres ao seu papel na esfera doméstica e pública, e a deterioração das circunstâncias de trabalho, os flagras inconciliáveis entre as ideias sobre a condição da mulher, o empreendedorismo e o sofrimento feminino²⁵, e as principais representações da “mulher” de negócios pelo SEBRAE.

Na tentativa de conciliar os múltiplos papéis, as mulheres muitas vezes se deparam com a frustração e sentimento de culpa. Vale destacar que a mulher empreendedora é a parte mais sacrificada. Primeiro, porque os cuidados a si própria estão condicionados a “sobra de tempo” e assim, elas se negligenciam para dar assistência afetiva aos que lhes são caros. Segundo, porque a busca pelo ponto de equilíbrio entre as demandas conflitantes geram um desgaste emocional e/ou físico. Emergem sentimentos de tristeza e tensão, relacionados ao insucesso do seu negócio e pelas necessidades que surgiram a partir dele. Evidencia-se o esgotamento da capacidade em lidar com o estresse gerado por tais situações, contribuindo para a formação de suas identidades, percepções e reações.

2.3 Da Seleção do *Corpus* aos Caminhos dos Discursos do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios

Como já fora destacado, a respeito da condição humana a partir das relações de gênero com frequente ênfase no gênero feminino, vale o reforço de que, em meio a crises consubstanciadas, vive-se períodos com diversas mudanças paradigmáticas. Quer seja, por todas as partes, têm-se várias visões de mundo e, nesse campo, abriu-se uma discussão a respeito da condição humana a partir das relações de gêneros humanos com frequente ênfase ao gênero feminino ora apresentado como herói, ora como vítima.

Nesse trabalho, consideram-se os conteúdos constitutivos de enunciados e histórias que delineiam e orientam as possibilidades do discurso, revelando o contexto social, histórico e ideológico em que o ato de interlocução ocorre. Assim, apresenta-se o modo como o discurso retrata as relações de gênero, e aponta o lugar da mulher e do homem no mundo dos negócios. Observa-se, sobretudo, a

²⁵ As demandas conflitantes não são uma exclusividade para empreendedores do sexo feminino, mas, ainda assim, depreende-se da pesquisa as mulheres, quando elas não abrem mão de suas carreiras profissionais para se dedicarem à família, mesmo com ajuda de terceiros, as tarefas do lar não deixam de ser sua responsabilidade, cabendo-lhes o papel de gerenciá-las.

importância, no desvelamento da ideologia, de se considerar o grau de explicitação de uma temática, ou ainda sua identificação, como também de outros tipos de dizeres implícitos e silenciados, contrastando-os com os explicitados.

Dos procedimentos iniciais que nortearam a jornada, optou-se pelas considerações de Quivy e Campenhoudt (1998) que tratam dos benefícios de uma exploração inicial acerca da problemática do tema. De acordo com estes autores, as leituras e as imagens catalogadas tiveram a função de revelar aspectos do objeto a ser estudado e que o pesquisador não teria pensado por si.

O *corpus* foi construído a partir da seleção das materialidades que não se deu de forma aleatória. Nas análises sobre o objeto, busca-se entender a contradição e os discursos oponentes que tratam sobre a mulher nesta sociedade. Os enunciados analisados foram escolhidos considerando a ambiguidade das práticas discursivas que compõem o discurso do SEBRAE e da “mulher” de negócios e que os constituem de maneira variada e “faltosa”, relacionando-as à história, ou seja, um acontecimento que irrompe no tempo e traz consigo uma memória. Para tanto:

O enunciado se delinea em um campo enunciativo onde tem lugar e status, que lhe apresenta relações possíveis com o passado e que lhe abre um futuro eventual. Imerso nessa rede verbal, ele só pode ser apanhado em uma trama complexa de produção de sentidos e, por isso, podemos concluir como uma característica geral e determinante sobre as relações entre o enunciado, o funcionamento enunciativo e a memória em uma sociedade: não há enunciado em geral, livre, neutro e independente; mas sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, neles se apoiando e deles se distinguindo: ele se integra sempre em um jogo enunciativo (GREGOLIN, 2004, p. 30).

Assim, nesta pesquisa, as SD devem ser visualizadas em sua relação com a historicidade que as constitui. Inicialmente, propõe-se analisá-las separadamente, para, depois, relacionar as análises. Conforme recomenda a AD, o trabalho de análise parte de recortes que, para serem analisados, requer que se descrevam suas condições de produção, abrangendo o contexto histórico, os interlocutores, o lugar de onde falam, a imagem que fazem de si e dos outros. Trata-se, pois, de uma série de manifestações linguísticas que mantém uma relação direta com a história dos discursos (condições de produção) de onde foram pinçados (COURTINE, 1982).

Lembrando que, especialmente, não apenas as palavras significam, pois como Orlandi (2002, p. 42) nos diz: “os sentidos não estão nas palavras elas mesmas. Estão aquém e além delas”. As palavras significam de modo diferente de

acordo com as posições daqueles que as empregam, e mudam de sentido de acordo com as formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem. Destarte, vale destacar também a força do discurso imagético²⁶, como função social, também tem na constituição do dizer. A leitura da imagem, portanto, é diferente da leitura da palavra. A imagem significa, geralmente, por meio de outras imagens, ou seja, produz o resgate de uma memória discursiva imagética. A imagem, compreendida como uma forma de discurso, carrega em si um sentido do ponto de vista sociocultural e ideológico, e não pode ser lida como um mero ato de descrição dos seus elementos visuais, mas usa esses elementos para produzir sentidos em seu processo de leitura.

Na afirmativa de Souza,

A interpretação do texto não-verbal se efetiva, então, por um efeito de sentidos que se institui entre o olhar, a imagem e a possibilidade do recorte (e não exclusivamente do segmento), a partir das formações sociais em que se inscrevem tanto o sujeito-autor do texto não-verbal, quanto o sujeito-espectador (SOUZA, 2001, p. 41).

Considerando a imagem em seus traços específicos, tais como cor, sombra, textura, dentre outros, uma leitura, em nível mais profundo, deste gênero textual, só se efetiva pela exploração destes recursos e estratégias. Isso sustenta a afirmativa de que o texto não-verbal possui uma gramática própria, diferente da gramática do texto verbal. Desta forma, a materialização da imagem pode se dar pelo efeito de sentido causado pelo ícone (imagem), pelo implícito (apagamento da imagem), e pela ausência (silenciamento da imagem).

Como a sociedade se constitui por relações hierarquizadas, são as relações de força, sustentadas no poder de diferentes lugares sociais, que significam na comunicação. O lugar do qual o sujeito empírico fala é constitutivo do que diz. Assim, quando tal sujeito fala a partir do lugar de presidente (refiro-me ao presidente

²⁶ No campo da Análise do Discurso, há muitos trabalhos que buscam oferecer avanços teóricos e metodologias para o tratamento analítico da imagem. Importa que existam cada vez mais contribuições no terreno da Análise do Discurso, as quais possam abrir caminhos e possibilitar aprofundamentos. No caso da materialidade imagética, acrescenta-se que, nos próprios limites que sua composição impõe à análise, moram os perigos de se entregar à tentação do deslimite interpretativo. Não se pode perder de vista que os elementos de uma materialidade significativa devem remeter a outros elementos, buscando-se, no exercício parafrástico, contrapontos que ajudem a compreender a produção de sentidos na evidência resultante do trabalho da ideologia (LAGAZZI, 2011, p. 499).

do SEBRAE), assume uma posição-sujeito (do discurso) a partir da qual suas palavras produzem efeitos de sentido diferentes do que se ele falasse de outro lugar.

Nesta tese, são escolhidas, também, para a pesquisa, as repetições, um recurso discursivo e que é considerável pela AD e pela Psicanálise (LACAN, 1998e). Pelas análises que são realizadas, é possível confirmar a riqueza que é a interpretação e realizar as análises à luz da AD e da Psicanálise lacaniana, uma vez que nos oferece meios profícuos de interpretar o sujeito do discurso, considerando as formações sociais que o particularizam.

Portanto, realizar a Análise do Discurso implica pensar o político, especialmente entender que por meio das formações discursivas, pode-se reconhecer, nas materialidades, a travessia de vários discursos nos espaços crivados pela dimensão ideológica, processa-se o condicionamento do sujeito à ideologia e ao inconsciente. Isto porque “o sujeito passa a ser concebido como aquele que desempenha diferentes papéis de acordo com as várias posições que ocupa no espaço interdiscursivo” (MUSSALIM, 2001, p. 133).

O sujeito, mesmo que represente papéis, não é completamente livre, pois é compelido pela formação discursiva também regulada por formações ideológicas, que vão definir o que ele pode dizer. Nesse sentido, sobre a seleção do *corpus* aos caminhos dos discursos do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, é preciso considerar o sujeito discursivo funcionando pelo inconsciente e pela ideologia “descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam” (ORLANDI, 1999, p. 20).

Pelo exposto, entende-se as “mudanças” discursivas sobre a mulher que se emoldou ao estereótipo da “mulher” de negócios, apresentada pelos discursos do SEBRAE e seus parceiros. Para tanto, na presente pesquisa, analisam-se as materialidades tentando-se apreender o que é ser “mulher” de negócios, na atualidade, ainda que tentando sustentar os papéis assumidos há séculos. E das inquietações aos caminhos de seleção do *corpus* de estudo, tratar-se-á inicialmente sobre a história da mulher.

Nesse sentido, as relações sociais de sexo e a divisão sexual do trabalho, segundo Hirata e Kergoat (2007), são indissociáveis porque formam um sistema que permite entender as relações sociais assimétricas, desiguais e hierarquizadas entre homens e mulheres. Apesar do incremento da participação feminina nos negócios, a dimensão estruturante inerente às relações sociais de sexo continua a

influenciar o lugar das trabalhadoras nas organizações. Nesse sentido, as relações sociais de sexo e as imagens de gênero presentes no empreendedorismo reproduzem a lógica social que impõe à força de trabalho feminina um papel secundário.

A seção, a seguir, pretende ratificar o debate já posto sobre as transformações no mundo do trabalho para a mulher – o surgimento da propriedade privada e do trabalho alienado – que possibilitaram o desenvolvimento da sociedade ao mesmo tempo em que promoveram a degradação da personalidade dos indivíduos, tendo, neste aspecto, um recorte sexual articulado ao de classe que merecem ser tratados conjuntamente.

Considera-se, pois, que as relações de poder entre homens e mulheres, homens e homens, mulheres e mulheres é uma questão estrutural e o discurso de que a mulher readquiriu os direitos cerceados ao longo da história por meio de sua entrada no mundo do trabalho do capitalismo é um contrassenso que se busca descortinar.

3 A HISTÓRIA SOBRE A MULHER E O EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA RELAÇÃO CARACTERÍSTICA ENTRE PASSADO E ATUALIDADE

É curioso como não sei dizer quem sou.
 Quer dizer, sei-o bem, mas não posso dizer.
 Sobretudo tenho medo de dizer,
 porque no momento em que tento falar
 não só não exprimo o que sinto
 como o que sinto se
 transforma lentamente no que eu digo.
 Clarice Lispector

O que há de arriscado em pensar a relação passada e atualidade sobre a mulher e o empreendedorismo é o redutível a um sentido fechado. O preço que se paga é não se limitar a enunciar o que já se sabe, mas introduzir-se a experiências outras, que desfaçam enfim os preconceitos.

Escrever sobre a história das mulheres, o “ser mulher” na sociedade capitalista é uma tarefa desafiadora porque sou mulher e porque também vivenciei com as “mulheres de negócios” alguns percursos.

As histórias que tratam sobre a visibilidade da participação das mulheres emergiram com força como um objeto definido de pesquisa. Um número significativo de publicações vem revelando o fortalecimento do interesse; cresceram as publicações, os livros, artigos em revistas especializadas, teses, dissertações e simpósios temáticos que tratam sobre o tema.

Nos trabalhos acadêmicos, inicialmente, a categoria de análise mais usada foi justamente a “mulher”. Com esta categoria, historiadores procuraram integrar, na narrativa que se fazia da história da humanidade, a presença das mulheres. Foi também buscando mostrar a diferença no interior da categoria “mulher” que passaram a utilizar a palavra “mulheres”. Do interior da categoria mulheres foi que a categoria de análise “gênero” passou a ser utilizada. A inspiração, em sua maioria, advinda do texto, muitas vezes citado, de Joan Wallach Scott: “Gênero: uma categoria útil de análise histórica”²⁷, publicado, no Brasil, em 1990.

Dessa forma, ao pensar as práticas que ensejam a divisão sexual do trabalho, dos espaços, das formas de sociabilidade, bem como a maneira como a escola, a literatura, os diferentes veículos de comunicação constituem as diferenças

²⁷ SCOTT, Joan Wallach. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 16, nº. 2, jul./dez. 1990.

reforçando e instituindo os gêneros, é imprescindível entender uma história que examina as “verdades”²⁸ sedimentadas, contribuindo para uma existência menos excludente. Do que se apreende é que o mundo das mulheres sempre foi alicerçado por uma série de negações. O lugar permitido para pronunciar discursos sobre a mulher, é quase sempre no seu lugar institucionalizado: o espaço privado.

Na dicotomia entre o público e o privado se consubstanciou a divisão sexual do trabalho: homens provedores e mulheres cuidadoras. O limitador das mulheres nos espaços públicos fora ancorado na ideologia hegemônica androcêntrica e nas desigualdades de gênero, restringindo as mulheres à “natureza”, ao cuidar e procriar. Nesse sentido, os papéis sociais aparecem como determinantes nessa relação entre público e público, lar e vida pública social, engajamentos em movimentos sociais, reprodução de um modelo de sociedade e cultura predominantemente machista suscitam interjeições sobre o papel de homens e mulheres.

Ao buscar entender estas relações, é preciso indagar sobre as práticas de poder, as redistribuições de tarefas, as peculiaridades que são definidas e os papéis sexuais na sociedade em questão. Principalmente por que as mulheres têm um papel preponderante no cuidado com os outros, mas não quer dizer que esta prática lhes seja exclusiva. Contudo, a vida familiar tal como ainda está organizada, faz delas responsáveis mais próximas pelos filhos, pelos doentes da família, pelos idosos, pela casa, pelos animais domésticos, etc. Em sociedades como a atual, no qual a maior parte das mulheres trabalha fora de casa, ela continua sem sair de casa a ser responsabilizada pela saúde e bem-estar do seu agregado.

Nesse modelo, a mulher em seu papel da maternidade, como a sua identidade principal, historicamente, faz parecer um papel como caminho de plenitude e realização da feminilidade, associado a um sentido de renúncia e sacrifícios. Entretanto, a definição do papel materno vem mudando, mesmo que a mudança não se dê sem restrições. Muitas mulheres já convivem com novos papéis quais sejam o de mãe, de mulher trabalhadora ou empreendedora, porém ainda de maneira ambígua em virtude do que consideram ser deveres maternais – dedicação à família e aos filhos em detrimento às atividades fora de casa.

²⁸ Ver em PEDRO, Joana Maria Translating the debate: the usage of gender category in the historical research. *História*, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 77-98, 2005.

É evidenciado que papéis de homens e mulheres já não mais se vinculam à identidade sexual e sim à condição humana e suas circunstâncias, abrem-se novas possibilidades para uma mulher mais consciente de seus papéis. A mulher contemporânea, por sua ascensão no mercado de trabalho e na vida intelectual, vem ampliando sua autonomia. Perrot (2007) argumenta que, se o clima intelectual muda, a maneira de escrever a história também muda.

Para Bourdieu (2003), a principal conquista dos movimentos feministas foi conseguir levantar o questionamento sobre a “dominação masculina”, entendendo-a como uma construção social e, portanto, histórica. A maior mudança está no fato de que a dominação masculina não se impõe mais com a evidência de algo que é indiscutível. A célebre frase de Simone de Beauvoir (1980, p. 9) “ninguém nasce mulher: torna-se mulher” atenta para o fato de que as mulheres são ensinadas, nas sociedades capitalistas ocidentais, desde a infância, a cumprir um papel social de submissão.

Assunto bastante controverso entre as feministas, há de se entender a possibilidade de se resistir a (ou reproduzir) alguns padrões sociais ainda que meninos e meninas, majoritariamente, aprendam o machismo dentro de casa, pois “é sem dúvida à família que cabe o papel principal na reprodução da dominação e da visão masculinas” (BOURDIEU, 2003, p. 102). O autor explica que:

A postura submissa que se impõe às mulheres [...] revela-se em alguns imperativos: sorrir, baixar os olhos, aceitar as interrupções etc. [...] as pernas que não devem ser afastadas etc. e tantas outras posturas que estão carregadas de uma significação moral (sentar de pernas abertas é vulgar, ter barriga é prova de falta de vontade etc.). Como se a feminilidade se medisse pela arte de “se fazer pequena” [...], mantendo as mulheres encerradas em uma espécie de cerco invisível, limitando o território deixado aos movimentos e aos deslocamentos de seu corpo, sobretudo em lugares públicos. Essa espécie de confinamento simbólico é praticamente assegurada por suas roupas (o que é algo mais evidente ainda em épocas mais antigas) e tem por efeito não só dissimular o corpo, chamá-lo continuamente à ordem (tendo a saia uma função semelhante à sotaina dos padres) sem precisar de nada para prescrever ou proibir explicitamente [...]: ora com algo que limita de certo modo os movimentos, como os saltos altos ou a bolsa que ocupa permanentemente as mãos, e sobretudo a saia que impede ou desencoraja alguns tipos de atividades (a corrida, algumas formas de se sentar etc.); ora só as permitindo à custa de precauções constantes, como no caso das jovens que puxam seguidamente para baixo uma saia demasiado curta, ou se esforçam por cobrir com o antebraço uma blusa excessivamente decotada, ou têm que fazer verdadeiras acrobacias para apanhar no chão um objeto mantendo as pernas fechadas.. [...] E as poses ou as posturas mais relaxadas, como o fato de se balançarem na cadeira, ou de porem os pés sobre a mesa, que são por vezes vistas nos homens – do mais alto escalão – como forma de demonstração de poder,

ou, o que dá no mesmo, de afirmação são, para sermos exatos, impensáveis para uma mulher (BOURDIEU, 2003, p. 39-40).

As representações do feminino e do masculino, ao longo da história, foram construídas paulatinamente para segregar ou reprimir um gênero em face do outro. O feminino, por não se enquadrar na perspectiva delineada pelo masculino – patriarcal, androcêntrico, falocêntrico – adquire lugar de um outro dentro da civilização. Esse lugar é habitado por um pensamento universalizante e desigual.

Pelos motivos citados, confirmam-se as lacunas, os não-ditos, que mostram como a mulher é realmente representada no contexto social. Historicamente, se mostra a mulher sempre inferiorizada, discriminada, oprimida, tirante da vida educativa e social, da sua condição de sujeito. Tal entendimento é fundamental para investigar o debate a fim de assentar a compreensão da influência do androcentrismo sobre os valores e ideias vinculados à distribuição e ao exercício de poder na sociedade.

Retomando Marx (1989):

[...] Temos que começar constatando o primeiro pressuposto de toda existência humana e, portanto, de toda história, a saber o pressuposto de que os homens precisam estar em condições de viver para ‘fazer história’. Mas para viver é preciso antes de mais nada comer, morar, vestir, e ainda algumas coisas mais, o primeiro ato histórico é, portanto, engendrar os meios para satisfação dessas necessidades, produzir a vida material para a mesma, e isto é um ato histórico, uma condição básica de toda a história que ainda hoje, como há milênios, precisa ser preenchida a cada dia e a cada hora, tão somente para manter os homens vivos. [...] Em segundo lugar, a primeira necessidade satisfeita, a ação da satisfação e o instrumento da satisfação adquirida levam a novas necessidades – e esse engendramento de novas necessidades é o primeiro ato histórico [...] A terceira circunstância, o que já de antemão entra no desenvolvimento histórico, é a de que os seres humanos que renovam sua própria vida diariamente começam a fazer outros seres humanos, isto é, a reproduzirem a relação entre homem e mulher, pais e filhos, a família [...] (MARX, 1989, p. 30-40).

A propriedade privada promove a opressão da mulher pelo homem. Uma mulher que nasceu para exercer seu papel de mãe e esposa, atuando no lar. Ademais, a evolução da família e sua relação de subordinação relacionada às transformações complexas sucedidas no mundo da produção, destinando às mulheres posições de subordinação ainda mais forte. Daí porque para aclarar a opressão das mulheres é preciso revelar o poder dos discursos.

Desta forma, é necessário analisar a complementariedade que se estabelece entre patriarcado e capitalismo. Se as mulheres não são um todo homogêneo (e não são), tampouco o é a classe social. E é nesse sentido que o método materialista histórico demonstra sua atualidade no que concerne ao estudo da opressão/exploração das mulheres, especialmente a partir da consolidação do modo de produção capitalista.

O que importa, para fins da análise da questão da mulher sob uma perspectiva marxista, é entendê-la a partir das diferentes opressões/explorações que a constituem. No capitalismo, elas são transformadas em objetos de consumo, mercantilizadas; adentra-se o processo de produção e reprodução da vida social de maneira precarizada. O capitalismo marca a diferença de classe na opressão patriarcal. Se hoje se vivencia uma crescente visibilidade da luta feminista e dos mecanismos de combate à violência contra mulher, o acesso a eles ainda depende muito da condição de raça e classe que se encontra.

Da história e da memória sobre as mulheres nesta sociedade, capta-se que estiveram subordinadas às condições do pai ou do marido, presa a cultura patriarcal e destinada ao contexto familiar²⁹. As representações da mulher são incrementos de imagens armazenadas no interdiscurso, e essas imagens da memória discursiva vão refletir nas representações atuais. Ao analisar os dispositivos legais do Código Civil de 1916, que determinavam que, ao casar, a mulher perdia sua plena capacidade, tornando-se relativamente capaz, ao lado dos índios, dos pródigos e dos menores, recorta-se o artigo sexto, inciso II do Código Civil Brasileiro (CCB) que reforça que as mulheres:

Art. 6º - São incapazes, relativamente a certos actos, ou à maneira de os exercer: (...)
 II. As mulheres casadas, enquanto subsistir a sociedade conjugal.
 (...) Art. 242 – A mulher não pode, sem autorização do marido: VII. Exercer profissão (Código Civil Brasileiro, 1916).

²⁹ Na maioria das sociedades, o casamento é mediado por uma série de transações. A dinâmica varia em função disso, assim como o tipo particular de pressão que se exerce sobre as mulheres (GOODY, Jack e TAMBIAH, S.J. *Bridewealth and Dowry*. Cambridge, Inglaterra, Cambridge University Press, 1973, p. 2). As implicações estruturais do casamento só podem ser entendidas se as pensamos como um item em toda uma série de transações entre grupos de parentes. Mas não pretendemos aqui aprofundar esse debate mas lembrar que a reciprocidade dos deveres de parentesco não são meros símbolos de aliança, são também transações econômicas, transações políticas, cartas de direito de domicílio e uso da terra. Não se pode fazer nenhuma descrição útil de “como funciona um sistema de parentesco” a menos se levem em conta, ao mesmo tempo, esses muitos aspectos ou implicações da organização do parentesco (LEACH, Edmund. *Rethinking Anthropology*. New York, Humanities Press, 1971, p. 90). Ver em Rubin (1993), O tráfico de mulheres: notas sobre a “Economia Política” do Sexo.

Assim sendo, a mulher casada é considerada relativamente incapaz. O Capítulo II se intitulava Dos Direitos e Deveres do Marido e, como consequência, no Art. 242, por exemplo, a necessidade de autorização do marido para poder trabalhar fora do ambiente doméstico. De fato, o Código Civil de 1916 revela o pensamento patriarcal e machista. A ideia de dependência e submissão predominava, fazendo com que as mulheres não pudessem agir com autonomia.

No Capítulo III, que tratava dos Direitos e Deveres da Mulher, o artigo 242, consoante alteração pelo Decreto do Poder Legislativo nº. 3.725, de 1919, afirmava que mulher não poderia, sem autorização do marido, exercer profissão. Apesar de não poder ser livre para exercer profissão, caso viesse a fazer, a mulher teria o direito de praticar todos os atos inerentes ao seu exercício e à sua defesa, bem como a dispor livremente do produto de seu trabalho.

O enxerto informa, expressamente, uma chefia para a instituição familiar, sendo tal poder de direção exercido pelo homem, que é o representante da família, quem administra os bens, elege o domicílio e, inclusive, detém o poder de autorizar ou não o exercício de profissão pela mulher. Delegada também ao homem a obrigação de sustentar a família. À mulher foi reservada a função de auxiliar do marido. O fundamento para a sujeição da mulher ao marido se baseava na ideia de que existe uma tendência natural, inata, que decorre da simples condição de nascer mulher.

Dessas análises, entende-se como é ressignificado um modelo privado de organização vigente desde as sociedades primitivas (daí porque circula uma memória que remonta a um sistema patriarcal que surge na base da organização social), em que a família se encontra marcada pela submissão: o homem ocupava a função de chefe, e todos os demais integrantes se mantinham unidos motivados pela satisfação de suas necessidades de alimentação e segurança, tarefas conferidas ao chefe da família. Tal foi a importância do surgimento desta organização familiar e da divisão de tarefas ali produzidas que Arendt (2014, p. 35-36) chega a atribuir o surgimento da cidade-Estado e do domínio público ao surgimento da família e do lar, que teria lhe servido de modelo.

Historicamente, a sociedade brasileira traz marcas do patriarcado e conservadorismo. Em 1916, por exemplo, a sociedade brasileira era conservadora e

patriarcal, com atenções voltadas aos homens³⁰, uma vez que só eles podiam estudar, trabalhar, tomar suas decisões de modo independente, gerir suas finanças e ter o controle da vida familiar, além de votar em seus representantes com a Proclamação da República.

Lênin (1979) diz que o ano de 1916 inaugura um período de luta para a valorização, transformando o espaço central e periférico em campo de batalhas imperialistas em nome do lucro e da violência. Na verdade, evidencia-se aquilo que Rosa Luxemburgo (1985) denominou de política do imperialismo baseada na expropriação e na reinvenção de modos passado de dominação, em que a violência, as finanças e a economia de guerra seriam atributos indissociáveis de tal estágio capitalista.

O capitalismo industrial, no século XIX, reforça a alienação técnica no desenvolvimento. Em *O Capital* ao tratar sobre a estruturação do capitalismo no século XIX, Marx dirige atenção ao prolongamento da jornada de trabalho – a mais-valia absoluta, por ser o começo para a luta de classes entre burguesia e proletariado e a consolidação da superestrutura jurídico-política. O Estado e o direito “força[m] o amadurecimento dos elementos materiais necessários a transformação do sistema manufatureiro em fabril” (MARX, 2008, p. 541).

No século XIX também surgem as manifestações contra a discriminação feminina e a luta pelo direito ao voto, embora dando ao homem a responsabilidade de manter a mulher dependente e sob seu domínio. Ao final do século XIX, as mulheres eram educadas para permanecer no recinto do lar. As freiras participavam de atividades no campo da educação, da saúde e assistência social, comuns na sociedade. No entanto, o objetivo era o desenvolvimento de trabalhos manuais e o envolvimento com a organização da casa e os cuidados com o marido, ou seja, que a mulher fosse como ilustra o ditado português: “uma mulher já é bastante instruída quando lê corretamente suas orações e sabe escrever a receita da goiabada”.

“Mais do que isto seria um perigo para o lar” (CRAVO, 1973, p. 11). Todavia, valores e discursos vão se alterando, no século XIX, sobre as mulheres, permeados

³⁰ Os homens, como guardiães das mulheres e da família. O confinamento doméstico das mulheres e sua subordinação geral em outras esferas sociais eram consequências de sua centralidade reprodutiva. Ver Stolke (2006), em *Estudos Feministas*, Florianópolis, 14(1):15-42, janeiro-abril/2006, p. 39. O enigma das interseções: classe, “raça”, sexo, sexualidade. A formação dos impérios transatlânticos do século XVI ao XIX.

pelo direito, a igualdade e a busca da emancipação política, principalmente com o feminismo, cujo maior destaque será no século XX³¹.

A partir do século XX, devido a mobilizações, movimentos, estudos e a participação da mulher nos sindicatos, escolas, universidades e associações, a luta das mulheres contra a discriminação, violência e preconceito se tornam cada vez mais visível. A história de vida das mulheres se torna pública, mesmo que o modelo econômico, com todas as transformações ocorridas na condição feminina, leve à exclusão social de muitas mulheres que não são capazes de decidir sobre suas próprias vidas. Para Priore (2006), “as trabalhadoras pobres – operárias, costureiras, floristas, garçonetes – começaram a ser observadas nas ruas da cidade ao lado das mais ricas por memorialistas, viajantes, literatos, jornalistas e médicos” (DEL PRIORE, 2006, p. 586).

Por tudo isso, verdades sobre as mulheres são construídas e circulam com muita força sendo, portanto, naturalizadas e, sobretudo, indiscutíveis. Ideias como frutos da sociedade, inclusive na brasileira, a exemplo do que está posto no art. 4º do Código Civil Brasileiro de 1916, sobre a incapacidade relativa da mulher para realizar atos jurídicos em seu cotidiano. Pela história ocidental também a maternidade vem sendo designada como um valor social inseparável à condição da identidade feminina (PRIORE, 2007; SWAIN, 2007).

A memória em torno do lugar que ocupam os cônjuges na estrutura familiar, com base nos referidos diplomas normativos, se apresenta de forma dinâmica e complexa, deslocando-se no período histórico e forjando várias (re)configurações sobre o tema, já que os referidos lugares remetem, por um efeito da memória sobre a atualidade, a laços até então existentes na vida social.

Concordando com as palavras de Nicholson (1999)³²,

Sugiro que os entendamos em termos diferentes, mais complexos, do que tendemos a fazer, particularmente que sejamos mais atentas a historicidade dos padrões que revelamos. Enquanto procuramos o que é socialmente compartilhado, precisamos ao mesmo tempo procurar os lugares onde esses padrões falham. Meu argumento, portanto, sugere a substituição de propostas sobre mulheres como tais, ou até sobre mulheres nas "sociedades patriarcais", por propostas sobre mulheres em contextos específicos (NICHOLSON, 1999, p. 26).

³¹ Ver em NICHOLSON, L. *Interpreting Gender*. Cornell University Press. 1999.

³² A autora reforça que reivindicação das especificidades é sempre relativa. Como tal, nenhuma reivindicação de especificidade pode ser interpretada em termos absolutos, mas apenas como uma recomendação para uma atitude mais decidida nessa direção.

São muitos os desafios que estão colocados à questão acima. Por isso, Linda Nicholson (1999) destaca a crítica ao essencialismo e a necessidade do pluralismo e da diversidade. A mesma autora aponta a importância de manter uma análise histórica da situação da opressão, porque o sexismo existe e as relações de poder entre mulheres e homens não se reduzem a um aspecto da vida social. Por certo que será importante não rejeitar novos discursos que desestabilizam o “sujeito” unitário mulher, mas sim perceber como essas possibilidades teóricas podem ser desafiadoras e libertadoras, mas ao mesmo tempo não esquecer que em determinados momentos é necessário voltar ao “sujeito” para reivindicar direitos e igualdade.

Sobre todas essas questões, em *A Origem da família, da propriedade privada e do Estado* (1844), publicado após a morte de Marx³³, aponta que a condição social da mulher atinge conotação diferente diante da instauração da propriedade privada dos meios de produção. Trata-se de uma obra marxista que reconhece a característica da opressão vivenciada pelas mulheres. Engels mostra as bases objetivas da opressão da mulher que, para ele, se deu, no processo de formação das civilizações, com a propriedade privada e família monogâmica. Assim sendo, esse processo é descrito por Engels, na obra, na qual no prefácio de 1891, escreveu que:

[...] não se podia contar a descendência senão por linha feminina [...], essa situação primitiva das mães, como únicos genitores certos de seus filhos, lhes assegurou, [...] a posição social mais elevada que tiveram (ENGELS, 1984, p. 10).

Em se tratando de estereótipos de gênero, as crenças são fundamentadas no papel da mulher em cuidar dos outros. Assim, a maternidade é constituinte da mulher e de sua subjetividade, especialmente ao longo da história ocidental. A maternidade vem sendo tratada por muitos autores como um valor social indissociável à condição da identidade da mulher (PRIORE, 2007; SWAIN, 2007).

Ainda em relação à condição das mulheres,

³³ O materialismo histórico marxista (com o qual *A origem da família* faz relação) foi um dos pilares de Pêcheux, daí porque são trazidas as contribuições de Engels para o trabalho por se fazer coerente.

No olhar de Freud, portanto, o lugar privilegiado atribuído aos homens/masculino – construtores do processo civilizatório – em detrimento do atribuído às mulheres/feminino – que pouco contribuíram para esse processo – parece atravessar toda a sua obra. Ao mesmo tempo, porém, que se posicionava diante da diferença sexual a partir desse olhar, Freud se queixava de seu não-saber sobre a alma feminina – O que quer uma mulher?, “continente obscuro” – e lançava para a ciência e os poetas o desafio de irem mais além do que ele fora, na investigação sobre a feminilidade³⁴ (LIMA, 2001, p. 45).

Todas essas afirmativas supracitadas encontram-se na prescrição patriarcal, que presume a maternidade como uma experiência indispensável ao sentimento de completude das mulheres (NARVAZ; KOLLER, 2006). Ademais, o discurso patriarcal fixa sentidos e faz silenciar a mulher na medida em que impede o desacordo desses sentidos. Para Orlandi (1989), nas sociedades há vozes que se representam em lugares de legitimação e tornam-se gerais (consenso), são as vozes das autoridades, que, assim, administram a produção dos sentidos.

A partir dos estudos, entende-se que as largas concepções teóricas sobre a maternidade são plurifacetadas e com implicações na vida das mulheres. Historicamente, “(...) a mulher viu-se degradada, convertida em servidora, em escrava da luxúria do homem, em simples instrumento de reprodução” (ENGELS, 1844, p. 15).

Acrescenta Engels (2010):

Em sua origem, a palavra *família* não significa o ideal – mistura de sentimentalismo e dimensões domésticas – do filisteu de nossa época; – a princípio, entre os romanos, não se aplicava sequer ao par de cônjuges e aos filhos, mas somente aos escravos. *Famulus* quer dizer escravo doméstico e *família* é o conjunto dos escravos pertencentes a um mesmo homem. Nos tempos de Gaio, a família “*id est patrimonium*” (isto é, herança) era transmitida por testamento. A expressão foi inventada pelos romanos para designar um novo organismo social, cujo chefe mantinha sob seu poder a mulher, os filhos e certo número de escravos, com o pátrio poder romano e o direito de vida e morte sobre todos eles. “A palavra não é, pois, mais antiga que o férreo sistema familiar das tribos latinas, que nasceu ao introduzirem-se a agricultura e a escravidão legal, depois da cisão entre os gregos e latinos arianos”. E Marx acrescenta: “A família moderna (...) encerra, *em miniatura*, todos os antagonismos que se desenvolvem, mais adiante, na sociedade e em seu Estado” (ENGELS, 2010, p. 78 – itálicos do autor).

³⁴ O feminino na psicanálise. Maceió: EDUFAL, 2001.

De fato, a família passa a ser o destino “ideal” e as mulheres devendo ansiar o matrimônio, formando uma monogamia feminina. Sobre o papel de gênero sempre atribuído à mulher, Mitchell (1971) afirma que:

A situação das mulheres é diferente da de outros grupos sociais oprimidos: elas são a metade da humanidade [...] à mulher é oferecido um mundo próprio: a família. Exploradas no trabalho, relegadas à casa: estas duas posições compõem sua opressão (MITCHELL, 1971, p. 99).

O exposto faz pensar, nesse estudo, sobre a imprudência do sofrimento feminino dentre mulheres que empreendem negócios, que a partir dos fundamentos históricos e políticos, especialmente sobre a sexualidade feminina pretende-se esclarecer. Nessa acepção, o que se aponta é que à mulher se destinam restos nocivos por meio do legado que a esta cabe as atribuições domésticas e mais que isso:

[...] aos homens da classe dominante as atividades fundamentais para a reprodução da sociedade, acima de tudo a exploração do trabalhador. A economia, o Direito, a política, a religião, a guerra, o comércio, as artes, a filosofia, a ciência, a exploração e conquista de novos territórios, etc., surgem já como atividades masculinas. A vida dos indivíduos masculinos está, na nova sociedade, diretamente articulada aos destinos coletivos; todas as “grandes questões sociais”, tudo que diz respeito ao destino da classe, à história do período, estará a cargo dos indivíduos masculinos; serão, agora, tarefas que cabem “aos homens”. As questões que dizem respeito à totalidade da sociedade, ao destino comum, etc., serão masculinas, – as mulheres estarão delas excluídas (LESSA, 2012, p. 27-28).

Da citação, vê-se que o poder masculino vai se coagulando e constituindo formações discursivas que determinam o lugar e os papéis para a mulher nas formações sociais. E a mulher, sob o engano de liberdade, e inábil em perceber sua subordinação ao outro, reinscreve em seu discurso os elementos do interdiscurso (outro), ao já-dito antes e desaparecido pelo efeito ideológico (evidências de sujeito e de sentido). As relações familiares, como práticas reguladas por rituais ideológicos, pressupõem espaços enunciativos pré-determinados, dos quais a produção do discurso é dependente: há o discurso do dominante (do homem, nas sociedades patriarcais, como a nossa) e o discurso do dominado (da mulher).

Conforme abordado por Lessa (2012), são relações de poder: dominação *versus* submissão. Com isso, as mulheres sempre desempenharam um papel de

cuidado³⁵, e quando ingressam no mercado de trabalho, os cargos ocupados também se vinculam “ao cuidar”, e,

(...) isso é explicado pelo fato de o “cuidado” ser considerado um atributo tipicamente feminino, adquirido na esfera doméstica, ou seja, os saberes são aprendidos na socialização da mulher. Desse modo [...] as mulheres aparecem como mais propensas a certas profissões por serem consideradas “naturalmente” qualificadas para elas (FREITAS apud LOPES, 2007, p. 55).

A mulher contemporânea, ao mesmo tempo em que é dona de casa, é também estudante e profissional realizando ainda tarefas no meio social. Dessa forma, ao se incluírem no mercado de trabalho, apesar de ser, ainda, de modo desigual ao homem, pois, continua existindo preconceito e discriminação, as mulheres têm mais uma forma de direito adquirida. Para Freitas (2007, p. 20) “embora se verifique uma maior valorização de certas carreiras femininas, as mulheres ainda ocupam maior parte dos postos mais instáveis e de remuneração mais baixa, evidenciando a permanência das igualdades das relações sociais entre os sexos”.

A mulher, mais especificamente, o papel social que lhe foi atribuído, sempre mereceu questionamentos ao longo do tempo, visto que, pautado numa sociedade que sempre privilegiou o masculino, sofreu e ainda sofre distorções. No discurso capitalista, a mulher é naturalmente afeita à esfera doméstica, mas a coloca, também, como circunscrita a uma atividade de trabalho que é também a extensão da vida doméstica. Dito de um outro modo, uma forma rudimentar e latente de divisão do trabalho se deu no âmbito da família, “onde a mulher e os filhos são escravos do homem”, constituindo-se em uma primeira forma de propriedade, entendida como “a livre disposição da força de trabalho de outrem” (MARX e ENGELS, 1998, p. 27).

Engels (2002, p. 156) complementa que “o providenciar a alimentação fora sempre assunto do homem; e os instrumentos necessários para isso eram

³⁵ Na discussão sobre as possibilidades de escolha em relação à vida em geral, torna-se fundamental resgatar o conceito de “cuidado”, definido por Clara Araujo; Ceci Scalón (2005), como a provisão diária de atenção social, física, psíquica e emocional às pessoas. As autoras revelam de que maneira o cuidado é tradicionalmente associado às mulheres e permaneceu durante muito tempo pouco visível nos estudos de gênero. A noção de cuidado, socialmente construída e “naturalizada” como atributo feminino, onera as mulheres, afetando particularmente suas vidas. A incorporação, portanto, deste conceito é fundamental para se resgatarmos aspectos importantes das relações sociais cotidianas, para além de atividades mecânicas, tarefas, afazeres domésticos. Ver em ARAÚJO, Clara ; SCALON, Ceci. Gênero, família e trabalho no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. 304p.

produzidos por ele e de sua propriedade ficavam”. Sendo assim, “o trabalho doméstico da mulher perdia agora sua importância, comparado com o trabalho produtivo do homem; este trabalho passou a ser tudo; aquele, uma insignificante contribuição” (ENGELS, 2002, p. 157). Ou seja, a mulher estava excluída do trabalho produtivo social, e voltada ao trabalho no ambiente privado.

Dentre as diversas contribuições, o marxismo proporcionou uma base materialista-científica, expondo as raízes da opressão e exploração da mulher, sua relação com um sistema de produção baseado na propriedade privada e com uma sociedade dividida entre uma classe possuidora de riquezas e outra produtora de riquezas. O marxismo explicou, pois, o papel da família na sociedade de classes como um contrato econômico, e sua função primordial na perpetuação do capitalismo e da opressão da mulher. Mais que isso: apontou o caminho para a liberação da mulher.

O marxismo também explicou como a abolição da propriedade privada proporcionará as bases materiais para transferir à sociedade todas as responsabilidades sociais que hoje recaem sobre a família individual. E, assim, livres dessas cargas, as mulheres poderão romper com a servidão doméstica e cultivar plenamente suas capacidades como membros criativos e produtivos da sociedade, e não só como reprodutivos. Então, discutir o lugar da mulher nos estudos em AD com a filiação do materialismo histórico implica estudar a relação entre os processos de subjetivação e as práticas de resistência que surgem nas/das contradições internas à dominação ideológica.

O trabalho político-científico da teoria materialista do discurso ou da Análise do Discurso, politicamente coerente com o marxismo revolucionário, consiste em lutar por deslocar sujeitos rumo à transformação das relações de produção, ou seja, para “transformar o mundo”. Com as formulações e demonstrações político-teóricas aqui brevemente apresentadas, esperamos ter confirmado que este também era o lugar político-teórico de Pêcheux.

Esse é, pois, o escopo da presente seção de estudo que buscou recuperar o entendimento acerca do mundo do trabalho e a produção de sentidos, considerando a história e a memória sobre as mulheres numa relação constitutiva entre passado e atualidade, a partir do empreendedorismo feminino.

Considera-se ser esta uma forma de participar do esforço teórico e político para dar visibilidade às mulheres e aos seus dizeres, por considerar as relações

assimétricas de gênero e a luta política das mulheres para conquistar um espaço de dizer no discurso e na história.

3.1 Trilhos Teóricos em Empreendedorismo

Nesta subseção tratar-se-á do referencial teórico em empreendedorismo, visando fundamentar as análises da presente tese, especialmente porque o termo, de acordo com Morris et al. (1998), vem sendo objeto de estudos há pelo menos 200 anos e, embora tendo sido estudado por diferentes abordagens, até o momento, falta consenso para defini-lo.

Os estudos ampliam a discussão sobre a expressão e seus elementos de saber do discurso representado nos depoimentos ou histórias de empreendedorismo das mulheres de negócios, destacada no capitalismo, sobretudo, no SEBRAE, como sendo um dos fatores indispensáveis para o desenvolvimento da economia, uma vez que o empreendedorismo é difundido como responsável por discernir oportunidades de negócios. Com a presente pesquisa, que não tem um término em si mesma, entende-se que seus achados trazem contribuições relevantes no que toca as análises das materialidades discursivas expostas nessa tese.

Para Dornelas (2005), Richard Cantillon foi “um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assume riscos –, do capitalista – aquele que fornecia o capital” (DORNELAS, 2005, p. 30). Isto porque, Cantillon incorporava empreendedores a pessoas que corriam risco, pois eles compravam a matéria-prima por um determinado valor e a modificavam em um produto final sem saber por qual preço seria vendido (FILION, 1999). Mais que isso, como iniciador dos estudos em empreendedorismo, o autor preocupou-se com os riscos e incertezas do processo de acumulação de riquezas, tratando da função socioeconômica do empreendedor, destacando que empreender remetia a incerteza, em particular, quanto ao lucro (PAIVA, 2004).

Para o economista francês Jean-Baptiste Say (1816), o empreendedor é mais voltado aos negócios, responsável por reunir os fatores de produção, estipular o valor dos salários, juros pagos, aluguel e lucros que lhe pertencem (CIELO, 2001). Sobre a produção que cria a sua demanda³⁶, Say (1983) expõe a ocupação

³⁶ A exemplo do toyotismo, de acordo com Antunes (2001) confirmam-se: 1) produção muito vinculada à demanda; 2) demanda variada e muito heterogênea; 3) o trabalho operário em equipe,

empresarial, tratando sobre os agentes produtivos que conciliam os fatores de produção com os esforços voltados para o gerenciamento e para os riscos alusivos ao empreendimento.

O termo, porquanto, traduzido para o inglês como *intrepreneurship*, aludindo ao século XV, foi usado para referir-se aos negócios. “Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção” (SEBRAE, 2007, p. 6). Mesmo o empreendedorismo sendo conhecido como um conceito antigo, que assumiu diversos sentidos ao longo do tempo, numerosos estudos sobre empreendedorismo defendem que a origem do termo ocorreu na Idade Média, quando o empreendedor era conhecido como aquele que participava ou também podia ser responsável pela produção.

No início do século XVII, empreender destinava-se àquele que geria ou era responsável por uma operação militar. Guimarães (2002) acrescenta que, até o século XVIII, a expressão *entrepreneur* era utilizada referente a pessoas encarregadas de liderar expedições militares (TOMECKO, 1992), dedicando esforço e empenho. Mariano e Mayer (2011) complementam que, imediatamente, no século XVIII, os papéis de capitalistas e empreendedores foram sendo díspares. Nos séculos XIX e XX, o termo empreendedor passou a se confundir com o de gerentes e administradores, e passou a estar diretamente associado com a inovação e aliado à percepção de oportunidades. Nesse sentido, o conceito de empreendedorismo foi sendo revisado, incluindo fatores ligados à pessoa e não a sua ocupação.

Outrossim, a palavra empreendedorismo, ainda no início do século XX, foi utilizada pelo economista austríaco Joseph Schumpeter (1950), de forma resumida, como sendo uma pessoa com criatividade e com capacidade de fazer sucesso com inovações. Schumpeter, considerado um dos autores modernos de maior expressão dentro da teoria do empreendedorismo, redefiniu o papel do empreendedor e introduziu a função de criar mudanças na alocação de recursos como própria do sujeito (DEAMER; EARLE, 2004), gerando o sentido do empreendedorismo a partir dos alicerces estabelecidos pela obra de Say (FILION, 1999). Segundo Schumpeter, empreendedor refere-se àquele que combina capital e trabalho como elementos de

com multivariabilidade de funções; 4) tem como princípio o *just in time*, o melhor aproveitamento possível do tempo de produção, uso de senhas de comando para reposição de peças de estoques (que no toyotismo deve ser mínimo) (Antunes, 2001).

produção articulados que, por sua vez, antecipa a duradoura criação de produtos e serviços e a organiza. Na concepção schumpeteriana:

(...) Entendemos por “desenvolvimento”, portanto, apenas as mudanças da vida econômica que não lhe forem impostas, mas que surjam de dentro, por sua própria iniciativa. Se se concluir que não há tais mudanças emergindo na própria esfera econômica, e que o fenômeno que chamamos de desenvolvimento econômico é na prática baseado no fato de que os dados mudam e que a economia se adapta continuamente a eles, então diríamos que não há nenhum desenvolvimento econômico. Pretenderíamos com isso dizer que o desenvolvimento econômico não é um fenômeno a ser explicado economicamente, mas que a economia, em si mesma sem desenvolvimento, é arrastada pelas mudanças do mundo à sua volta, e que as causas e, portanto, as explicações do desenvolvimento devem ser procuradas fora do grupo de fatos que são descritos pela teoria econômica. (...) O desenvolvimento, no sentido em que o tomamos, é um fenômeno distinto, inteiramente estranho ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente (SCHUMPETER, 1982, p. 47).

Da citação, interpreta-se que Schumpeter trata o desenvolvimento como sendo a realização de novas combinações produtivas descontínuas. O próprio autor confirma que um empreendimento é “a realização de combinações novas”, e julga os empresários como “indivíduos cujas funções é realizá-las” (SCHUMPETER, 1982, p. 54).

Ainda assim, pelo presente exposto, estudiosos afirmam que não existe consenso sobre uma definição assente sobre as características do empreendedorismo, consideram Marco Polo como o mais antigo empreendedor, haja vista ter se caracterizado como um aventureiro pioneiro, correndo riscos físicos e emocionais (CARDOZO; BARBOSA, 2005). O SEBRAE (2007) publicou que Marco Polo tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente, assumindo o papel de empreendedor, pois assinava um contrato como uma pessoa de recursos, no qual o capitalista investia e corria riscos pacificamente.

À vista disso, no final do século XX, o conceito de economia empreendedora consegue força associado às determinações da chamada Era do Conhecimento, criando uma valorização do profissional criativo, inovador e capaz de trabalhar para si mesmo. Dornelas (2008) dedica-se a reforçar que o empreendedorismo é considerado o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.

O SEBRAE (2007) complementa, pois, que no empreendedorismo há a possibilidade de realização pessoal ao unir prazer e trabalho (uma captura da subjetividade), além de promover nas pessoas a vontade de criar algo novo. De acordo com Hitt, Ireland, Hoskisson (2008), a essência do empreendedorismo é, portanto, reconhecer e explorar as oportunidades empreendedoras que os outros não viram ou não reconheceram seu potencial comercial. Ademais, riscos e criação de riqueza são exemplos desses fatores, acrescentam Hisrich e Peters (2004). Para estes:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

O SEBRAE tomando as palavras dos autores, “adiciona” que o empreendedorismo é:

Um processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal (SEBRAE, 2007, p. 15).

Em sendo um processo, difunde-se o empreendedorismo relacionando-o à satisfação das necessidades e à disposição para enfrentamento das crises, analisando, para tanto, oportunidades em criatividade e inovação.

Além do exposto, dentre os teóricos que ofereceram suas contribuições para a concepção do fenômeno do empreendedorismo, tão discutido e estimulado nos últimos anos, também estão Adam Smith e Alfred Marshall. Considerado teórico do liberalismo econômico, o economista e filósofo Adam Smith (1904)³⁷ asseverava que a riqueza das nações era o resultado da atividade de empreendedores individuais que, pelo interesse particular, poderiam possibilitar crescimento econômico. Smith sugeriu um modelo de mercado que modificasse o interesse individual em interesse social, sem a intervenção do Estado (MATTOS, 2005).

Já para o economista inglês Marshall, o empreendedor é uma pessoa que se aventura e assume riscos. Conforme Parsons (1931a, p. 123-124), o sistema era

³⁷ SMITH, Adam. (1904). “An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations”. *Library of Economics and Liberty*, London: Methuen & Co. Ltd. <http://www.econlib.org/library/Smith/smWN.html>.

“[...] caracterizado pela predominância de firmas concorrentes relativamente pequenas, cada uma sob a liderança de um homem de negócios empreendedor e inventivo que, assumindo o risco, faz experiências com várias combinações de fatores produtivos”. Ademais, as relações de trabalho eram assalariadas, nas quais “[...] o planejamento e organização dos negócios, sua administração e riscos são assumidos por um conjunto de pessoas, enquanto o trabalho manual requerido é feito por trabalhadores contratados [*hired labour*]” (MARSHALL, [1920] 1982, p. 617). Nesse sentido, o autor defendia que para uma sociedade melhor, os trabalhadores seriam, portanto, educados, podendo ganhar atrativos salários, e aos capitalistas restaria a felicidade em empregá-los.

Essas defesas, por conseguinte, vão esculpindo estratégias para a garantia da hegemonia de classe, inscrevendo-se no movimento mais geral da dinâmica do capital. Isto significa considerar que o capital é resultante de um longo processo histórico. A condição de existência do capital é o trabalho assalariado. Com isso, a crise é a expressão do caráter contraditório que é assumido pela acumulação do capital. De fato, em todo sistema amparado sobre a existência de classes sociais, surgem contradições entre a apropriação econômica da sociedade feita por uma classe e a necessidade de continuar a reprodução social desse sistema do capital.

Dentre as inúmeras iniciativas que são implementadas para responder às expressões da crise capitalista³⁸, em face da subordinação do trabalho ao capital submetendo as necessidades humanas às necessidades de reprodução do capital. Mais que isso, a pesquisa e a educação em empreendedorismo se apresentam como uma tônica central, que indica o debate sobre a crise de acumulação e seu enfrentamento. Mais que isso, vai desenvolvendo possibilidades para que estratégias assim viabilizem o aumento da produtividade do capital, se constituindo em alternativa ao desemprego crescente no capitalismo contemporâneo (SOUZA, 2009).

Com essa aceção, o conceito de empreendedorismo vem sendo propagado entre trabalhadores, ajustando-se às novas condições do capitalismo, a exemplo do

³⁸ Numa forma revolucionária de conhecer o mundo, Marx explica a lógica interna da sociedade capitalista: a dinâmica da exploração da classe trabalhadora como ponto a partir do qual é produzida a riqueza, a acumulação de capital e as crises econômicas. Para Marx (2004a, p. 188) “as crises são sempre apenas soluções momentâneas violentas das contradições existentes, irrupções violentas que restabelecem momentaneamente o equilíbrio perturbado”.

programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*³⁹, que trata o empreendedorismo como sendo “qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (GEM, 2012, p. 19).

Para o GEM⁴⁰:

A análise do empreendedorismo que é feita no GEM adota uma visão processual considerando as diversas etapas que caracterizam o fenômeno. Este processo [...] engloba quatro momentos: (i) a intenção dos indivíduos em iniciar um negócio; (ii) a criação do empreendimento; (iii) seu desenvolvimento considerando dois estágios, nascentes e novos; (iv) culminando com a etapa em que o empreendimento é considerado estabelecido. Ademais, são analisados aspectos contextuais do processo empreendedor em que são relevantes as características sociodemográficas dos indivíduos, o ambiente institucional da sociedade em termos econômicos, políticos, sociais e de desenvolvimento, e, por fim, a postura da sociedade em relação ao empreendedorismo enquanto atividade socialmente valorizada em termos de ocupação e geração de renda (GEM, 2017, p. 17).

Assume-se, por esses ângulos, que qualquer pessoa (intuitivamente) pode ser empreendedora, independente do seu grau de ensino ou de sua condição econômica. Isto porque empreendedores são formados, principalmente, a partir de suas experiências educacionais, familiares, profissionais, dentre tantas outras. Enfermeiras, secretárias, mecânicos, donas de casa, gerentes podem ser empreendedores, uma vez que, para ser empreendedor, não é necessário ter características específicas de gênero, raça ou nacionalidade (HISRICH e PETERS, 2004).

Com isso, cada vez mais, os diversos estudos em empreendedorismo indicam as numerosas interpelações a partir de livros, revistas, jornais como mídias de negócios. Martelli (2006) afirma que entre a literatura e o mundo dos negócios há uma “parceria de sucesso”, o que acaba sendo custoso distinguir textos de outros meios de autoajuda daqueles que se declaram aos negócios (MARTELLI, 2006).

Carvalho e Bezerra (2007) ratificam que não é difícil entender a associação da mercantilização das ideias, práticas ditas “modernas” em gestão e a existência de

³⁹ A pesquisa GEM iniciou-se em 1999, fruto de uma parceria entre a *Babson College* e a *London Business School* e, atualmente, é considerada a mais abrangente pesquisa anual sobre atividade empreendedora no mundo, que explora o papel do empreendedorismo no desenvolvimento social e econômico.

⁴⁰ O Brasil participa deste esforço desde 2000. A pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (GEM, 2015, p. 7).

muitos leitores menos críticos a respeito das novas e contínuas informações que absorvem sobre o tema empreendedorismo. Consoante Siqueira e Freitas (2006, p. 3), as estratégias adotadas defendem que:

Reportagens, entrevistas, depoimentos e propagandas (...) evidenciam e propagam regularmente o processo contínuo da empresa individualizada, em que cabe a cada um a busca pelo seu próprio sucesso, pela sua empregabilidade e pela sua carreira. E a revista especializada em negócios se coloca como um relevante intermediário a seus leitores para o alcance dos objetivos referentes à dimensão profissional de suas vidas. Por meio das mais recentes tecnologias gerenciais, do modo como se comportar em uma entrevista, das histórias de vida de executivos de sucesso, de como se tornar um líder em poucas lições, de como melhorar em sua carreira, e, como ter sucesso, de como a dedicação é importante para o sucesso profissional, mesmo com custos nunca totalmente evidenciados, delinea-se um estilo de vida altamente competitivo e individualista (SIQUEIRA; FREITAS, 2006, p. 3).

Nessa lógica, a temática do empreendedorismo vai fazendo parte do contexto das transformações, incertezas e novas exigências no “mundo do trabalho”. A exemplo disso, nas instituições consideradas de fomento ao desenvolvimento de negócios e educação empreendedora, a exemplo do SEBRAE, essa disseminação assenta-se na valorização de “receitas prontas”, propostas pelo mercado de “soluções” à pessoa que “quer ser” empreendedora.

Pressupostos como os já trazidos nesta seção, dedicados a entender os assentos do empreendedorismo, divulgados por diversos meios, prescindem de análises críticas, já que o tema em questão, como tratam Wood Jr e Paula (2001), suscita movimentos convergentes de interesses. Para os autores referidos, o discurso, que se constrói e é disseminado, pauta-se na crença de que todos pertencemos a um mercado livre, de que os sujeitos são autoempreendedores sendo a “excelência” uma forma de melhoramento individual e coletivo. Além disso, símbolos e imagens, inclusive emblemáticas, e a crença em tecnologias gerenciais permitem justificar as atividades empreendedoras. Wood e Paula (2001, p. 105) acrescentam que essas estratégias, conforme o exposto até aqui, tentam responder, por exemplo, às ansiedades e às inseguranças a todo o momento repetitivas: “Como o empreendedor pode salvar sua empresa?” ou “Como a empresa empreendedora conquista o mercado?”.

Histórias de sucesso ou as biografias de “homens (e mulheres) de negócios” e as formas de educação para melhorar o seu desempenho apresentam-se

fundamentais para a sensação de “conforto” e sucesso, além de que avançam sem questionamentos e o empreendedorismo vai adquirindo “contornos de ideologia, inibindo análises mais críticas sobre o significado de sua hegemonia e sobre suas consequências na vida social, organizacional e pessoal” (WOOD JR; PAULA, 2001, p. 3).

A valer, essas discussões permitem entender como:

A linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia (BRANDÃO, 2004, p. 11).

Ao mesmo tempo, por ser a linguagem mediadora, “(...) é lugar de conflito, de confronto ideológico, não podendo ser estudada fora da sociedade, uma vez que os processos que a constituem são histórico-sociais (...) [Ou seja] seu estudo não pode estar desvinculado de suas condições de produção” (idem, p. 11).

Pêcheux afirma, ao atribuir papel central à ideologia, que ela “fornece evidências pelas quais ‘todo mundo sabe’ o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve, etc” (PÊCHEUX, 1988, p. 160). Orlandi atesta que a ideologia:

É a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos (...). O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer (...) assim considerada, a ideologia não é a ocultação, mas função da relação necessária entre linguagem e mundo (ORLANDI, 2001, p. 46-47).

Assumindo um posicionamento em relação à interpelação da ideologia, Zizek (1996) defende a ideia de que:

Desde uma atitude contemplativa que desconhece a sua dependência em relação à realidade social, até um conjunto de crenças voltado para a ação; desde o meio essencial em que os indivíduos vivenciam suas relações com uma estrutura social até as ideias falsas que legitimam um poder político dominante (ZIZEK, 1996, p. 9).

Ou seja, é a base regente da relação entre visibilidade e a invisibilidade. Por esses traços, Zizek complementa que:

O que realmente importa não é o conteúdo afirmado como tal, mas o modo como esse conteúdo se relaciona com a postura subjetiva envolvida em seu próprio processo de enunciação. Estamos dentro do espaço ideológico propriamente dito no momento em que esse conteúdo – verdadeiro ou falso (se verdadeiro, tanto melhor para o efeito ideológico) – é funcional com respeito a alguma relação de dominação social ('poder', 'exploração') de maneira intrinsecamente não transparente: para ser eficaz, a lógica de legitimação da relação de dominação tem que permanecer oculta (ZIZEK, 1996, p. 14).

A partir destes fundamentos, é possível abrir espaço para discussões alusivas à relação entre discurso, ideologia e relações de poder, especialmente porque se entende que as contestações quanto à neutralidade da linguagem e o discurso passam a ser o condutor de subseqüentes análises. A própria noção de que todo discurso é atravessado por outros discursos coloca a indicação do questionamento da unidade do sujeito e texto. Saber isso, de acordo com Orlandi (2001, p. 9), “permite-nos ao menos sermos capazes de uma relação menos ingênua com a linguagem”. Em função dessa relação, recorreremos a Foucault (2007), que ressalta que “sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa” (FOUCAULT, 2007, p. 9).

Orlandi (2001) reforça que:

Cada material de análise exige que seu analista, de acordo com a questão que formule, mobilize conceitos que outro analista não mobilizaria, face a suas (outras) questões. Uma análise não é igual a outra porque mobiliza conceitos diferentes e isso tem resultados cruciais na descrição dos materiais. Um mesmo analista, aliás, formulando uma questão diferente, também poderia mobilizar conceitos diversos, fazendo distintos recortes conceituais. Por isso distinguimos entre o dispositivo teórico da interpretação, tal como o tematizamos, e o dispositivo analítico construído pelo analista a cada análise. Embora o dispositivo teórico encampe o dispositivo analítico, o inclua, quando nos referimos ao dispositivo analítico, estamos pensando no dispositivo teórico já 'individualizado' pelo analista em uma análise específica (ORLANDI, 2001, p. 27).

É neste sentido que é possível tratar aqui, nesse momento, a palavra “empreendedorismo” que, nos contornos do capitalismo, adquire seu próprio significado. Merecedor de maiores investigações, o termo suscita o sentido da persistência e da capacidade de re(iniciar) novos negócios. Ou seja, ser empreendedor implica sentir-se dono do negócio e, como dono, necessita incorporar o risco em suas atividades cotidianas, e uma cultura do trabalho que singulariza

inseguranças, incertezas nas relações de trabalho também instáveis (COLBARI, 2007).

Trazer o tema empreendedorismo para a tese assume relevância, uma vez que aborda questões quanto à ascensão socioeconômica em um contexto econômico refletido pelas livres forças do mercado e da concorrência. Considera o sujeito como agente de sua escolha, qualificado como sujeito econômico capitalista por excelência. Um empreendedor discursivamente construído como autônomo e que as formações discursivas produzem e também reproduzem o discurso hegemônico legitimado.

A maioria dos estudos em empreendedorismo foca as diferenças e similaridades entre os sexos em termos de características, traços, atitudes e comportamentos. Todavia, é preciso que as pesquisas se afastem da visão individualista e comparativa no que diz respeito apenas às características e perfil gerencial. Pode-se considerar que a interpenetração dos estudos sobre mulher/relações de gênero e dos estudos em empreendedorismo feminino mereça ser levada em conta.

Nessa perspectiva, Araújo (2002) auxilia no entendimento ao afirmar que:

Os estudos de gênero têm procurado evidenciar como a igualdade formal de oportunidade não dá conta de superar situações que continuam se reproduzindo socialmente, através das manifestações sutis e simbólicas de discriminação, as quais tendem a se pautar por critérios e padrões que, na prática, terminam por reproduzir desigualdades sociais, nesse caso, inclusive entre os sexos (ARAÚJO, 2002, p. 155).

Barretto reitera que:

De alguma maneira a ruptura de normas fixas de gênero significa estar submetido/a a interdições muito diferentes da gerada pela lei penal, pois é escapar da repressão e isso é viver uma condenação do desaparecimento, seja por indução ao silêncio, afirmação da inexistência, propagação de que “em tudo isso não há nada a dizer”, nem a ver, nem a saber” (BARRETTO, 2009, p. 111).

Como visto em materialidades discursivas e na literatura, a mulher ainda se encontra na posição secundária de um “outro” na sociedade (BEAUVOIR, 2009), apesar das inquestionáveis conquistas recentes. O enfrentamento da dominação masculina como um desafio a mais a ser vencido, pode ser entendido como parte de um papel renovador das mulheres de negócios.

Na visão de Marx, o movimento operário poderá livrar os trabalhadores da exploração, mas também mudar a sociedade, para libertar a humanidade e criar uma sociedade sem classes.

A partir daí novas indagações e análises, inclusive sobre qual seria a verdadeira função das mulheres que ingressam no mundo dos negócios, merecerão ser mais exploradas em futuras pesquisas. Além de sinalizar novos espaços de investigações.

3.2 O Empreendedorismo no Brasil e a Inserção das Mulheres nos Negócios

A atividade empreendedora, no cenário brasileiro, é revelada a partir do século XVII, quando os portugueses começaram a ocupar definitivamente as terras do País. Dentre esses homens com diversos empreendimentos, destacou-se Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá, responsável por negócios a exemplo da primeira ferrovia do país e a fundação da companhia de gás, voltada para a iluminação da cidade do Rio de Janeiro (HENRIQUE, 2009).

O empreendedorismo iniciou, pois, o seu desenvolvimento na década de 1990, no Brasil, em virtude das políticas econômicas de orientação neoliberal instituídas nos governos Fernando Collor de Mello e Fernando Henrique Cardoso e minimização do papel do Estado no processo de intervenção na economia, abertura do mercado interno para as importações, quando empresas nacionais tiveram que se adaptar à modernização. Mais que isso, por ser um dos países com a maior desigualdade de renda, somada à quase imobilidade social da população menos favorecida, e uma enorme instabilidade política e crescente violência (DEGEN, 2009), considerando-se que uma solução para minimizar a desigualdade dá-se por meio do estímulo a potenciais empreendedores.

Dessa forma, o ato de empreender é considerado pelo capital como tendo uma relação com o desenvolvimento econômico bastante estreita, representado pela inovação de produtos, de serviços ou de novas formas de fornecimento desses, bem como pela capacidade de gerar novos empregos, estimulando o mercado de trabalho (FESTINALLI, 2003). Apoiando com capacitação de empreendedores, ao disponibilizar os saberes necessários para criação e manutenção de uma empresa (ESCARLATE, 2010), o SEBRAE assume a difusão do discurso do empreendedorismo.

Para tanto, o SEBRAE⁴¹ surge, então, como uma das entidades direcionadas a capacitar os brasileiros para competirem com o mercado, voltado para o apoio ao empreendedorismo, amplamente difundido como tendo a finalidade de informar e dar esteio necessário à abertura de empresas, assim como acompanhar, por meio de consultorias seu funcionamento, propondo soluções aos problemas surgidos com os negócios. Segundo Dornelas (2001), o movimento do empreendedorismo, no Brasil, ganha forma quando o SEBRAE e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) foram criados. Ademais, “(...) o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que têm oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo” (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

Por ser um dos órgãos mais conhecidos, principalmente pelo empresário brasileiro, o SEBRAE busca dar apoio ao que o sujeito precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio (DORNELAS, 2005). O SEBRAE integra o estudo promovido pelo Grupo do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), liderado pelo *Babson College*, nos Estados Unidos, e a *London Business School*, que trata do mapeamento da atividade empreendedora dos países, buscando entender o relacionamento entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico, e o quanto às atividades empreendedoras de um País estão relacionadas à geração de riquezas desse mesmo País.

No caso do Brasil, o estudo tem trazido possibilidades de análises no tocante às iniciativas empreendedoras, porque também destaca, como um dos fatores preocupantes no caso brasileiro, o fato de a maioria dos negócios gerados no País ser baseada no empreendedorismo de necessidade, ou seja, não são baseados na identificação de oportunidades de negócio e na busca da inovação com vistas à criação de negócios diferenciados, mas no suprimento das necessidades básicas de renda daquele que empreende, para que tenha condições de subsistência, mantendo a si e sua família (DORNELAS, 2003).

⁴¹ Desde 1972, o SEBRAE, por meio de parcerias públicas e privadas, se define como instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública, que promove programas de capacitação, estímulo ao associativismo, desenvolvimento territorial e acesso a mercados. A instituição afirma trabalhar pela redução da carga tributária e da burocracia, facilitando a abertura de mercados e ampliação de acesso ao crédito, à tecnologia e à inovação das micro e pequenas empresas (SEBRAE, 2013). Disponível em: www.sebrae.com.br

Nesse sentido, o empreendedorismo que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico trata o empreendedor como sujeito que apresenta dedicação às atividades de idealização, organização, administração e execução, podendo resultar na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos (mercadorias) ou serviços, gerando, assim, um novo método de produção (ou serviço) com o seu próprio conhecimento. Trata-se como inovador que modifica com suas atitudes qualquer área do conhecimento humano ou também para designar o fundador de uma empresa que foi construída a partir de uma ideia ou projeto. Nesse sentido, a definição de empreendedorismo trata da iniciativa para criar um novo negócio e “amor” pelo que faz, por meio de recursos disponíveis capazes de transformar o ambiente social e econômico onde vive e destacando-se ainda por aceitar e assumir os riscos, inclusive a possibilidade de fracassar (DORNELAS, 2007, p. 8).

Ferreira (a) (1997) cita a instituição *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que define empreendedorismo como um aspecto da ação humana, em que todos os atos individuais de arbítrio são, em níveis variados, expressões de atitudes empreendedoras, tais como motivação, inovação, competitividade e aspiração de rápido crescimento. Nesta tese, não se pretende esgotar as discussões a respeito, mas reforçar que é preciso estar atento ao quanto que o discurso sobre o empreendedorismo, reificado pelo SEBRAE, responsabiliza os sujeitos por sua sobrevivência.

Para Mészáros (1996), a proposta da “inclusão” da população por meio da educação reforça uma sociedade dividida entre os que não têm educação e os que são providos do conhecimento necessário para ensinar. Com isso,

[...] a solução para problemas que surgiam no mundo social a partir de conflitos coletivos materialmente enraizados e confrontações de classes cada vez mais acirradas era vislumbrada em termos de remédios individualistas educacionais [...]. Aquilo que se apresentou com a reivindicação de ser um sistema de educação cientificamente fundamentado não passava, na realidade, de uma metafísica idealista associada aos métodos de manipulação positivista [...] (MÉSZÁROS, 1996, p. 513).

Diante dessas estratégias de estímulo à “livre iniciativa privada”, que se caracteriza pelo incentivo ao “espírito empreendedor” o foco é voltado para as capacidades individuais, de pessoas autônomas, a fim de que se tornem protagonistas de suas histórias. Vai-se preparando-as para entender e minimizar os

problemas estruturais por meio da criação de empresas. As mulheres, então, passam a ampliar seu espaço de ocupação na sociedade economicamente ativa do País e a crescente participação delas no mundo dos negócios não se deu apenas dentro das organizações já existentes, mas também na formação de “novos” negócios (FRANCO, 2014).

Entende-se, a partir do exposto, que nas últimas décadas do século XX, inúmeras mudanças decorreram, estimulando a inserção da mulher no mercado de trabalho com transformações das estruturas produtivas, novas demandas do mercado e aumento da urbanização, além da redução da taxa de natalidade dentro das famílias e os casamentos tardios (CABRAL, 1999).

Na edição 2016 do relatório da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), fora destacado que 36% dos brasileiros possuem um negócio ou realizaram alguma ação, no último ano, para ser dono da sua própria empresa. Para o GEM (2016):

Sabemos que devido à crise que o país enfrentou nos últimos anos, muitas pessoas perderam seu emprego. O caminho foi abrir um negócio, ou seja, empreender por necessidade, o que afeta a sobrevivência das empresas, pois para se ter um negócio de sucesso é necessário mais planejamento. O GEM 2016 nos demonstra que a recuperação da economia passa, necessariamente, pelo empreendedorismo, e que é preciso que o governo crie mecanismos que facilitem e incentivem os pequenos negócios. A capacidade do brasileiro para empreender e a grande quantidade de oportunidades que o país ainda oferece não podem ser desperdiçados. Os dados positivos do GEM não param por aí, as mulheres já correspondem a 51% dos empreendedores iniciais. Essa informação mostra que o aumento da participação feminina no mercado de trabalho também tem se refletido no empreendedorismo. Isso é extremamente positivo para o Brasil, pois as mulheres tendem a investir mais em capacitação e têm mais acesso à informação, o que pode ajudar na construção de empresas mais sólidas e lucrativas. Os mais velhos e os mais novos também estão procurando mais o empreendedorismo, como alternativa de ampliação da renda familiar (GEM, 2016, p. 15).

De acordo com esses dados e informações, as mulheres avançaram no que se refere ao empreendedorismo, crescendo em diversos setores embora sem retirar delas a responsabilidade pelo cuidado com a casa e com a educação dos filhos, assumindo, para tanto, intermináveis jornadas de trabalho. Além disso, o crescimento do desemprego dos homens vem induzindo mais mulheres, em particular as casadas e com filhos (numa forma de reprodução da subalternidade), a ingressar nos negócios, buscando complementar o orçamento familiar.

Dito de outro modo, a mulher, ao ser submetida ao jugo do seu marido (cuidar da casa e dos filhos) e do capital (trabalho assalariado), vai vivenciar sofrimentos em todo o seu processo de constituição familiar. E assim entendemos que o capital vai tirando vantagem do sexismo, escondendo as realidades estruturais do sistema, sendo, pois, destinados às mulheres trabalhos no âmbito doméstico/privado e, em sendo inseridas no mercado de trabalho, sua atividade é, normalmente, uma extensão daquilo que exerce no ambiente doméstico (CISNE, 2012).

A realidade da “mulher” de negócios da micro e pequena empresa desperta interesse nesse estudo, uma vez que são estimuladas a serem mulheres de sucesso. De fato, fazem parte das condições de produção “efeitos das relações de lugar nas quais se acha inscrito o sujeito” (PÊCHEUX, 1975, p. 171). Payer (2005) complementa que:

Um enunciado todo poderoso do Mercado que funciona como lugar de interpelação ideológica (Althusser) do indivíduo em sujeito, que pode ser resumido em uma palavra: “sucesso”. O enunciado do sucesso se imprime através de inúmeros textos, e circula de muitos modos, mas sobretudo através da Mídia. (...) Essa ilusão assume a forma de um sujeito voraz, que tudo quer fazer, saber, ter, ver, tudo quer... na crença (ilusória) de que consiga atingir a plenitude suposta no sucesso. Nota-se, assim, o funcionamento de um ideal de sujeito determinado (PAYER, 2005, p. 18).

A contraposição mulher/negócios traz embutida em seus dizeres que, mesmo em sendo “mulher” de negócios, não tem necessariamente que deter o poder, exclusivamente, uma vez que essa mesma mulher está ligada ao lar e à família.

Por conseguinte, do que diz Mészáros sobre a “‘igualdade de mulheres’ não passa de simples falsa admissão” (MÉSZÁROS, 2002, p. 301), reconhece-se a necessidade histórica da luta mais ampla.

3.3 Sobre a Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino (FDEF)

A particularidade do discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, constitui importante objeto de estudo para entendimento dos efeitos de sentido a partir da análise do discurso do empreendedorismo feminino brasileiro.

Também se considera que existe uma convocação obrigatória pautada pelo capitalismo, no sentido de que os sujeitos atuem de acordo com o *modus operandi* desse sistema que institui parâmetros de condutas, comportamentos e atitudes

preestabelecidas pelas classes dominantes para a manutenção da ordem do capital. Com isso, estimular uma cultura empreendedora tem sido uma narrativa recorrente nas diversas plataformas mediadas pelo SEBRAE e parceiros.

Ao falar de empreendedorismo, Drucker (1986, p. 349) ensina que “precisamos de uma sociedade empreendedora, na qual a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos”. Assim sendo, mesmo tendo havido inúmeras tentativas de aplicar a análise marxista à questão das mulheres, já se enunciou que as mulheres são uma força de trabalho de reserva para o capitalismo, que os baixos salários que em geral recebem propiciam uma mais-valia ao capitalista, que servem ao consumismo da sociedade capitalista pelo consumo familiar, e assim por diante.

Para Rubin (1993),

Não existe nenhuma teoria que explique a opressão das mulheres – com suas infinitas variações e monótona similaridade, tanto nas diversas culturas como ao longo do tempo – que tenha a força explanatória da teoria marxista da opressão de classe (RUBIN, 1993, p. 4).

De fato, Marx afirmava que o capitalismo se diferencia dos outros modos de produção porque tem como objetivo criar e expandir o capital.

É precisamente o que acaba por determinar que uma “mulher” esteja entre as necessidades de um trabalhador, que as mulheres façam o trabalho doméstico, e que o capitalismo seja herdeiro de uma jornada na qual as mulheres não herdaram. O capitalismo vai se munindo de uma herança cultural de formas de masculinidade e feminilidade, na qual a sexualidade e a opressão sexual estão incluídas, delineando a estrutura da opressão sexual.

Nunes acrescenta que:

[...] o capitalismo apreendeu a sexualidade como o grande grito e a incorporou à sua máquina de consumo: toda a propaganda passa a falar de sexo, a estimular e referir-se aos anseios sexuais de nosso tempo. Até mesmo as coisas mais simples são vendidas com o distintivo do sexo. A luta da mulher é estigmatizada e a mulher é a “garota propaganda” do consumismo. Seu próprio corpo é consumido (NUNES, 2003, p. 98).

Entre as muitas contradições históricas, vividas na tensão das disputas da expansão do capital nos séculos XIX, XX e XXI vão permanecendo muitas ideias e embates. Reproduzem-se lugares comuns, sínteses frágeis e palavras de ordem

estreitas, por vezes banais, movimentos dispersos, confusos, parciais e contraditórios, no tocante à análise sobre as expressões acerca do empreendedorismo feminino.

Nesse sentido, o empreendedorismo feminino é colocado como uma possibilidade de conciliar trabalho e vida pessoal (LINDO et al., 2007; KIRKWOOD e TOOTELL, 2008). Esta motivação está diretamente relacionada à ordem patriarcal de gênero (SAFFIOTI, 2004), e à concepção de família na ordem do capital. Saffioti ressalta que “tratar esta realidade exclusivamente em termos de gênero distrai a atenção do poder do patriarca, em especial como homem/marido, ‘neutralizando’ a exploração-dominação masculina” (SAFFIOTI, 2004, p. 136). Ainda conforme a autora, o gênero “carrega uma dose apreciável de ideologia” (p. 136), justamente a ideologia patriarcal, que cobre uma estrutura de poder desigual entre mulher e homens.

Durante o século XX, observa-se um crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho. Porém, como colocam Beauvoir (2009) e Braverman (1987), este crescimento não ocorre a partir de um ideário de independência, mas sim devido à precária situação econômica e à necessidade de complementação da renda familiar.

Nas pesquisas realizadas para a presente tese também se evidencia que há, por um lado, a permanência de práticas discursivas assinaladas pela desigualdade de gênero e subalternização feminina; por outro lado, há outras marcadas pelo incentivo à autonomia e do empreendedorismo, conforme tratam algumas sequências, a seguir:

SD1 – Cultivando Negócios, Colhendo Resultados.

Extraída de um título de uma propaganda sobre a Semana do Microempreendedor Individual dedicada às empreendedoras da região do Planalto gaúcho, a SD1 trata do título do evento, promovido pelo SEBRAE/RS, que destacou o protagonismo feminino no universo do empreendedorismo, em alusão ao Dia do Empreendedorismo Feminino⁴², em 2015.

⁴² A Organização das Nações Unidas (ONU) lançou o dia 19 de novembro (em 2014), em Nova York, o Dia Global do Empreendedorismo Feminino, que foi comemorado simultaneamente em 153 países,

A palavra “cultivando”, no gerúndio, indica uma ação que ainda está em curso ou que é prolongada no tempo. Pode-se entender a cultura patriarcal e a tradicional dominação de gênero perpetuando-se e naturalizando-se no cotidiano de vida e de trabalho por meio de padrões de comportamento. O dito “cultivando negócios, colhendo resultados” traz à memória sobre o que se planta e o que se colhe, como sendo o futuro um presente que a gente mesmo escolhe.

Os estereótipos veiculados pelo provérbio ou em que filiações discursivas se ancoram nas suas diversas enunciações, que reiteram sobre a importância de se fazer o bem para receber o mesmo em troca, estando contida a ideologia de que o que se faz se espera e que sem esforço, sem luta, não se conquistam as coisas. Por meio dessa SD1, entende-se que “quem planta, colhe” e que o futuro é a “mulher” de negócios que faz. Ressignificando “investir e lucrar”. Revestido de uma positividade, o lucro passa a ser considerado a base principal das relações em sociedade. Assim sendo, os negócios trazem resultados em crescimento econômico, manifestando-se de diferentes formas: em geração de riquezas, de emprego e de renda. Vê-se que a base do discurso se dá no funcionamento da ideologia liberal, como um chamado para que a “mulher” faça a sua parte para que seu negócio melhore. Cabe à mulher mudar de atitude para garantir o seu futuro, e que este está em suas mãos, reforçando a sua responsabilidade e comprometimento.

O SEBRAE se inscreve na formação discursiva do empreendedorismo remetendo às mulheres como sendo, em muitas culturas, responsáveis pela manutenção da prática do cultivo em seus quintais, seja pela busca de alimentos saudáveis, implementação na renda familiar ou cuidados com a saúde de seus familiares. Essa expressão reforça o quanto as mulheres são responsáveis pelo cuidado com a família que inclui saúde, educação e alimentação.

O cultivo de negócios, neste contexto, traz o sentido de uma tarefa cotidiana “doméstica” importante, garantindo o acesso dela e de suas famílias como fundamental para melhoria da qualidade de vida. Ou seja, entender o trabalho das mulheres nos negócios remete ao entendimento do trabalho das mesmas na agricultura familiar, numa perspectiva da “divisão sexual do trabalho”, dado os valores atribuídos às mulheres, que limitam suas funções ao trabalho reprodutivo e desvalorizando o seu trabalho produtivo. Questões como a divisão sexual do

trabalho, a dominação de gênero fundada na titulação masculina da propriedade da terra e na administração dos bens e da produção; assim como o matrimônio e a dominação e violência de gênero resultantes, são intrínsecas à vida da também “mulher” de negócios.

Pode-se fazer outra análise sobre essas questões, ao trazer um trecho retirado da narrativa da mulher empreendedora, reconhecida troféu ouro etapa nacional, em 2014, na categoria produtora rural⁴³ que em sua história premiada diz:

SD2 – “Tenho 44 anos e 9 filhos. Observando o processo de produção dessas chácaras decidi que eu também era capaz de cultivar morangos e outras frutas e hortaliças. Um dia surgiu um acampamento na estrada por onde passava para meu trabalho, naquele momento eu entendi, aquela era a oportunidade de ter meu próprio canto [...]. O meu sonho era plantar e produzir”.

Do discurso tratado pelo SEBRAE como de superação de vida da “mulher” de negócios reconhecida pelo PSMN, a “mulher” de negócios menciona suas atividades tendo demarcado como fator de sobrevivência. Em sua narrativa, a mulher demonstra uma trajetória comum a muitas mulheres sem preparo profissional, oriundas das classes de baixa renda, para o discurso de tom autoral, dada a atitude da superação dos obstáculos e liga essa atitude diretamente à noção de performance bem-sucedida que, para o SEBRAE, vem na forma da expressão “colhendo resultados” apresentada na SD1.

Com a utilização do tempo verbal gerúndio (cultivando e colhendo), representando a vida contínua por meio do negócio, na articulação da narrativa com a SD1, encontramos uma legitimação da identidade feminina tradicional no âmbito do empreendedorismo, que se coloca na posição de proprietária ao mencionar “*O meu sonho era plantar e produzir*”.

No sentido do empreendedorismo, o comportamento da “mulher” de negócios interage com muitos fatores, podendo causar fenômenos psicológicos, entre eles os sonhos, por onde podem emergir experiências mentais, ideias, imagens e acontecimentos. Os conteúdos dos sonhos, se interpretados, possibilitam a

⁴³ Disponível em: <http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/site/premiadas>

expressão da emoção inconsciente, utilizando-se de vestígios de experiências guardadas na memória. Em contrapartida, pode-se entender que os pesadelos podem representar bem a condição paratópica de instabilidade. Dentro de uma perspectiva de negócios, os impostos, o endividamento, as dificuldades em vendas podem passar a sensação de desequilíbrio e insegurança.

O pesadelo, seja como ato inerente ao sono físico, seja como componente de ficção, pode estar contido no trecho da narrativa da SD2 como uma condição para experiências quase inverossímeis. Um teor imaginativo que surge da atmosfera de atos traumáticos e fragmentações destrutivas típicas de um ambiente urbano, especialmente de negócios.

Na SD2 estão as relações com a história e com a necessidade de atestar autoria (“o meu”) em sonho. Plantar e produzir implica uma “obrigação de cuidar”, regar o necessário para colher frutos (resultados). O discurso remete à inscrição no arquivo, funcionando como inscrição no interdiscurso, mexendo na filiação dos sentidos, a partir da análise do movimento dos sentidos “em se plantando tudo dá”.

Essa rede metafórica⁴⁴ nas SD1 e SD2 pode ser entendida na associação do plantar com a gestão do negócio e a paciência, desde o sonho, para poder “produzir” ou “colher os frutos” dos seus investimentos, a exemplo da oportunidade em ter o “próprio canto”. Tudo isso denota uma tessitura no discurso do/para o SEBRAE de que a mulher para ser reconhecida no PSMN pode ou deve manter uma sequência lógica (em sua história escrita) entre plantar, cuidar, colher, relacionados à gestão dos negócios e às atribuições como agricultora. Semear e colher assim como o prêmio que inicia com a inscrição, com as ações demonstradas e reconhecidas, comparando sempre com uma longa caminhada, com um tempo fundamental para a organização da sua estrutura empresarial para depois demonstrar os resultados.

Observa-se que existe nas palavras a articulação da posição social exercida atualmente, que é valorizada pelo SEBRAE, em que o sujeito (mulher) proprietário é considerado vencedor haja vista os resultados e pela superação de dificuldade com a sua posição anterior.

A empreendedora legitima a narrativa pelo discurso de otimismo, determinação e superação de dificuldades e reproduz a representação social do feminismo tradicional. Esse processo discursivo se torna importante para

⁴⁴ Espaço onde se inter cruzam e operam várias metáforas.

analisarmos o inconsciente e a ideologia, que se apresentam em mídias sociais como as do SEBRAE. Orlandi (2007, p. 50) menciona a existência de um contexto que “liga o texto ao discurso, este às formações discursivas e estas à ideologia permitindo [...] acompanhar o trajeto em que se estabelecem os sentidos e os sujeitos pela inscrição da língua na história”. O discurso na lógica capitalista contextualiza os embates e a dificuldade de sobrevivência da empreendedora de sucesso, por considerar que nada se concretiza sem o esforço pessoal e a dedicação para conquistar seu ideal de vida.

A escolha do vocabulário para estimular o empreendedorismo feminino pelo SEBRAE e pelas mulheres premiadas para contar a própria história, perpassa, para esta última, ainda que inconscientemente, por vocábulos que explicitam e ressaltam tanto as principais dificuldades enfrentadas quanto as conquistas possibilitadas pelo próprio negócio. Dentre as principais escolhas, tem-se as principais conquistas no âmbito do mercado e não como ser social, com particularidades do feminino funcional ao capital, extraídas das publicações do SEBRAE⁴⁵, nos anos de 2015 a 2017 por meio de narrativas premiadas entre as mulheres de negócios.

Nesse sentido, para entender quais saberes se vinculam a uma FDEF, será preciso observar as relações que se estabelecem nos discursos, já que, de acordo com Courtine (1982, p. 244-245), “as fronteiras entre uma e outra FD são instáveis e os saberes de uma FD determinada podem se deslocar em função dos jogos de uma luta ideológica”.

Quadro 1. Expressões da Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino.

ELEMENTOS DE SABER SEBRAE	NARRATIVAS	SILENCIAMENTO NO DISCURSO DO SEBRAE
LUTA	“(…) Tem que ir a luta sem olhar para os obstáculos que sempre existem”	obstáculos
CORAGEM	“(…) e para que eu tivesse a coragem final que faltava, tomando a decisão com base numa análise de dados (...) e não na emoção, apenas	decisão emoção
FORÇA	“(…) Eu depusitei toda minha força e esperança de mudança de vida (...)”	esperança de mudança de vida
PERSISTÊNCIA	“Ser persistente e aceitar os erros são características de uma empreendedora de sucesso”	aceitar os erros

⁴⁵ Ver em: <http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/site/premiadas>

DESAFIOS	“Não importa que erros tenha cometido, nem os desafios que tenha que enfrentar (...)”	erros
SUCESSO	“Sucesso: 100% + ideologia”	Ideologia

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Ao analisar os elementos de saber do discurso do SEBRAE ancorados na FDEF que, por sua vez, estão sustentados nos fundamentos da formação ideológica do capital não significa que este estudo fora focado apenas no léxico. Pelo contrário, analisar discursos significa remetê-los à história e às suas condições de produção. De acordo com Orlandi (1993, p. 55), “o discurso não é um conjunto de texto, é uma prática”.

A recorrência dos elementos de saber ligados diretamente ao perfil destemido do empreendedor demonstra que as mulheres, em suas narrativas, apesar de “erros”, exercem este papel renovador ao tentarem desconstruir (ou destruir) a personagem da “verdadeira mulher” e criar suas próprias personagens, batalhadoras, capazes de dar conta de tudo e de vencer os desafios que se propõem e as barreiras colocadas pela sociedade.

A análise das sequências discursivas sobre a “mulher” de negócios, foco da presente tese, fez entender como a FDEF remete a um processo de persistência e visão de futuro, identificação de oportunidades criatividade e inovação sob condições de incerteza, encarando os obstáculos e assumindo os erros e riscos envolvidos. O processo de empreender envolve motivação, luta, coragem, força, persistência, desafios, sucesso por meio de comportamentos e atitudes somados aos fatores psicológicos enfatizados na perspectiva teórica aqui adotada, mas que também se inspira em múltiplas contribuições.

A satisfação com os negócios é resultante do processo dinâmico de adequação entre desafios e competências, entre forças externas e internas: quanto melhor a adequação, maior a satisfação. Supõe-se, ainda, que a “mulher” precisa investir no alto grau de autonomia e liberdade de decisão envolvidas na atividade que escolheram criar para conduzir os negócios. Ao contrário, medos e preocupações constroem competências, dificultando o adequado enfrentamento dos desafios e o bem-estar. Os relatos demonstram que é esta luta contra a

dominação masculina - na análise reproduzida e reforçada por muitas mulheres, o maior empreendimento das mulheres reconhecidas e premiadas.

Foi como forma de realizar comparações e buscar entender as diversas feminilidades representadas que as mulheres contaram suas histórias. Da seleção lexical, e dentre as narrativas das vencedoras, vemos que a identificação com outras mulheres que passaram por situações difíceis aparece como incentivo para a busca constante de superação. Verifica-se que léxicos de dificuldades, obstáculos e erros se contrapõem aos de superação, luta, coragem, força, persistência, sucesso, desafios, decisão, emoção, esperança e vida. A mulher reveste-se de força e coragem para vencer as adversidades e corresponder às expectativas depositadas nela ou que ela mesma tenha criado.

A análise demonstrada no Quadro 1 sobre as expressões da FDEF valida como os modos de organização do discurso podem servir como mecanismos utilizados para que se cumpra o objetivo de direcionar a interpretação do que se pretende, permitindo que o autor/enunciador faça com que o leitor/destinatário compartilhe suas opiniões, ideias e concepções. Dessa forma, exploram-se determinadas estruturas para inserir a afetividade no discurso, sendo permitido, portanto, verificar como se aplicam os princípios da teoria semiolinguística⁴⁶, evidenciando que a comunicação se constrói com base em um verdadeiro contrato, por meio de estratégias e articulações discursivas que correspondem a um jogo de influências entre os sujeitos participantes.

As narrativas revelam um tipo de “mulher” de negócios fora do estereótipo da executiva, que frequentou as melhores escolas e trabalha em grandes empresas, ou da empresária que tenha dado continuidade a negócios bem-sucedidos de uma família abastada. Vimos mulheres de origens diversas, que trilharam sua carreira na direção de um pequeno empreendimento capaz de lhes garantir uma condição social diferente da de sua família.

Nas análises, constatamos que a contradição é o tom predominante da trajetória, já que ser “mulher” de negócios e de sucesso é viver um drama constante,

⁴⁶ A Teoria Semiolinguística (doravante TS) surgiu em meados da década de 1980 com os trabalhos do linguista francês Patrick Charaudeau. No campo dos estudos discursivos, a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau insere o discurso em uma problemática que estabelece uma ligação entre os fatos da linguagem e certos fenômenos psicológicos e sociais, tais como a ação e a influência, sendo, portanto, uma teoria interdisciplinar. Seu pressuposto balizador é o de que a linguagem mantém uma estreita relação com o contexto psicossocial na qual ela se realiza (CHARAUDEAU, 1995).

uma luta incessante pela conquista do espaço público, predominantemente masculino. Uma contradição posta ao assumir o lugar de proprietária nos moldes do feminino tradicional sob a égide de valores capitalistas e patriarcais.

Na linha da superação, o tema da “esperança” prevalece, aparecendo por meio da personagem mãe heroína que merece seguir adiante. Em conjunto, o percurso das dificuldades e expressões supracitadas configura um sentido mais amplo do que vem a ser a trajetória da “mulher” de negócios na perspectiva do SEBRAE, que precisa passar por condições familiares adversas antes de alcançar o êxito profissional.

Dentre as narrativas das/sobre as mulheres trazidas para esse estudo se evidencia por meio das 16 sequências discursivas que, na tentativa de conciliar os múltiplos papéis, essas mesmas mulheres muitas vezes se deparam com a frustração e o sentimento de culpa. Enfatiza-se, pois, a importância do aporte emocional do marido e dos filhos, embora ainda imersa em conflitos, que a empreendedora é a parte mais sacrificada. Primeiro, porque os cuidados a si mesma estão condicionados à “sobra de tempo” e, assim, elas se negligenciam para dar assistência afetiva aos que lhes são caros. Segundo, porque a busca pelo ponto de equilíbrio entre as demandas conflitantes geram um desgaste emocional e/ou físico, chegando a afetar a autoestima das empreendedoras.

Entende-se que a mulher não deixou de ser vista como a protetora do lar, mas adotou outras funções no meio social, formou-se um tipo de mulher diferente daquela. Assim, a propaganda também se adapta à figura da “mulher” de negócios requisitada pelo SEBRAE, quando privilegia anúncios sobre o Prêmio SEBRAE “mulher” de negócios, com a finalidade de levar as mulheres que possuem seu próprio negócio a se inscreverem no concurso que premia todos os anos mulheres que criam negócios de sucesso.

O que pretende o SEBRAE é que mulheres que transformaram seus sonhos em realidade sejam exemplos para outras que querem realizar o seu próprio sonho, a exemplo do que foi visto na SD2 sobre sonhar em plantar e produzir. Para atingir esse objetivo, o PSMN foi lançado com anúncios que sempre procuram levar a leitora a se identificar com o que está sendo anunciado.

No cartaz⁴⁷ a seguir o SEBRAE divulga o apoio ao negócio feminino.

⁴⁷ Ver em: <https://www.infowester.com/blog/sebrae-negocio-proprio/>

Figura 1⁴⁸. Cartaz disponibilizado nas mídias SEBRAE.



Fonte: <https://www.infowester.com/blog/sebrae-negocio-proprio/>.

Na imagem, foi atribuída uma pergunta: “Você quer mais para o seu negócio?” seguida de uma afirmação: “O SEBRAE quer mais é estar ao seu lado”. Ambas acrescidas da imagem de uma mulher à esquerda como um dado que olha atentamente para um *cupcake* com semblante de satisfação, tendo à direita do cartaz o novo, o que o SEBRAE oferece (especialistas em pequenos negócios e os contatos).

SD3 – É da porta para dentro que a gestão, inovação e produtividade fazem a diferença. É aí que entra a mão do SEBRAE para ajudar a fazer o seu negócio cada vez melhor. [...] sua vida é se superar a cada dia? Estamos juntos.

⁴⁸ Para Barthes (1990), as imagens seriam sistemas de signos e carregariam mensagens visuais. Para ele, “l’image est entièrement traversée par le système du sens, exactement comme l’homme s’articule jusqu’au fond de lui-même en langages distinctes” (BARTHES, 1964, p. 48). O semiólogo propunha verificar como o sentido chega às palavras e, uma vez que a imagem contém signos, como seria possível identificá-los. Assim sendo, considera-se a imagem como unidade de produção de sentido, articulada à ideia de que a língua serve tanto para comunicar, como para não comunicar (PÊCHEUX, 1997). A noção de imagem aqui intenta atender aos princípios da AD, uma vez que convoca o sujeito (em sua acepção histórica, discursiva) à produção da imagem, à medida que ele é dela radicalmente constitutivo. Entende-se que a imagem nunca é exterior ao sujeito, mas sim a materialidade de um jogo de sentidos entre os lugares dos sujeitos, o objeto discursivo de uma relação de forças entre esses lugares.

A imagem reforça o apoio do SEBRAE, considerando-se privado à mulher, ao trazer a metáfora “É da porta para dentro”. Da porta para dentro produz um efeito metafórico que aponta para a vida privada no “lar”, na “casa”, “no espaço da família”. Inscrevendo-se em formações discursivas, especialmente a FDEF que atualiza e naturaliza os discursos atuais a partir dos elementos de saber guiados pela contradição.

Na imagem há a evidência de uma domesticidade étnico-racial em linguagem não verbal. Lenço na cabeça, roupa de uso diário, reforçando o trabalho no lar. A cor em tom de rosa ao fundo somada ao olhar para o *cupcake* como uma mulher que se assemelha a uma “santa amorosa”. Uma forma linguística desde sempre já saturada de gozo e marcada pelos impasses históricos. Em outras palavras, revela diferenças organizadas em uma forma vazia. A noção de discurso nessa SD reintroduz em seu interior o problema da substância, assim como no interior da diferença a positividade.

Nas últimas formulações freudianas sobre a feminilidade, essas fazem referência à feminilidade como uma inscrição que promove um registro psíquico, tanto no homem quanto na mulher, do erotismo, que causaria o “desamparo” (ou não estar ao seu lado). Esse desamparo, tal como colocado por Birman (2001), está relacionado ao trabalho incansável que a subjetividade realiza para camuflar a fragilidade, pela mediação do falo.

Destaca-se, também, ao considerar o dito na SD 3, “*É aí que entra a mão do SEBRAE*”, o estranhamento com o uso da palavra “mão” (amparo). Isto porque a feminilidade, para Freud, como efeito maior da castração, causa desamparo porque coloca o sujeito diante de sua fragmentação e imperfeição. Diante de um desamparo, é preciso buscar algo, um objeto que forneça amparo. Ou, como colocado por Birman (2001):

A construção fálica, identificada como reguladora das sexualidades masculina e feminina, seria, enfim, a busca desenfreada e desesperada pela condição humana da perfeição e da completude, contra finitude e a imperfeição, reveladas finalmente por sua origem bem pouco nobre. A feminilidade seria assim, no registro psíquico, a marca radical do que somos, pela finitude e incompletude, **humanos, demasiadamente humanos**, parafraseando Nietzsche (BIRMAN, 2001, p. 233, grifos do autor).

A partir dessa perspectiva, o que Birman afirma é que o sujeito alcança sua forma fundamental de consciência humana na feminilidade, uma vez que a certeza da fragilidade e da incompletude, marcadas pelo desamparo, leva à construção da subjetividade e à busca por novas formas de sublimação da própria condição finita.

Em resposta à própria pergunta, ainda na SD3, o SEBRAE se antecipa: “Estamos juntos”. Assim, na construção de uma memória histórica, os interdiscursos e as formações ideológicas sobre as “possibilidades” de inserção da mulher no mercado demarcam algumas poucas alternativas. Entre elas, abrir um negócio em seu próprio lar, a exemplo da gastronomia, trazida pelo cartaz. Uma ocupação (re)conhecidamente feminina. Implica um sentido de um “tempo imposto”, determinado, já passado, como se o sujeito tivesse feito escolhas.

Entende-se que quando o discurso do SEBRAE ocupa o lugar do mestre, a centralização do poder pressuposta pela figura tradicional do senhor é deposta. Semelhante e indissociável da própria autonomia do capital, capitalismo e SEBRAE tornam-se inseparáveis em movimento conjunto de autorreprodução. Corroboram como as narrativas das mulheres que, em sua maioria, tratam dos apoios que receberem ao pensar em montar o primeiro negócio.

Patrícia, “mulher” de negócios vencedora na categoria Pequenos Negócios, com a Moura & Paz Soluções Ambientais, em Vilhena (RO) revela que:

SD4 – “O meu primeiro negócio foram meus pais que incentivaram”⁴⁹.

De acordo com Pêcheux (1988), a ideologia funciona interpelando os indivíduos em sujeitos (e, especificamente, em sujeitos de seu discurso), a partir do complexo das formações ideológicas (através do interdiscurso intrincado nesse complexo) que fornece a “cada sujeito” sua “realidade”. Pelo apoio dos pais e do SEBRAE, a Patrícia confirma que “o desejo do homem é o desejo do Outro” (LACAN, 2005, p. 31).

Bakhtin também entende que o eu não é e nem pode ser o centro do discurso, pois o sentido do discurso depende da interação entre o eu e o outro, estabelecendo assim uma relação dialógica. Bakhtin vai ainda mais longe ao dizer que:

⁴⁹ Disponível em: http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/files/conhecer_premio_mulher.pdf

[...] não tomo consciência de mim mesmo senão através dos outros, é deles que eu recebo as palavras, as formas, a tonalidade que forma a primeira imagem de mim mesmo. Só me torno consciente de mim mesmo, revelando-me para o outro, através do outro e com a ajuda do outro (TODOROV, 1981, p. 148 apud BRANDÃO, 2004, p. 62).

O que se entende é que a subjetividade incorpora o outro como constitutivo do sujeito. Na SD4, no discurso do sujeito inscrito na história (afetado pela língua e interpelado pela ideologia), outras vozes também falam. Disso decorre uma concepção de linguagem não homogênea. É um sujeito que divide o espaço discursivo com o outro (BRANDÃO, 2004). Esse caráter de heterogeneidade constitutiva da fala é abordado por Authier-Revuz (1990):

Sempre sob as palavras, “outras palavras” são ditas: é a estrutura material da língua que permite que, na linearidade de uma cadeia, se faça escutar a polifonia não intencional de todo discurso, através do qual a análise pode tentar recuperar os indícios de “pontuação do inconsciente” (AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 28).

Sendo assim, pode-se observar o que Patrícia em outro ponto de sua narrativa complementa:

SD5 – “(...) no início sofri preconceito, do meu próprio marido e do meu sócio, por ser mulher. Mas não podia desistir porque esse sonho era meu, afinal. Enfrentei os dois quieta. Aos poucos fui conquistando meu espaço e hoje eles sabem me respeitar”.

Parte-se do pressuposto de que narrativas e expressões utilizadas pelas mulheres e pelo SEBRAE são atravessadas por marcas temporais (“no início”), posições de autoridade/poder (“preconceito, do meu próprio marido e do meu sócio, por ser mulher”, “quieta”), por componentes ideológicos e inconscientes (“esse sonho era meu”) e que o discurso, trama tecida de muitas vozes, se constitui via de acesso às marcas sociais, históricas e inconscientes que compõem o empreendedorismo feminino.

Retomando a pergunta do SEBRAE apresentada na SD3 – “*sua vida é se superar a cada dia? Estamos juntos*”, como um percurso narrativo apresentado em suas mídias sociais, traz o conjunto de fatores que levam a mulher a tomar a

“decisão”. Pode-se tomar a sequência relacionando-a a um processo descrito por Freud (1982) como denegação. O SEBRAE a faz atribuir a escolha a partir de si mesma, negando o fato de ser uma escolha dele de querer estar junto, mas reafirma ser uma escolha própria, está apontando para o desejo do Outro, o desejo dos pais que, no caso da narrativa feita por Patrícia, impulsionaram a montar o seu negócio.

Para Freud (1982), um conteúdo de representação ou pensamento recalçado no inconsciente pode abrir passagem para a consciência, contanto que se deixe denegar. A de-negação é uma suspensão do recalque, embora não seja aceitação do que é recalçado. Pelo socorro da de-negação, só uma das consequências do processo de recalque, do que está no inconsciente, se encontra anulada, posto que seu conteúdo de representação não chega à consciência. Assim, as mulheres leitoras do cartaz ou Patrícia, em sua narrativa não parecem perceber que enunciam a escolha advinda como escolha do SEBRAE (pai no espaço público, que autoriza e normatiza) e dos seus pais, que queriam muito ter uma “mulher” de negócios.

Pensando o recalque inconsciente, pode-se fazer uma analogia a esse mecanismo para a negação, com a “teoria dos dois esquecimentos” da AD. Para Pêcheux (1997), o sujeito constitui-se a partir de dois esquecimentos: o “esquecimento nº. 1” e o “esquecimento nº. 2”. Conforme colocado por Orlandi:

Do primeiro esquecimento se origina a ilusão do sujeito ser fonte de seu discurso (“o que eu digo tem o sentido que eu quero”, onipotência do sujeito), e do segundo se origina a ilusão da realidade do pensamento (“o que eu disse só pode significar x”, onipotência do sentido). No primeiro se inscreve a “eficácia do assujeitamento” (ou ilusão da autonomia do sujeito), no segundo, a “estabilidade referencial” (ou ilusão da transparência dos sentidos) (ORLANDI, 2012b, p. 144).

Para Pêcheux (1988), o sujeito se “esquece” das determinações que o colocaram no lugar que ele ocupa, ou seja, “[...] a marca do inconsciente como ‘discurso do Outro’ designa no sujeito a presença eficaz do ‘Sujeito’, que faz com que todo sujeito ‘funcione’, isto é, tome posição [...]” (PÊCHEUX, 1988, p. 171), acreditando ser origem e “dono” do que diz, tendo “liberdade” e total “consciência” de suas decisões e se responsabilizando por elas, ou, dito de outra forma, o sujeito é capturado ideológica e inconscientemente.

Por meio dessas análises tecidas, também se toma como recorte o que se inscreve no cartaz, segundo a SD3 que diz: *É da porta para dentro que a gestão, inovação e produtividade fazem a diferença. É aí que entra a mão do SEBRAE para*

ajudar a fazer o seu negócio cada vez melhor. Um negócio dentro de casa não vai afastar a mulher de sua vida familiar e de seu “verdadeiro papel” como esposa e mãe, e sujeição ao estereótipo de gênero. Nem tampouco afastaria as mulheres de suas “obrigações domésticas”.

A FDEF naturaliza os dizeres atuais, em que a maioria dos negócios empreendidos pelas mulheres no Brasil possuem estreita ligação com o desempenho de papéis reconhecidamente femininos, com fronteiras movediças e pouco delimitadas entre o doméstico e o profissional, dada a ordem patriarcal de gênero enquanto categoria que compõe as mediações necessárias para a captação das múltiplas determinações do movimento do real.

De fato, verifica-se o predomínio do sexo masculino nas âncoras profissionais em empreendedorismo. Tais dados corroboram as ideias de Lassance e Magalhães (1997) que trataram que o papel masculino se encontra fortemente associado ao desempenho no trabalho, à produtividade e ao êxito profissional. Embora hoje em dia a mulher também esteja empreendendo mais, ela continua dividida entre as exigências profissionais e familiares. As inclinações profissionais contemplam essa necessidade conciliatória das mulheres, de levar o cuidado aos outros para a esfera do trabalho (altruísmo) e encontrar carreiras profissionais que ofereçam segurança e possibilidade de dedicar tempo à vida familiar.

As análises sobre a Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino revelam impressões linguístico-discursivas que descortinam para o reconhecimento de que a “mulher” de negócios é capturada pela ideologia e inconsciente no que tange às suas escolhas, guardando, pois, relação com a condição sócio-histórica feminina, que atualiza a memória discursiva. Outras problematizações também são instigadas sobre os processos de subjetivação, os processos ideológicos e inconscientes constitutivos, além dos discursos que (re)produz.

O discurso, atravessado pelo inconsciente, se articula à concepção de um sujeito que não é homogêneo, mas “resultado de uma estrutura complexa, efeito de linguagem: sujeito descentrado, dividido, clivado, barrado [...]” (AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 28). A noção de sujeito abordada nesta tese é constitutivamente heterogênea, na medida em que entende a presença no discurso de diferentes vozes constitutivas no sujeito; aponta para um sujeito da ideologia, mas também dividido (porque assume várias posições em seu discurso) e descentrado, clivado pelo inconsciente, marcado pela alteridade.

Destarte, se a Psicanálise parte da ideia da ação do inconsciente (Outro) como porta de acesso para outros discursos, que permite conceber o discurso como um campo heterogêneo, no qual várias vozes podem ser ouvidas e reproduzidas, Lacan distingue e grafa o outro (com letra minúscula), do Outro (com letra maiúscula). O primeiro é o pequeno outro, manifestado como seu semelhante. O segundo, o grande Outro, manifestado como discurso do inconsciente, é um lugar. “É de onde vêm as determinações simbólicas da história do sujeito. É o arquivo dos ditos de todos os outros que foram importantes para o sujeito [...]” (QUINET, 2012, p. 21).

A ‘entrega’ ao Outro, como um lugar de referência para o sujeito, evidencia o fundamento da constituição subjetiva, já que assujeitados ao Outro, ao campo simbólico e aos ditos que são recebidos ‘de fora’, se tece o que se é. Esses ditos advêm dessas figuras importantes como pais, tios, avós e professores e atuam desde antes do nascimento do sujeito. Authier-Revuz (1990) ratifica que o atravessamento de outros discursos constitui o dizer, embora o sujeito tenha a ‘ilusão’ de ser fonte de seu discurso pela determinação do inconsciente e do interdiscurso.

Desse modo, procura-se, por meio do referencial teórico-metodológico da AD e de incursões de Psicanálise, observar a incidência da ideologia e da história, assim como aspectos inconscientes que, na forma de prenunciações, possam surgir na materialidade discursiva, possibilitando a discussão dos sentidos sobre o feminino e sua associação à “mulher” de negócios. Entende-se, em Pêcheux (1996), o traço comum entre inconsciente e ideologia e o fato de eles operarem ocultando sua própria existência, produzindo uma rede de verdades “subjetivas” evidentes, significando aqui que não “afetam o sujeito”, mas “em que o sujeito se constitui” (PÊCHEUX, 1996, p. 148).

Também se considera que para as duas teorias citadas reside uma lacuna, uma falta, um efeito de incompletude do sujeito, além das diferenças no desenvolvimento da categoria em cada uma delas. Mariani complementa que “esse estatuto particular da AD e da Psicanálise, porém, não impede que conexões sejam feitas a partir de indicações teóricas formuladas no interior de cada campo” (MARIANI, 2003, p. 59). Na condição de psicóloga, a Psicanálise é tomada nessa tese, não no sentido de “psicanalisar” o sujeito, mas, na sua aproximação com a AD, como contribuição que possibilita observar nas SD as possíveis capturas

inconscientes. A noção de discurso na Psicanálise, assim como na AD, permite a pesquisa sobre o enunciado. Permite-se que a Psicanálise “[...] possa ser empregada como uma estratégia de leitura, que leva em conta a memória e a história como textualidade, bem como a singularidade enunciativa [...]” (DUNKER, 2014, p. 155).

Destaca-se o suporte teórico a essas análises, que trabalham com a relação entre sujeito e língua, vinculada ao inconsciente, à história e à ideologia, procurando entender como o discurso produz sentidos, tendo em vista a formação discursiva em que o sujeito mulher fala de um lugar determinado, que julga ser seu e resultante de suas escolhas. Neste sentido, retoma-se o entendimento de que o discurso é prática política e esta “tem por função transformar as relações sociais no interior da prática social” (HERBERT/PÊCHEUX, 2011, p. 37).

Ademais, é interessante observar que o efeito de ilusão, produzido no e pelo discurso do empreendedorismo feminino, conduz a um processo de silenciamento da condição de sujeito que continua a mercê da ideologia dominante do mercado, por isso é importante interpretar, no dito, o que é silenciado nos depoimentos das mulheres premiadas, em condições outras que as fazem perceber-se como empreendedoras e empresárias de sucesso, nesta sociedade, regida pelos interesses mercadológicos, patriarcais e andocêntricos, em detrimento da realização do gênero humano.

Na noção de sujeito dividido proposta por Paul Henry (1990), Pêcheux chama a atenção para essa relação entre inconsciente e ideologia, ao mostrar que o inconsciente é a “causa que determina o sujeito exatamente onde o efeito da interpelação o captura” (PÊCHEUX, 1999, p. 277). Pêcheux explicita algo crucial para a compreensão da relação entre a Análise do Discurso e a Psicanálise.

O que se entende é que as mulheres exercem poderes de que tiram partido, na esfera doméstica, onde enraízam sua influência. Nesse sentido, as mulheres são colocadas em objetivações ou subjetivações, mas também em complexas relações de poder. Esse mesmo poder não se reduz à opressão e dominação, mas produz saber. Na perspectiva foucaultiana, onde há poder há resistência, pois “[...] jamais somos aprisionados pelo poder: podemos sempre modificar sua dominação em condições determinadas e segundo uma estratégia precisa” (FOUCAULT, 1979, p. 24).

Desenha-se aí uma espécie de carreira feminina, na qual as formas de resistência indicam outras respostas. Por todo o exposto, o objeto de estudo nos apresenta certas dificuldades porque, na relação do dizível com o indizível, o próprio analista corre o risco de se perder no caminho entre o dizer e o não-dizer.

Procurou-se, aqui, entender os processos de significação que sustentam a interpretação, revelando seus contornos mutáveis, e ver na sequência discursiva a presença de outro texto silenciado, mas que o constitui. Recoloca-se em questão a noção, sempre intensa, de que a história das mulheres avança, e que as categorias da contradição, silenciamento e resistência sejam consideradas.

3.4 Relações de Poder: a mulher e a exploração masculina (patriarcado)

Historicamente, sobre o patriarcado engendrou-se uma universalidade fictícia, a exemplo de fundamentos universais de um sujeito estável. Às mulheres a sua inserção numa estrutura patriarcal que a impulsionava na direção ao casamento e à subordinação. Para tal, mantida calada e proscrita em vários pormenores.

O termo patriarcado como conceito sociológico, é tratado por Linton (apud KLINENBERG, 1967, p. 384) para “designar o total de padrões de cultura associados com um status em particular”. E se a divisão sexual do trabalho é consequência de uma estrutura patriarcal determinante, evidencia-se uma das possíveis interpretações do conceito de patriarcado de filiação marxista. Como aponta Saffioti, “[...] é grande o peso da esfera doméstica no conceito típico-ideal. Rigorosamente, também a dimensão econômica tem a marca familiar, pois o poder patriarcal se organiza na economia de *oikos*” (SAFFIOTI, 1992, p. 194). Segundo a autora, o patriarcado enquanto um tipo-ideal weberiano não pode ser utilizado para fazer um exame totalizante das relações de gênero contemporâneas.

Sobre essas inscrições, emergem as tarefas de “feminização” do corpo da mulher, as vocações classificadas como tipicamente femininas. Contudo, quando essa mesma mulher atinge cargos altos tem que “pagar” pelo sucesso profissional com menor sucesso doméstico. Ademais, a recusa aos papéis convencionais gera rejeição e preconceito.

Da mesma forma, a sexualidade também tem o ápice da dominação masculina, visto que se tem como princípio um masculino ativo e um feminino passivo. Conforme Bourdieu (2005, p. 31), o desejo masculino é como desejo de

posse, como subordinação erotizada. Dessa maneira, o corpo feminino assume o papel de *locus* do exercício do poder masculino. Por todas essas diferenças, evidenciam-se e se enaltecem os atributos do homem, tentando anular as intenções da mulher. Na condição da mulher em uma sociedade hegemonicamente masculina, a personagem feminina não consegue se desvencilhar da (o)pressão do paradigma falocêntrico e se libertar.

Numa interação patriarcado-capital, no século XIX, as mulheres também foram lançadas para fora do mercado de trabalho. Incentiva-se, então, uma nova realidade social para as mulheres. Algumas tentativas contemporâneas tentam retratar, o próprio capitalismo como “patriarcado”, por entenderem que o capitalismo parece usar o patriarcado, e que este acaba sendo definido pelas necessidades do capital. Em outras palavras, as organizações das relações patriarcais são funcionais para o capitalismo e o patriarcado apresenta inúmeras dificuldades para uma análise que tente relacionar a opressão da mulher às relações de produção no capitalismo.

Ao dar atenção ao sofrimento da “mulher” de negócios, é importante analisar a relação entre capitalismo e patriarcado, considerando as contribuições do materialismo histórico para pensar as complexas relações entre exploração de classe e dominação/opressão de sexo/gênero. Também sabemos que alguns fatores contribuíram para a instauração do patriarcado como ordem social centrada na descendência patrilinear e no controle dos homens sobre as mulheres. Dentre eles, estão o reconhecimento do papel do homem na reprodução, o estabelecimento da propriedade privada, a instituição das relações predominantemente monogâmicas para as mulheres, o controle do corpo e da sexualidade das mulheres pela divisão sexual e social do trabalho.

A associação entre família e patriarcado pode ser buscada na Roma antiga. Lá, a família era centrada no homem. O patriarca tinha poder sobre os escravos, vassallos, filhos e, claro, sobre a mulher. Desta maneira, é importante notar que o patriarcado não se restringe ao poder do pai, mas ao poder masculino, enquanto categoria social. De forma geral, Narvaz e Koller (2006) apontam dois princípios básicos que regem a cultura patriarcal: as mulheres estão hierarquicamente subordinadas aos homens e os mais jovens aos homens mais velhos. Como consequência, as atividades masculinas têm maior valor que as femininas; a sexualidade, o corpo e a autonomia femininos estão legitimamente controlados pelos homens (SCOTT, 1995).

Dentro dos marcos do capitalismo, tratar sobre as relações de gênero e a desigualdade da mulher implica aprofundar estudos e análises, haja vista que, sobretudo, nos negócios, são visíveis as disparidades de várias formas, incluindo a participação diferenciada na força de trabalho e a segregação ocupacional por sexo.

As mulheres, desde a sua infância, tiveram de viver em espaços que restringiram e limitaram sua liberdade, uma vez que a elas era dado ocupar o espaço do privado. E ainda que exercendo atividades profissionais não vinculadas ao ato de cuidar, impõe-se às mulheres a responsabilidade pelo cuidado dos filhos e de seus familiares, além de outros cuidados e pelo trabalho doméstico. O ato de cuidar, em concomitância com as atividades profissionais, para cumprir normas historicamente criadas e interpretadas, são justificados como inerentes à natureza feminina. Daí porque a necessidade de entender o trabalho feminino, à luz da noção de divisão sexual do trabalho, pois mostra a complexidade da exploração capitalista. Isto ratifica que não se pode entendê-la a partir, apenas, do conceito de classe social, de forma simples, sem agregar a ele a visão social das diferenças de gênero que geram desigualdades entre os sexos, em prejuízo das mulheres, tal como contribuem Heleieth Safiotti, Helena Hirata e Daniele Kergoat.

Desse modo, entende-se que as relações de gênero, inscritas numa perspectiva teórica crítica são relações de poder. Sendo as relações familiares consideradas práticas reguladas por rituais ideológicos, a submissão é ideológica, e, como tal, pressupõe espaços enunciativos pré-determinados. Mas cumpre lembrar Zizek (1994, p. 29), para quem “não existem dois discursos, ‘masculino’ e ‘feminino’; há um único discurso, clivado por dentro pelo antagonismo sexual – isto é, fornecendo o ‘terreno’ em que é travada a batalha pela hegemonia”.

Pelo exposto, é possível reconhecer que os debates em AD, com a teoria marxista, estimulam estudar uma materialidade relacionando-a à realidade na qual é produzida, isto porque as condições de produção estão constantemente norteando atitudes e os discursos do sujeito.

Assim, diante do desafio de analisar o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios, esta tese traz as possibilidades de articulação de estudos sobre a mulher na perspectiva crítica de gêneros, no âmbito da AD à luz da teoria marxista, as constituições discursivas de duas imagens da campanha Prêmio SEBRAE “Mulher” de Negócios (PSMN) de 2016, encomendadas pelo SEBRAE Nacional à Agência Lew Lara (TBWA). A partir das materialidades escolhidas, buscou-se

entender a discussão de gênero e sua relação com conceitos propostos pela AD, considerando as condições de produção do discurso⁵⁰, em que os atos discursivos ocorrem, pois são históricos e não podem ser reduzidos às formações imaginárias, na medida em que as englobam.

O processo de produção do discurso é definido em Pêcheux como “o conjunto de mecanismos formais que produzem um discurso de tipo dado em ‘circunstâncias’ dadas” (PÊCHEUX, 1997, p. 74). Essas “circunstâncias” são suas condições de produção. Assim sendo, o processo de produção do discurso é o conjunto de mecanismos formais que produzem um discurso de um tipo dado em condições de produção dadas.

Nesta tese, confirma-se que as condições de produção do discurso incluem os sujeitos, a situação discursiva (as circunstâncias da enunciação, o aqui e o agora do dizer, o contexto imediato, o contexto sócio-histórico-ideológico – estes dois últimos estão separados a fim de explicação, pois na prática discursiva eles são indissociados), a memória discursiva, o interdiscurso.

O SEBRAE ocupa um lugar ideológico específico: é a “mão” do “pai” que ensina a “mulher” de negócios a caminhar no espaço público. Suas intervenções são determinadas pela cultura do patriarcado para capturar a subjetividade da mulher. A FDEF dá materialidade para seu discurso, e sobre o argumento da mão invisível pode-se recuperar o dito na SD 3, em “*a mão do SEBRAE*”. Precisa ser encarado como uma expressão metafórica para a concorrência capitalista e para o modo como esta concorrência coopta, de uma maneira quase irresistível, as ações dos capitalistas, dos trabalhadores e das “mulheres” de negócios, pois, na luta pela sobrevivência, os capitalistas buscam obter o máximo lucro possível, e os demais, sem grandes alternativas, procuram vender no mercado a sua força de trabalho.

Assim sendo, se a língua, como afirma Orlandi (2009, p. 37), “é sujeita ao equívoco e a ideologia é um ritual com falhas que o sujeito, ao significar, se significa”, reforça-se a discussão de gênero e sua relação com conceitos propostos pela AD, observando com a escritura do discurso do capital e seus efeitos de sentido, como se constrói a representação da “mulher” de negócios, que valoriza

⁵⁰ Reitera-se que Michel Pêcheux inseriu a abordagem marxista na análise do discurso, considerado o principal teórico e entusiasta, traz na análise do discurso francesa (AD), o conceito de condição de produção com um lugar privilegiado, na medida em que não é mais possível atribuir ao sujeito a produção de suas falas (ou seja, o sujeito não é a fonte do discurso).

certas posturas, mobiliza dizeres, alguns materializados (e outros silenciados) pela propaganda⁵¹.

3.5 O Lugar da “Mulher” de Negócios: que diferença faz?

Os estudos sobre a mulher, no capitalismo, vêm se aprofundando, nos últimos anos, sobretudo no que se refere às condições de trabalho a que são expostas, diferentes daquelas encontradas pelos homens.

Perrot (1998, p. 97) ao dizer: “Será necessário lembrar? As mulheres sempre trabalharam”, nos reforça que, na sociedade capitalista, é transferido à mulher o cargo de trabalhadora assalariada (por uma demanda do capital e pela conquista da sua autonomia financeira), mas sem o capital (SEBRAE) retirar dela a responsabilidade pelo cuidado com a casa e com a educação dos filhos (dada a ausência da ruptura da cultura patriarcal), assumindo, para tanto, intermináveis jornadas de trabalho, e ao homem cabendo não abdicar da sempre servidão feminina. A mulher, ao ser submetida ao jugo do seu marido (cuidar da casa e dos filhos) e do capital (trabalho assalariado), vai vivenciar sofrimentos em todo o seu processo de constituição familiar.

Engels (1844) reforça as bases objetivas da opressão da mulher no processo de formação das civilizações, instituindo a propriedade privada e a família monogâmica. Esta última relacionada a uma forma do homem garantir a propriedade privada, resultando, assim, no confinamento das mulheres ao ambiente doméstico e reforço a subordinação total ao homem – pai ou marido, que ratifica a divisão sexual do trabalho. Desse modo, vemos:

As desvantagens sociais de que gozavam os elementos do sexo feminino permitiam à sociedade capitalista em formação arrancar das mulheres o máximo de mais-valia absoluta através, simultaneamente, da intensificação do trabalho, da extensão da jornada de trabalho e de salários mais baixos que os masculinos (SAFFIOTI, 2013, p. 67).

⁵¹ A Propaganda e a Publicidade surgiram há muito tempo e, ainda que parecidas possuem significados diferentes. Ambas têm uma maneira de persuadir, mas com intenções distintas: a primeira com apelo ideológico e moral, e a segunda com apelo ligado às vendas. O objetivo de uma propaganda pode ir além do convencimento e abranger inclusive o aspecto educacional e informacional para o seu público-alvo. É o que se escolhe para a presente tese com relação a propagandas que fazem referência a “mulher” de negócios. Baudrillard (1991) afirma que em toda Propaganda há uma Publicidade velada, e Nascimento (2017) sublinha que em toda Publicidade há uma Propaganda agregada.

Em se tratando de um modelo de divisão sexual do trabalho, desqualifica-se os negócios das mulheres, sendo atribuídas a estas atividades em ambientes domésticos, desvalorizadas inclusive sem ou com baixas remunerações.

Kollontai acrescenta:

A mulher, a mãe operária, sua saga para cumprir três tarefas ao mesmo tempo: trabalhar durante oito horas num estabelecimento, o mesmo que seu marido; depois, ocupar-se da casa, e finalmente, tratar dos filhos. O capitalismo pôs nos ombros da mulher uma carga que a esmaga; fez dela uma assalariada, sem ter diminuído o seu trabalho de dona de casa e de mãe. Assim, a mulher dobra-se sob o triplo peso insuportável, que lhe arranca amiúde um grito de dor e que, às vezes, também lhe faz verter lágrimas. O afã foi sempre a sorte da mulher, mas nunca houve sorte de mulher mais terrível e desesperada que a de milhões de operárias sob o jugo capitalista durante o florescimento da grande indústria (KOLLONTAI, 1982, p. 50).

Pelo exposto, entende-se que o capital tira vantagem do sexismo, sobretudo porque as desigualdades de gênero são fundamentais para ele. Escondendo-se as realidades estruturais do sistema, sendo, pois, destinados às mulheres trabalhos no âmbito doméstico/privado. Engels, ao ratificar a derrota da mulher, afirma que “O homem apoderou-se também da direção da casa; a mulher viu-se degradada, convertida em servidora, em escrava da luxúria do homem, em simples instrumento de reprodução” (ENGELS, 1844, p. 15).

Nesse contexto, pergunta-se a quem pertence, afinal, o trabalho feminino? E mesmo sabendo que a alienação é comum a ambos os sexos, há implicações particulares no que tange às funções masculinas e femininas reverberando em desigualdades de gênero. Ao acrescentar, aqui, a pergunta feita por Freud: “O que quer a mulher?”, reitera-se, sobretudo, nos dias de hoje, o mal-estar referente aos impasses colocados pelas escolhas e desejos femininos, que extrapolam o ideal materno. De fato, o que se pretende é referir a “mulher” de negócios (no discurso do SEBRAE), que exerce também trabalho não remunerado na ordem da reprodução social, num sistema patriarcal e capitalista, invisível, no ambiente doméstico, que favorece, principalmente, ao homem que ocupe o espaço público.

Nesse cenário, é importante ressaltar que, ao fazer questionamentos sobre a condição da exploração da mulher, estes caminham em conjunto com a luta pela emancipação da mulher numa sociedade que a inferioriza em detrimento do homem, sobretudo pela superação da ordem capitalista e patriarcal de gênero.

Assim, considerando os inúmeros desafios, ao centrar estudos sobre a desigualdade de gênero, pondo o problema de classe, associando-os a uma visão marxista, ratifica-se como a ideologia se instaura por meio de parceiros institucionais/empresariais, a exemplo do SEBRAE, constitui um instrumento utilizado pela classe dominante para manter o seu poder sobre os dominados.

As imagens escolhidas para análise, nessa subseção, são de peças publicitárias da campanha PSMN/2016, elaboradas pela Agência SEBRAE de Notícias (ASN), dirigidas ao público feminino, em parceria com a Agência Lew Lara (TBWA). Nas peças, foram atribuídos substantivos, tais como: a coragem, a atitude, a criatividade, a determinação e a felicidade – às mulheres que trabalham em seus negócios e, em cada cena, foram hiperbolizados e contextualizados aos negócios. Extraí-se, das cinco imagens (peças da campanha), duas para análise. São imagens de mulheres envolvidas pelos substantivos hiberbolizados nas cores azul do SEBRAE, usando um uniforme do tipo avental, com imagens não nítidas, ao fundo, que remetem a espaços domésticos. Acompanha a cena, a marca do prêmio, à direita, como um “dado” ou ponto de partida para a leitura da imagem do “prêmio”, seguindo o texto:

SD6 – Prêmio SEBRAE “mulher” de negócios. O talento feminino nas micro e pequenas empresas. Compartilhe a sua história e inspire outras mulheres a também serem empreendedoras de sucesso. Você ainda pode ganhar uma viagem internacional para aprimorar a sua gestão. Acesse: mulherdenegocios.sebrae.com.br e inscreva-se.

Ao centro, as mulheres, com os destaques para a definição dos substantivos femininos: coragem e felicidade, remetendo às mesmas expressões da FDEF trazidas no Quadro 1 desta tese como elementos de saber presentes nas narrativas das mulheres reconhecidas e premiadas pelo PSMN.

Figura 2. Peça publicitária da campanha PSMN/2016.

Disponível em: <http://polybandeira.com/Premio-Sebrae-Mulher-de-Negocios>

Figura 3. Peça publicitária da campanha PSMN/2016.

Disponível em: <http://polybandeira.com/Premio-Sebrae-Mulher-de-Negocios>

As mulheres, como é sabido, desde a sua infância⁵², foram estimuladas a viver em espaços que restringiram e limitaram sua liberdade, uma vez que a elas era

⁵² Pode-se sublinhar a noção de currículo oculto, porque se entende que várias vozes o circulam. Para Silva (2000) o currículo oculto pode ser entendido como um conjunto de atitudes, valores e comportamentos que não fazem parte de forma explícita do currículo formal, porém, são implicitamente “ensinados” por meio das relações sociais, dos rituais, das práticas e da configuração espacial e temporal. O currículo é uma construção cultural e, como tal, transmite ideologias e concepções impostas por grupos dominantes que embasam e frutificam desigualdades sociais, culturais, raciais, de gênero, dentre outras. Desta análise, observa-se por que é tão importante e

dado ocupar o espaço do privado. As imagens escolhidas, para os gestos de análise, trazem mulheres com avental, com plano de fundo de espaços domésticos, a exemplo de um “forno” e o “cantinho da Rosa”. Um ponto importante a ser analisado é a presença do avental e lenço como companheiros da vida doméstica. Uma peça que traz o sentido da manutenção da limpeza no corpo da dona-de-casa que trabalha, como sendo uma segunda pele da mulher, como extensão do espaço doméstico.

Por meio delas, o SEBRAE reforça o ato de cuidar, o estereótipo do feminino tradicional em concomitância ao empreendedorismo, e que para cumprir novas atribuições, há normas historicamente criadas, justificadas como inerentes à “natureza” feminina. Esta “interpelação fundante é reiterada por várias autoridades, ao longo de vários intervalos de tempo, para considerar esse efeito naturalizado” (BUTLER, 2007, p. 161). Desse contexto, o que se nota é uma performatividade de gênero por meio dos atos de fala.

Ademais, ao tratar de “talento”, a SD6 reforça como a transmissão da ideologia é facilitada com a existência de uma mentoria (pelo SEBRAE), que auxilia no desenvolvimento de competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) consideradas necessárias a gestão do negócio, assim como os modelos de sucesso são exaltados e tratados como absolutos e resultantes de prosperidade e riqueza, que atendam aos interesses capitalistas, mesmo que para uma parcela de empresas (micro e pequenas). Ademais, em “compartilhe a sua história e inspire outras mulheres”, vê-se o sequestro da subjetividade a partir do discurso na divulgação de narrativas/histórias, considerando a existência de uma função ideológica que visa a internalização de valores por outras mulheres. A partir disso, o PSMN exerce a ideologia que atende a interesses do mercado, criando uma premiação para aquelas que alcancem o sucesso.

Ainda em complemento as análises da SD6, no manifesto por Bandeira (2016), disponível em: <http://polybandeira.com/Premio-Sebrae-Mulher-de-Negocios>, a redatora da agência criadora da Campanha, a pedido do SEBRAE, revela:

necessária ampliar a discussão sobre o papel do currículo oculto e seus efeitos no âmbito educacional e para a sociedade como um todo.
Ver em SILVA, T.T. Teoria cultural e educação: um vocabulário crítico. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

SD7 – “Mulheres que assumem o desafio de empreender no Brasil merecem todos os elogios do nosso vocabulário. E foi justamente nos apropriando da riqueza dos adjetivos da língua portuguesa que criamos a campanha Prêmio SEBRAE “Mulher” de Negócios de 2016. Afinal, muitas das nossas palavras são classificadas gramaticalmente como “femininas” e, mais que isso, são ricas de significados e personalidade da mulher empreendedora, como: a coragem, a atitude, a criatividade, a determinação e a felicidade. Nas peças atribuímos os adjetivos às mulheres que trabalham em seus negócios e damos a cada uma dessas cenas significados hiperbolizados e contextualizados no mundo empreendedor. Ou seja, é o talento feminino nas micro e pequenas empresas. O objetivo é que as mulheres de negócio possam sentir mais confiança nas suas próprias histórias, se empoderar e acreditar que merecem ganhar este prêmio”.

O que se apreende a respeito de uma memória sobre a mulher é que há a tentativa de produzir sentidos ao enunciar-se “mulher” de negócios e não uma “mulher do lar”. Em se tratando das materialidades discursivas extraídas, recorre-se a Zoppi-Fontana (1997, p. 51) que auxilia a entender que “a emergência de um enunciado ou de uma posição enunciativa que reconfiguram o discurso, e através deste participam do processo de produção do real histórico”.

Sendo assim, entende-se que as condições histórico-culturais influenciam os discursos que circulam em relação à mulher, especialmente, sobre empreendedorismo, porém sem perder de vista sua função feminina precípua que é cuidar do espaço doméstico, da família. Essas contradições presentes no discurso, junto a restritiva dada pela campanha: “mulheres que trabalham” (como se em casa não fosse trabalho), com os adjetivos “corajosas” e “felizes”– agregam-se ao surgimento de um novo tipo de discurso do mercado, o de poder.

Nesse caso, o tipo de discurso esboça seus efeitos de verdade sobre o poder de forma particular. O discurso do SEBRAE, por exemplo, aciona aquilo que se converte em credibilidade, seja pela propaganda ou pelas narrativas das mulheres reconhecidas no PSMN. De “sexo frágil” ao empoderamento feminino, diversos são os sentidos construídos sobre a mulher. E, assim, o empoderamento feminino está no bojo das discussões atuais e permite-se tramitar pela história, pela memória, percorrendo saberes que se entrelaçam por meio da linguagem, produzindo gestos

de análises. Isto leva a apreender como se delineiam as identidades da mulher nos discursos de propagandas pelo SEBRAE. Em vista disso, o que está em jogo é a luta constante pelo empoderamento, o saber como poder e fruto de relações de luta.

Lacan (1992) traz um sujeito “voraz”, fabricando um sujeito animado pelo “desejo capitalista” que interpreta sua falta estrutural como “falta a ser rico”, produzindo o sujeito inadimplente, descapitalizado, sempre em dívida com os apelos que não lhe cessam de chegar (QUINET, 2012). Mais que isso, nos estudos das relações polissêmicas de imagem e texto, estabelecidas por meio da apresentação (ou tensão), analisando o discurso e os efeitos de sentido produzidos pelas peças, a partir de suas condições de produção, considerando as condições sócio-histórica e ideológica, os interlocutores⁵³ e a memória, observa-se, também, que a publicidade se constitui por imagem e texto verbal, no modo imperativo, adequando-se ao público que pretende atingir e, principalmente, por seu caráter persuasivo.

Sobre esses aspectos supracitados, importa dizer que a subjetividade é uma das questões mais importantes nos trabalhos de Lacan. Para entender esses processos de subjetivação, Lacan desenvolve alguns conceitos que destacamos nessa tese e que são de suma importância para entender qual o *status* do sujeito na AD materialista, uma vez que Pêcheux se utiliza de conceitos lacanianos (Inconsciente, Falha, por exemplo). Outro conceito importante é o equívoco, que nasce a partir das reflexões lacanianas sobre a subjetividade e os processos de subjetivação. Além disso, a partir da teoria do significante em Lacan, temos que, para a Análise de Discurso Materialista, o Inconsciente (ou o discurso do sujeito) se dá pelo Outro que marca a cisão do sujeito, a emergência de um *non-sense*, no qual se instauram pontos de deriva discursivos, que não detém nem proporcionam qualquer oportunidade de controle intencional por parte do sujeito.

Assim sendo, a manipulação é inerente à construção da imagem publicitária, com o objetivo de criar uma significação específica, pois profere um discurso que

⁵³ Para Pêcheux (1990, p. 61-62), o discurso como “[...] efeito de sentidos entre interlocutores”, é o lugar de contato entre a língua e a ideologia, sendo que a materialidade da ideologia é o discurso e a materialidade do discurso é a língua. O discurso reflete uma visão de mundo determinada, vinculada aos seus autores e à sociedade em que vivem. O que nos interessa é apontar que esses sentidos, e as imagens analisadas ganham visibilidade e legitimação no discurso social ao serem formulados de uma instância enunciativa (auto)reconhecida como lugar próprio, a exemplo do SEBRAE. Vê-se a circulação do dizer na sociedade de forma integrada ao próprio processo de constituição da subjetividade e aos processos de designação servindo a “mulher” de negócios como suporte.

busca convencer o destinatário de uma ideia. Barthes (1984) explicita isto quando diz que:

(...) em publicidade, a significação da imagem é, certamente, intencional: são certos atributos do produto que formam a priori os significados da mensagem publicitária, e estes significados devem ser transmitidos tão claramente quanto possível; se a imagem contém signos, teremos certeza que, em publicidade, esses signos são plenos, formados com vistas a uma melhor leitura: a mensagem publicitária é franca, ou pelo menos enfática (BARTHES, 1984, p. 28).

Por isso, os diversos significados que ainda poderão traduzir-se, ao aprofundar a análise sobre peças em estudo, permitem ir além daquilo que se vê, ou seja, a mensagem conotada. Para Barthes (1984, p. 32): “[...] toda imagem é polissêmica, implicando subjacente aos seus significantes, uma ‘cadeia flutuante’ de significados, dos quais o leitor pode escolher uns e ignorar outros”. Sendo assim, o processo de compreensão cultural e ideológica das imagens influenciará diretamente a identificação da produção de efeitos de sentido. Entendemos que a escolha das imagens se justifica em verificar como a “mulher” de negócios é significada no discurso do SEBRAE.

Além disso, de modo abrangente, as sociedades atribuem significados simbólicos às cores, que dependem da época e do contexto em que estão inseridos, sua veiculação de conceitos e sua integração com os elementos sociais. Portanto, a cor é compatível com a sociedade e realizável em uma representação, também imersa em um sistema de ideias. A exemplo das peças, a cor azul carrega um significado em nossa sociedade, sobretudo no ocidente, como associada ao masculino, ao passo que a cor rosa, associada ao feminino. Assim, o gesto simbólico da cor azul, com seus efeitos de sentido, ratifica a masculinidade pública, sendo a mulher colocada, conforme as imagens escolhidas, no espaço prioritário do homem, no espaço azul. E mesmo que as palavras hiperbolizadas estejam classificadas como “femininas”, estão significando, por exemplo, um dos adjetivos destinados ao homem, a saber: a coragem, necessária às mulheres que trabalham em seus negócios.

As cenas retratadas ocupam uma página, formando uma única cena. Os cenários revelam mulheres jovens, do ponto de vista classificacional e simbólico, cabelos presos, torço na cabeça como se demonstrasse não profissionalismo, em pé, apoiadas, braços quase todos cruzados, com expressões de seriedade, e

sorrisos, traços finos, remetendo à imagem de “mulheres comportadas”, bem-sucedidas, conjugada à delicadeza atribuída socialmente ao sexo feminino, aproximando-a do estereótipo da ‘mulher perfeita’. Todavia, a conotação pode ser outra: a mulher “para serviços domésticos”, como uma performance feminina no mundo dos negócios, reforçando a ideia de um mundo tradicionalmente masculino, para a manutenção da ordem e sua função em esfera privada.

Ter essas aparências, nesse caso, faz parecer que qualquer sucesso não vem da sua capacidade, mas de favores concedidos (pelo SEBRAE – o pai na esfera pública). As imagens ratificam, pois, a incorporação do trabalho feminino no mundo produtivo⁵⁴, mas ao contrário do homem, a mulher, ao se colocar no mundo do trabalho, soma seu trabalho com atividades do lar e às consequências de seus múltiplos papéis – levada a assumir longas jornadas de trabalho por acumular tarefas dentro e fora de casa.

Para Kress e Van Leeuwen (2006), existe o caráter ideológico dos elementos visuais na composição de um texto escrito e, segundo eles:

As estruturas visuais não simplesmente reproduzem as estruturas da realidade. Pelo contrário, elas produzem imagens da realidade que está vinculada aos interesses das instituições sociais no interior das quais as imagens são produzidas, circuladas e lidas. Elas são ideológicas. As estruturas visuais nunca são meramente formais: elas têm uma dimensão semântica profundamente importante (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006, p. 47).

Retomando o aspecto cromático, vale reforçar que a interação por meio da peça publicitária e do SEBRAE com o público particular feminino é realizada com a seleção do “dado”, ou seja, o Prêmio SEBRAE “mulher” de negócios, no Brasil, 13ª Edição. Para o referido público, ao se relacionar o “novo”, os substantivos e suas descrições destacados, na cor azul, reforçam a verdade, a intelectualidade, a advertência, haja vista que por meio do substantivo, ao designar o trabalho do tipo novo para a mulher (de negócios), cria necessidades de participação ao Prêmio,

⁵⁴ Kergoat (1996) auxilia no entendimento de que a noção de trabalho doméstico não nega o poder dos movimentos sociais e dos agentes históricos. É a forma concreta que torna o trabalho reprodutivo designado para o grupo das mulheres em uma sociedade assalariada. Ela se coloca como uma dimensão da divisão sexual do trabalho, quando da reestruturação trazida pelo desenvolvimento do sistema capitalista, que separa um espaço/tempo para trabalhar e ganhar um salário do espaço/tempo do trabalho de reprodução. Ainda em Kergoat (2003) afirma-se que o trabalho de reprodução é considerado função e território feminino, sendo que a noção de trabalho doméstico está ligada às relações afetivas da família e baseada na “disponibilidade” materna e conjugal das mulheres.

com o “dado” – o apoio do SEBRAE, que pretende construir e premiar a “mulher” de negócios.

Nessa esteira, as imagens põem enunciados conflitantes, que se digladiam e acabam reproduzindo performances identitárias. Esse movimento, pois, de reconfiguração teve sua materialização singularizada pela forma linguística: à medida que o enunciador SEBRAE (como locutor do enunciador ideológico, o Capital) evidencia, por hipérboles, as palavras que fazem parte da reestruturação para uma “nova” configuração da mulher contemporânea. E ao considerar as análises sobre as materialidades escolhidas, analisa-se como a memória mobilizada pela propaganda, em enunciados que inscrevem um lugar para a mulher como sempre num espaço doméstico e limitado, seguindo um padrão de mulher construído, tendo os papéis femininos culturalmente determinados, uma fragilidade implícita no discurso do SEBRAE (PAI) que autoriza as mulheres a serem de negócios nos moldes patriarcais.

As imagens escolhidas são marcadas pela contraposição de formações discursivas, construídas em contextos sociais e históricos diversos, a partir de vontades de verdade (pelo SEBRAE). De um lado, temos a memória do lugar de uma mulher submissa aos padrões pré-estabelecidos; de outro, a mulher que precisa mostrar seu valor e capacidade para empreender. Em se tratando de movimento de mudanças, os discursos acabam por orientar os indivíduos a anteciparem o seu futuro.

Destarte, a inserção da “mulher” nos negócios, até então predominantemente masculino, é apresentada como natural e sem conflitos, como uma essência imutável, com a missão de cuidar, com responsabilidades e como reforço argumentativo, o discurso do SEBRAE lança expressões, a exemplo de “talento feminino”, “inspire outras mulheres”, “mulheres que assumem o desafio de empreender no Brasil merecem todos os elogios”.

Tem-se, pelo exposto, um processo que constitui uma forma de interpelação da ideologia na constituição da forma-sujeito mulher. Uma mulher estranhada de seu ser, de si mesma, e imersa em classes antagônicas, pois suas atividades se dão na relação com as atividades dos outros. Uma determinação enxergada mediante a posição que ocupa na divisão sexual do trabalho. Marx, quando questiona a quem pertence o produto do trabalho realizado pelo trabalhador afirma que:

Se o produto do trabalho me é estranho, [se ele] defronta-se comigo como poder estranho, a quem ele pertence, então?

A outro ser que não eu.

[...] O ser estranho ao qual pertence o trabalho e o produto do trabalho, para o qual o trabalho está a serviço e para a fruição do qual [está] o produto do trabalho, só pode ser o homem mesmo.

Se o produto do trabalho não pertence ao trabalhador, um poder estranho [que] está diante dele, então isto só é possível pelo fato de [o produto do trabalho] pertencer a um outro homem fora o trabalhador. Se sua atividade lhe é martírio, então ela tem de ser fruição para um outro e alegria de viver para um outro. Não os deuses, não a natureza, apenas o homem mesmo pode ser este poder estranho sobre o homem (MARX, 2004, p. 86).

Ao partirmos do entendimento a respeito do imbricamento entre patriarcado e capitalismo, podemos, então, analisar sobre o trabalho da mulher, especialmente o recorte dado sobre a “mulher” de negócios por meio do discurso do SEBRAE, a partir das duas imagens – *corpus* da análise nessa subseção.

As contribuições de Marx acerca da exploração do trabalhador no sistema capitalista, e da relação entre emancipação política e emancipação humana são fundamentais quando falamos sobre a situação da mulher. Mesmo que a questão da mulher não tenha sido desenvolvida por Marx em seus estudos de forma profunda, não por acaso, as vertentes feministas reforçam a existência do entrelaçamento entre capitalismo e patriarcado e a necessidade de superação de ambos para que a mulher seja de fato livre.

É preciso entender que as relações de gênero não se dão, tampouco devem ser analisadas sem uma relação direta com a constituição humana, posto que a liberdade feminina pressupõe antes de tudo a liberdade humana, por meio do “domínio consciente sobre o processo de autoconstrução genérica e sobre o conjunto do processo histórico [...]” (TONET, 2005, p. 15).

Livres dessas normatividades de gênero, as mulheres poderão romper com a servidão doméstica, mesmo consideradas de negócios, e empenhar plenamente suas capacidades como membros produtivos da sociedade. Livre da coação econômica sobre a qual repousa a família burguesa, como a conhecemos hoje, desaparecerá e as relações humanas se transformarão em relações livres, com condições do exercício da liberdade, usufruindo de uma vida social pautada na igualdade de gênero.

4 A “MULHER” DE NEGÓCIOS ENTRE A ANÁLISE DO DISCURSO E A PSICANÁLISE: PERCURSOS TEMÁTICOS, SEMÂNTICOS E IMAGÉTICOS

Recria tua vida, sempre, sempre.
Remove pedras e planta roseiras e faz doces.
Recomeça.
Cora Coralina

Ao tentar analisar uma mulher “decidida” que “sai de casa” para viver a vida que queria, mas que talvez não tenha sido aquela que aspirava; eis o inescusável retorno ao ponto de partida das análises essenciais a tese que se demonstra.

Nessa acepção, quando se entende que Pêcheux toma partido pelo “fogo”, ao demonstrar que a situação não era tranquila e urgia por transformações teórico-analíticas, confirmando que “não há fumaça sem fogo” (PÊCHEUX, 2009, p. 269), é que as posições filosóficas, políticas e linguísticas defendidas até então precisavam ser pensadas, de modo que fosse possível compreender e, supostamente, transformar o rumo da história.

Pêcheux, ao assumir sua posição política no debate instaurado a partir da queda do Programa Comum da Esquerda francesa, vê-se o reencontro com análises lacanianas por reconhecer, na própria divisão da esquerda francesa, os sintomas da segmentação do sujeito, sob a condição de tomá-la como forma de resistência política e de abertura a pensamentos emergentes. Esse autor traça um caminho inverso ao de Lacan, ao aproximar a Linguística como apoio para seus estudos em Psicanálise para dar suporte à AD.

Pêcheux, então, convoca a Psicanálise como uma das disciplinas constituintes desse campo, ratifica a interdisciplinaridade como alvo dos estudos relativos à linguagem e ao discurso. Sendo assim, esse campo de estudo passou a figurar entre os pilares que sustentam e fomentam a interlocução entre as duas disciplinas.

De fato, a Psicanálise abre uma brecha no próprio movimento marxista ao mostrar que o real do inconsciente não se reduz ao real da história e que o sujeito do inconsciente não é redutível ao sujeito da ideologia. Explicando, vemos que o inconsciente é a “causa que determina o sujeito exatamente onde o efeito de interpelação o captura [...], pois os traços inconscientes do significante não são jamais ‘apagados’ ou ‘esquecidos’, mas trabalham, sem se deslocar, na pulsação

sentido/non-sens do sujeito dividido” (PÊCHEUX, 1975, p. 300). O recalque sempre deixa atrás de si as marcas do apagamento do significante, como nos mostra Freud no desenvolvimento desse conceito, ao tratar sobre o retorno do recalcado como uma de suas etapas necessárias⁵⁵.

Para Pêcheux, pelo exposto, não se pode dizer que é possível fazer do inconsciente a fonte da ideologia dominada, porque “a ordem do inconsciente não coincide com a da ideologia, e o recalque não se identifica nem com o assujeitamento nem com a repressão. Também isso não significa que a ideologia deva ser pensada sem referência ao registro inconsciente” (PÊCHEUX, 1975, p. 301).

A discussão sobre efeitos de sentidos de ideologia e inconsciente nas teorias do Discurso envolve, inicialmente e não somente, duas áreas: a história e a Psicanálise. Sobre Análise do Discurso, faz-se referência às produções teóricas desenvolvidas inicialmente na França por Pêcheux (2010[1969]) e Orlandi (1987) no Brasil. Sobre Psicanálise, faz-se referência aos ensinamentos lacanianos pelas (re)leituras de Pêcheux.

As dificuldades no entendimento dos conceitos estão no objetivo de cada um deles: enquanto um, a ideologia, busca entender processos coletivos da relação entre sociedade e indivíduo, o outro, o inconsciente, ocupa-se do processo singular da constituição das estruturas psíquicas humanas.

Sobre o inconsciente, é possível fazer uma abordagem histórica da categoria por meio das influências filosóficas em Freud e Lacan, todavia, pela proposta desta tese o foco se concentra na conceituação elaborada pelo próprio Lacan. O inconsciente é uma forma de se declarar ao não consciente, se deixando perceber através das falhas ou dos equívocos. Dessa forma, o inconsciente laciano é bem específico das referências de Freud sobre o equívoco (a falha), ou mais especificamente: “[...] o inconsciente freudiano, é nesse ponto que eu tento fazer vocês visarem por aproximação que ele se situa nesse ponto em que, entre a causa e o que ela afeta, há sempre claudicação [...]” (LACAN, 1988a[1964], p. 27).

Para Lacan, é possível fazer análise para perceber o inconsciente pela significação a partir de estruturas psíquicas ditas por um “sujeito” em seu divã. Conforme Pêcheux (2010[1975]), é pelo discurso que as lutas por sentidos afetados

⁵⁵ FREUD, Sigmund. A Repressão. In: Obras Completas. Rio de Janeiro: Imago, 1969, v. XIV.

pela ideologia são materializadas na língua. O primeiro autor usa a falha para perceber o inconsciente, o último usa a falha para dar conta da própria falha na teoria. Ambos os autores possuem suas respectivas “posições sujeitos”, seja um em sua construção analítica do psíquico humano contra os fenômenos filosóficos, seja o outro na crítica das evidências dos sujeitos pelos processos discursivos.

É possível entender esses dois conceitos em constante processo de significação, de acordo tanto com a teoria lacaniana da separação entre significante e significado, quanto com a teoria de Pêcheux dos “efeitos de sentido”, como demonstrados nas análises da SD na presente tese. Vale destacar que o conceito de ideologia não é consensual na história, assim como o conceito de inconsciente não é inerte, e muito menos definido na própria teorização lacaniana.

Assim, a ideologia, na Análise do Discurso, é um conceito sublinhado por suas especificidades teóricas dentro da própria área do conhecimento do discurso. Ao se colocar aqui como analista do discurso e como psicóloga, a proposta é deixar de recalcar a insistência do sentido do idealismo e do inconsciente na compreensão dos aspectos dos processos discursivos.

Como psicanalista, Michel Plon reforça que o adendo: “Só há causa daquilo que falha” marca a proximidade de Pêcheux com os fundamentos lacanianos daquele tempo. Para o autor:

Tudo parece ter se passado como se Michel Pêcheux tivesse entendido bem alguma coisa de essencial procedente da Psicanálise lacaniana, mas como se, ao mesmo tempo, ele não chegasse a se livrar do peso ou da armadura, cujas exigências mínimas eram da ordem da prudência, uma prudência comandada pela política; como se ele não pudesse se autorizar totalmente, dar-se o direito de aceitar não somente que *isso falha* mas que *isso deve falhar*, que é inelutável que *isso falhe*, que *isso falhará* para sempre e que é vão esperar, ou mesmo tentar apressar [...] a chegada do momento, do tempo em que *isso não falhará* mais, do tempo das *manhãs riosas* em que *isso não caminhará* mais obliquamente, em que *isso funcionará* sem equívocos, sem defeitos, sem furos [...] (PLON, 2005, p. 41-42).

Destaca-se, pois, que a Psicanálise não representa, para nós, uma forma complementar ao marxismo, nem um retorno à subjetividade que compensaria a análise objetiva do materialismo histórico ou a forma anunciada do seu fracasso. A tensão na relação “Pêcheux e Lacan”, por exemplo, nos faz entender que partir da “teoria” lacaniana dos discursos, a Psicanálise ganha direito em relação àquilo que já havia sido enunciado na abordagem freudiana do Witz: o inconsciente desponta

como uma forma de discursividade passível de intervir no laço social determinado pelo discurso do capital.

Do exposto, são trazidos os fundamentos supracitados para entender sobre como essas mulheres de negócios contemporâneas, nesta pesquisa, representadas pelo discurso do SEBRAE, identificam-se com os saberes da FD empreendedora na perspectiva de gênero. Entende-se que as materialidades discursivas trazidas a análises abrigam saberes da FD patriarcalista.

A “mulher” de negócios contemporânea assume a forma-sujeito empreendedora/“mulher” de negócios, mesmo assim fragmentada e como um conjunto de posições diferentes relacionadas a uma mesma FD. As mulheres podem estar ocupando, nesse sentido, um espaço tradicionalmente masculino. Com isso, importante reconhecer que posicionamentos se aproximam da forma-sujeito mulher empreendedora e outros se afastam. Ao se relacionarem com outros sujeitos sociais, e a partir de diferentes discursividades, as mulheres, conseqüentemente, têm seus posicionamentos discursivos particulares, mas também fragmentados. Não se pode esquecer de que a Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino (FDEF) não é fechada em si mesma, há tensões no seu interior. Indursky (2008) esclarece sobre as vozes discordantes no interior da FD, configurando-se em desidentificação do sujeito.

E ao analisar as SD que constituem o *corpus* dessa presente pesquisa, também evidenciamos que os textos da coletânea de histórias/narrativas das mulheres de negócios, reconhecidas como de sucesso, possuem o mesmo formato (o que pode e deve ser dito), título dado pela candidata/vencedora no ato da inscrição ao prêmio, nome da mulher, nome do negócio e a categoria de concorrência. Ressalta-se, ainda, que como a inscrição é feita no próprio *site* do Prêmio, existe número limite de caracteres, sendo apresentados documentos que comprovem a regularidade fiscal e estatutária, bem como os critérios para avaliação das candidatas, considerando os seguintes aspectos:

SD8

Na Gestão:

1. Marketing e Vendas;
2. Finanças;
3. Gestão de Pessoas;
4. Processos e Operação;
5. Inovação e Tecnologia;

6. Legislação e Normas;
7. Estratégia;
8. Empreendedorismo.

No Relato:

1. Desafios para abrir o empreendimento;
2. Visão de Futuro;
3. Ideias inovadoras e adaptação às novas tendências;
4. Atuação democrática, transparente, inspiradora e motivadora;
5. Participação ativa nos negócios, perseverança e superação dos desafios;
6. Ambiente participativo e agradável para quem trabalha no seu negócio;
7. Estabelecimento de relacionamentos duradouros com os clientes;
8. Preocupação com a preservação do meio ambiente e da cultura da sua região;
9. Estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento das atividades;
10. Lições aprendidas (por meio de experimentações, erros cometidos ou compartilhamento de informações);
11. Crescimento dos resultados obtidos;
12. Contribuição para o desenvolvimento de outras empreendedoras (PSMN, 2017, p. 05)⁵⁶.

Na SD8 interpreta-se o funcionamento do discurso (a partir de uma regra) tanto de um ponto de vista da AD quanto da Psicanálise. Nela, vê-se uma série de expressões que mantém uma relação direta com a história dos discursos (condições de produção) de onde foram pinçados (COURTINE, 1982). Observam-se as exigências do SEBRAE para que as mulheres consideradas de negócios possam ser reconhecidas pelo que fazem, para nós, um recurso discursivo significativo ao considerar as contribuições da AD, quanto da Psicanálise (LACAN, 1998e).

Os itens acima levam a pensar que o sujeito “mulher” de negócios vai viver dilemas e conflitos sobre discernir o que é certo ou errado ao escrever sua história, que é avaliada pelo SEBRAE. Das exigências trazidas, do ponto de vista gramatical, importante avaliar a regência dos termos. Veem-se verbos com o uso de complementos introduzidos ou não por preposições (daí serem transitivos diretos ou indiretos), bem como nomes (substantivos e adjetivos), requerendo complementos preposicionados.

O complemento nominal das palavras, que iniciam as recomendações, revelam as descrições de como deverão ser comprovados os comportamentos e as atividades da mulher que tem negócio, situando-se mais uma vez (des)identificações do sujeito, que se coloca, hora numa posição de “errada”, e hora numa posição

⁵⁶ Ver em: <http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/site/regulamento>

julgada como “correta” a fim de que sua história seja reconhecida. Atravessado por uma formação discursiva dominante, ditada pelo capitalismo, o sujeito encontra-se em uma encruzilhada entre “escolher” qual posição ocupar e de que maneira deve/pode lidar com esta “escolha”, e, ao narrar, observamos em suas histórias as metáforas, deslizamentos, no sentido lacaniano, que são colocados nos desfechos dados pelas mulheres.

Então, ao considerar os critérios de avaliação, a candidata interpreta o modo possível pelo qual pode responder às demandas por punir-se e/ou bonificar-se, de acordo com suas tomadas de posição. Mas também, o desejo de contentar, não só a si, como aos outros (e diria aqui, a posição do sujeito em relação à demanda do Outro – o SEBRAE) percorre toda a história. A mulher sempre irá colocar-se numa posição de alguém que deve responder a uma demanda. Ela está cumprindo ordens do SEBRAE, ao desobedecê-lo sente-se impelida a atender seu desejo de qualquer maneira. Contudo, uma vez a mulher satisfeita por meio das demandas, seus erros são apagados, e ela pode ser reconhecida e premiada, considerada “mulher” de negócios de sucesso, mas porque consegue, finalmente, atender ao desejo do SEBRAE por meio do PSMN.

Nesse sentido, o sujeito mulher se põe à mercê do discurso do Outro⁵⁷, que lhe faz exigências às quais ela tenta de todo modo responder, mesmo sem ter certeza se é isto o que realmente faz e quer; isto porque este discurso do Outro lhe venha revestido de um discurso dominante, de uma formação social dominante, com a qual, por força da ideologia, ela se sente interpelada a identificar-se.

O Outro personificado no SEBRAE se torna a sede e a sede do poder, nos dois sentidos, porque o sujeito é alienado aos significantes que vieram do Outro com a série “Tu és...”. A alienação ao Outro da linguagem dá o fundamento da alienação ao Outro do amor e da transferência – assim como a conhecida dependência do analista. Com isso, o sujeito oscila entre a alienação e a separação em relação ao Outro.

⁵⁷ Destaca-se o sentido ao grande Outro, em Lacan, que se escreve com a inicial maiúscula e assim dispensa o adjetivo “grande”, pois já se sabe que se trata do Outro, que se distingue do (pequeno) outro. O grande Outro como discurso do inconsciente é um lugar. É de onde vêm as determinações simbólicas da história do sujeito. É o arquivo dos ditos de todos os outros que foram importantes para o sujeito em sua infância e até mesmo antes de ter nascido. É o lugar onde se coloca para o sujeito a questão de sua existência, de seu sexo e de sua história. A própria condição do sujeito depende do que se desenrola no Outro, que Freud nomeou o inconsciente: a Outra cena, o Outro palco. Ver em QUINET, Antônio. **Os Outros em Lacan**. Coleção Passo a Passo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

Dos critérios trazidos, observa-se o uso dos termos: “marketing e vendas, finanças, pessoas, processos, inovação, legislação, estratégia e empreendedorismo”. Explicitando ainda as exigências (no relato das mulheres), os termos são: “desafios, visão, ideias, perseverança, superação, ambiente participativo e agradável, relacionamento, clientes, meio ambiente, cultura, parcerias, lições, crescimento e contribuição” e que por isso confirma-se a padronização, o enquadramento, o disciplinamento, o modelo (padrão) que, para o SEBRAE, o discurso do capital é salutar ao processo de reprodução da ideologia dominante.

Os saberes propostos são mecanismos de assujeitamento das mulheres que se candidatam, que também dependem da relação com a formação discursiva e com o interdiscurso. Isso tudo é decorrente da consideração do que é ser mulher no processo de determinação sócio-histórica. E, portanto, de fato, analisar o discurso do SEBRAE sobre a “mulher” de negócios é enxergar a contradição no trabalho da ideologia e inconsciente em construir a evidência dos sentidos.

A inclusão forçada dos critérios, longe de produzir o efeito do que se diz sobre o apoio a mulheres, valida a sanção do grande Outro, a transmissão de algo que o jogo significativo faz passar sem dizer. Depreendemos da SD o reconhecimento da inclusão da subjetividade como lugar que cumpre dupla função: evidência do assujeitamento e de sua subversão – lugar do fracasso – que pode abrir para que “algo novo venha a nascer”, como traz a maioria dos relatos pelas mulheres sobre a justificativa em abrir seus negócios. O discurso da SEBRAE faz forcluir o impossível traumático e sustenta o mote de que “tudo é possível” para a “mulher” de negócios.

Como aponta Zizek (1994), a Psicanálise delinea a economia simbólica de como – de tempos em tempos, pelo menos – somos capazes de romper o círculo vicioso que gera o fechamento totalitário. E às mulheres implica não esquecer que só há causa daquilo que falha...

4.1 O Que as Histórias das “empreendedoras vencedoras” Revelam?

O PSMN é realizado em parceria com a existente, na época, Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República⁵⁸ e a Federação das

⁵⁸ Criada em 2003, a Secretaria Nacional de Políticas para Mulheres (SNPM), está vinculada ao Ministério dos Direitos Humanos, tendo como principal objetivo promover a igualdade entre homens e

Associações de Mulheres de Negócios Profissionais do Brasil (BPW)⁵⁹, com apoio técnico da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ)⁶⁰, o que contribuiu para a criação de critérios de gestão que avaliam os negócios apresentados.

As sequências discursivas escolhidas abrangem a representação “típica” das mulheres de negócio, e foram priorizados critérios linguísticos em função da pertinência ao *corpus* considerado: os aspectos da seleção lexical, os principais percursos figurativos e temáticos explícitos e implícitos (incluídos pessoas, espaços, tempos e temas) e os principais percursos semânticos estruturados de linguagem imagética.

Notamos que a escolha do vocabulário para contar a própria história atravessa, ainda que inconscientemente, vocábulos que explicitam e ressaltam as principais dificuldades enfrentadas e as conquistas possibilitadas pelo próprio negócio.

SD9: “[...] Meu filho foi minha grande inspiração, a solidariedade dele na fabricação dos produtos me serviu como maior dos encorajamentos. [...] Fui mãe aos 20 anos e sempre trabalhei fora, atualmente sou minha própria chefe, tenho meus clientes mensais e cumpro meus horários conforme minha disponibilidade, escapando do velho estereótipo que identifica o sexo masculino como chefe único dos negócios, restando à mulher o papel de dona-de-casa. Sou um exemplo de que esse modo arcaico de pensar vem se modificando aceleradamente e como a mulher se tornou independente e administra não somente sua casa, mas também o seu trabalho. [...] O fato de trabalhar na minha própria casa é um ponto agradável. Tenho um espaço destinado à produção, armazenamento e aplico os mesmos critérios da

mulheres e combater todas as formas de preconceito e discriminação herdadas de uma sociedade patriarcal e excludente. Ver em <http://www.spm.gov.br/sobre/a-secretaria>.

⁵⁹ Implantada em 1987, a Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais – BPW Brasil é uma Organização Não Governamental, pública, apartidária, filiada à BPW Internacional. Compõe um espaço social, intelectualmente ativo integrado por empresárias, executivas e profissionais das diversas áreas de produção e do conhecimento, que se constituem em fonte de experiências que podem ser compartilhadas com mulheres BPW de todo o mundo. Disponível em: <http://bpwbrasil.org/quem-somos/>

⁶⁰ Em 1991, um grupo formado por representantes de 39 organizações privadas e públicas instituíram, em São Paulo, a Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade (FPNQ). A FNQ é uma instituição sem fins lucrativos cuja missão é disseminar conhecimento sobre a Excelência em Gestão para as organizações. Além de promover a capacitação por meio de cursos, eventos, publicações e produtos específicos, a FNQ auxilia as organizações na análise de suas práticas de gestão, contribuindo com o diagnóstico e aperfeiçoamento da administração do negócio e, conseqüentemente, a melhoria da competitividade.

organização pessoal aos meus negócios. [...] Há um desafio a ser superado que é a construção da fábrica”⁶¹.

A mulher, em sua narrativa, destaca o estereótipo que identifica o papel da mulher na sociedade ao longo do tempo. A mulher servindo apenas para ser esposa, arrumar a casa, procriar e cuidar dos filhos, subordinada ao marido. Todavia, a SD, pela vencedora do PSMN em uma de suas edições, trata também sobre o que ela conquistou, e como tem buscado, cada vez mais, se desenvolver e se realizar profissionalmente. Reforça ainda que trabalha dentro de casa, optando, inclusive, em envolver o seu filho na divisão de atividades.

Em se tratando da maternidade, ela diz: *“Fui mãe aos 20 anos e sempre trabalhei fora”*, o que parece justificar a inserção do filho no novo negócio. Seus comportamentos e sentimentos maternos parecem ser alvo de vigilância (porque essa mesma mulher poderia ter escolhido continuar a trabalhar fora de casa e ficaria longe do seu filho). Para ela, *“O fato de trabalhar na minha própria casa é um ponto agradável”* como se revelasse uma concepção de maternidade romântica, na qual a mulher deseja naturalmente ter filhos, que os ama incondicionalmente e pode trabalhar em casa para que sigam juntos. Esse ideal social, muitas vezes, se reflete na culpa sentida pelas mães que sentem dificuldades em admitir a frustração diante de buscar conciliar filhos e negócios, em sua própria casa.

Os gestos de análises permitem o questionamento se haveria lugar para manifestação de cansaço, raiva e variados diante da rotina dos negócios como mãe, filho e trabalho, e como ambos poderiam compreender e lidar com esses sentimentos. Como sendo o empreendedorismo um movimento considerado solitário, a mulher opta, no seu cotidiano, por conciliar seus critérios pessoais para administrar seu negócio, numa lógica patriarcal não superada.

Na conclusão da SD9, a mulher remete a sua coragem para enfrentar as dificuldades que a vida lhe oferece, desafiando-se em abrir uma fábrica. Entende-se que nessa narrativa se, por um lado, há o discurso assinalado pela desigualdade de gênero e repetição do feminino fundado na cultura patriarcal, por outro, a mulher demonstra experiências marcadas pela “autonomia” financeira e planos de melhorias. Da relação família-trabalho, a conciliação desses dois elementos, longe

⁶¹ Regina Célia de Oliveira (vencedora – Troféu Ouro, 2013, na categoria microempreendedora individual). SABÃO LELE: SEJA INTELIGENTE: RECICLAR É PRECISO.

de ser “natural” ao universo feminino, revela a capacidade de articulação pela mulher.

Para além da relação trabalho e família, outros problemas surgem no processo empreendedor feminino. O incentivo ao empreendedorismo feminino pelo discurso do SEBRAE reproduz o aprisionamento à cultura patriarcal de gênero. Muitos são inerentes ao empreendedorismo em si; outros, porém, alinham-se ao gênero. Buttner e Moore (1997) ressaltam a influência familiar como a pressão do marido e dos filhos como uma dificuldade que essas mulheres empreendedoras sofrem com seus negócios.

Cramer et al. (2012) dizem que a mulher necessita estar com a família, porém, em função do negócio, precisa dividir seu tempo entre a empresa e a convivência com a família e de suas tarefas de “mãe” e/ou “esposa”. Silva (2007) complementa, ainda, sobre o sofrimento ligado ao estresse em lidar com trabalho empresarial e o cuidado da casa, como no caso da SD que, no mesmo ambiente, a “mulher” de negócios se dedica ao trabalho e tem que lidar com as tarefas domésticas, concomitantemente. Fato este inquestionável e naturalizado no discurso do SEBRAE, colocando a “mulher” de negócios como uma imagem sagrada de Maria, a exemplo das imagens constantes nesta tese, e nos discursos presente nas narrativas das mulheres reconhecidas no PSMN, nas quais são revelados sofrimento e sacrifício ao empreender.

O elemento central da história premiada envolve reportar-se à esfera da vivência pessoal e à maneira como a mulher interpreta o seu trabalho diário. Os elementos ligados ao sofrimento são diversos e possuem um caráter central aos modos de ser e de viver, conforme se vê na história. Assim, o foco está em como é identificada a fonte de sofrimento no cotidiano de trabalho, como o que se vê nas sequências discursivas a seguir.

SD10 – “Eu morei com minha sogra sem ter direito de reclamar de nada, passei quase cinco anos de minha vida trabalhando em várias chácaras antes de ter a minha. [...] Durante cinco anos não tive ânimo de começar algo, faltava-me força porque toda que tinha deixava no trabalho com produções alheias, era assim que ganhava o sustento para meus oito filhos. Foi extrema carência”.

SD11 – “[...] O meu sonho era plantar e produzir. Como tinha acabado de ganhar nenê, com o auxílio maternidade consegui fazer dois cômodos para morar com os nove filhos, eu precisava plantar para ter o nosso sustento. [...] Assim, primeiro plantei 10.000 pés de morango e depois com o dinheiro que recebi plantei a beterraba, e ainda deu para pagar o PRONAF e as despesas do plantio do morango⁶². Deu certo”.

SD12 – “Continuei plantando morangos e outras hortaliças. [...] No início tive muitas dificuldades, mas frequentei muitos cursos de capacitação, apliquei as técnicas aprendidas e agora consigo produzir morango durante o ano todo. [...] Por ser mulher e estar à frente dos negócios, as minhas dificuldades no início foram maiores, o banco não me dava atenção, não acreditava que eu pudesse vir a ser uma boa cliente, mas no governo não tive problemas e isso me ajudou bastante”.

SD13 – “[...] Sempre fui muito interessada em aprender, estudo das 7 às 11 horas diariamente, trabalho durante o restante do dia e todos os dias faço o controle daquilo que vendo. Sempre que tenho novidades passo para os meus filhos e meu sobrinho que são meus colaboradores, sempre focando a melhoria do nosso trabalho. [...] Eu diria para as mulheres que estão iniciando que têm que ir à luta sem olhar para os obstáculos que sempre existem. Não desistir e persistir naquilo que quer que vale a pena. Tratar as dificuldades como uma barreira a ser vencida, pensar que do outro lado desta barreira há um trunfo, a recompensa do trabalho digno e honrado. Persistir sempre e desistir nunca”.

A mulher premiada, a partir do enfoque das dificuldades no negócio, parece defender o argumento de que o sofrimento é algo que faz parte da vida do sujeito. Sobre esse aspecto, Sennet (2006) trata sobre o fantasma da inutilidade, que faz com que um sentimento de culpa se volte para o sujeito, por não se sentir capaz de corresponder às expectativas da empresa e do mercado, sentindo-se fracassado diante da inutilidade. A SD ilustra: “durante cinco anos não tive ânimo de começar

⁶² Noildes Maria de Jesus (vencedora – Troféu Ouro, 2014, na categoria Produtora Rural). OS MORANGOS DE OURO.

algo, faltava-me força porque toda que tinha deixava no trabalho com produções alheias”, além disso, “por ser mulher e estar à frente dos negócios, as minhas dificuldades no início foram maiores”, mas segundo a premiada “mulher” de negócios, “eu diria para as mulheres que estão iniciando que têm que ir à luta sem olhar para os obstáculos que sempre existem”.

Na SD10, o relato inicia tratando da relação família-trabalho. Como uma tentativa de conciliação desses dois elementos, longe de ser “natural” ao universo feminino, sua narrativa revela a sua capacidade em poder articular trabalho, necessário para a sobrevivência dos seus oito filhos, com a criação e educação da prole. O exercício dessa relação não acontece sem conflitos, e considera-se que na sua história, a mulher ratifica como incorpora o papel da “mulher” de negócios associado à maternidade. Incorporando o discurso da maioria das mulheres brasileiras em que a família permanece uma prioridade, mesmo que para isso elas tenham de sacrificar possíveis satisfações em termos de crescimento dos negócios. Dessa maneira, conscientemente ou não, a mulher contribui para a manutenção do modelo patriarcal que ainda rege a sociedade.

O relato traz a situação de precariedade sobre as condições de habitação. Contudo, mesmo diante das adversidades sociais, econômicas e, até, históricas, as mulheres estudadas revelam estratégias de enfrentamento e resistência presentes na própria história de vida. Ela demonstrou diferentes percepções e reações em torno da situação vivenciada, e adotou estratégias que iam desde o trabalho auxiliando na manutenção de sua família passando pela busca de recursos junto ao governo federal. E no seu cotidiano, analisa-se como tais relações foram construídas e que, portanto, por mais esse motivo, constitui o espaço para problematizar as relações de gênero e como estas necessitam ser repensadas, revisadas e ressignificadas.

Com base em tais considerações, a SD11 é trazida à Psicanálise freudiana para o entendimento sobre a importância do negócio e renda, no sentido da possibilidade de “deslocar para o trabalho e os relacionamentos humanos a ele ligados uma forte medida de componentes libidinais – narcísicos, agressivos e mesmo eróticos” (FREUD, 1930, p. 99). Voltar-se ao negócio, pela mulher revela uma forma para afastar o sofrimento, agindo nos impulsos por meio dos deslocamentos da libido, possibilitados por nosso psiquismo. Freud atenta para a sublimação das pulsões é o melhor resultado obtido e, “então, o destino não pode

fazer muito contra o indivíduo” (p. 98). Neste contexto, o negócio pode ser instrumento para lidar com as possibilidades afetivas das mulheres, na reorientação da libido, de modo que procurem evitar a frustração do mundo externo, elevando suficientemente o ganho de prazer a partir do negócio e pela renda que lhe é trazida e o reconhecimento do grande Outro no espaço público – o SEBRAE.

Da SD12, a partir do entendimento de que se a relação construída entre o trabalho, a renda e a família apresentam caráter paradoxal. Também a passagem do relato faz revelar duplicação de afazeres, e a necessidade de que desenvolva autonomia, uma vez que buscou frequentar capacitação para desenvolver suas capacidades para a superação de problemas individuais e ter, então, visibilidade junto ao mercado. Das expressões utilizadas pela mulher, vale aventar aqui que o seu desejo está perpassado pela ideologia, e que a constituição deste desejo no inconsciente, vai depender de como esta a interpela em sujeito. De fato, suas posições se ocupam da Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino, sem deixar de implicá-lo em seu desejo e em sua relação/subserviência ao Outro (TFOUNI e LAUREANO, 2004). Isto pelo desejo de reconhecimento enquanto sujeito de negócios.

Fortalece-se a noção proposta por Dejours (1998/1999), de que o lado cruel do sofrimento está no vazio intelectual a que é submetido o trabalhador, que se move sem direção, tomando para si toda a responsabilidade da sua angústia. E na narrativa, Noildes chama atenção que “sempre fui muito interessada em aprender, estudo das 7 às 11 horas diariamente”. É válido relatar que a “mulher” de negócios apresenta dicas prescritivas, o que se torna uma constante tendo elas o objetivo de estimular outras mulheres a seguir esses passos prescritos, moldando-se às exigências do mercado.

Sobre isso, a SD13 reforça a autoestima e determinação da “mulher” de negócios, posto que revela o autoconceito da sua forma, quando se refere ao seu interesse em aprender, as novidades que busca, e a sua persistência. Entende-se que a autoestima revelada na sequência está diretamente relacionada com os objetivos formalizados pelo sujeito mulher quando justifica seu controle sobre o que vende, sobre como passa as informações aos filhos e sobrinho, e como pode ainda ajudar outras mulheres. O estudo dos determinantes do sucesso para a mulher é reforçado como conhecimento, assim como é dada uma atenção especial a um dos seus principais componentes: o bem-estar, finalizando seu relato postulando que

para que a pessoa possa ter um trabalho digno e honrado, para que possa “florescer” (vencendo a barreira).

As características do negócio trazidas pela mulher apresentadas na SD13 vão revelando a legitimação de sua ocupação. Dessa forma, é essencial que novas produções teóricas deem voz às mulheres, principalmente em relação à exposição a uma jornada intensa de trabalho, à geração de renda, promoção da saúde.

Desta maneira, apesar das concessões conquistadas pela mulher, e mesmo que a mulher premiada, na SD acima, narre que se deve “tratar as dificuldades como uma barreira a ser vencida, pensar que do outro lado desta barreira há um trunfo, a recompensa do trabalho digno e honrado”.

O que se aponta também nessa seção é a afirmação da criação de modos singulares de existência das mulheres de negócios, uma vez que tentam traduzir a mulher/mãe/empreendedora posicionando-a como responsável e capaz de resolver todos os problemas e conflitos familiares e dos negócios ou como culpada quando não consegue fazê-los. Refinadas e imperceptíveis estratégias de governo por meio da família, e especialmente da “mulher” de negócios, se insinuam no cotidiano das práticas em empreendedorismo, e tentam desnaturalizar esses lugares, podendo ser uma estratégia de resistência necessária em nosso presente.

Para a Análise do Discurso, nada na linguagem é indiferente ao sentido, a exemplo de palavras, construções, ligações entre as unidades, etc. É interessante destacar na narrativa algumas expressões e palavras tais como: “sem ter direito de reclamar de nada”, “eu precisava plantar para ter o nosso sustento”, “as minhas dificuldades no início foram maiores”, expressam relações de poder, demarcando hierarquias no meio social. Embora o discurso do empreendedorismo, a respeito de mulheres premiadas generalize um ideal de “mulher” de negócios para valorizar a história de cada mulher, só algumas mulheres podem ter acesso a isso.

Há relações de força nesse discurso do empreendedorismo em que determinados grupos sociais estão diretamente envolvidos na produção de sentidos sobre a “mulher” de negócios, sempre numa escala hierárquica, evidenciando relações de poder. A publicidade, ao divulgar as histórias premiadas, dá visibilidade aos sentidos que interessam a grupos sociais, e que se tornam referência para os demais.

O que se evidencia é que a responsabilidade recai diretamente sobre o sujeito e ela mesma apresenta-se como um canal de expressão em relação ao perfil de

uma mulher empreendedora de sucesso: capaz de administrar todos os fatores que estão presentes no negócio, pagar o que se deve, entre outros, devendo-se considerar, portanto, que há, por parte da mídia impressa analisada (site do PSMN, coordenado pelo SEBRAE), um esforço no sentido de contribuir para a divulgação de perfis condizentes com as exigências da contemporaneidade, sobretudo, para que outras mulheres empreendam e queiram escrever suas histórias para que sejam premiadas.

Tudo isso contribui para o processo de produção de sentidos sobre o empreendedorismo feminino e, considerando que a linguagem dá corpo aos sentidos (no que é dito), mas também implica sentidos (silenciados), entende-se ainda os “não-ditos” na narrativa, mas que também dão movimento aos sentidos, e os gestos de análise não terminam. A forma como o *corpus* foi delimitado determinou o modo de análise, mas o nosso objeto de estudo permanece aberto para novas leituras e interpretações.

Vale salientar que como prêmio, nessa edição, além do troféu e do selo de ganhadora nacional, elas foram contempladas com uma viagem internacional para um centro referência em empreendedorismo. Além da produtora de morangos do Distrito Federal, também ganhou o Troféu Ouro na categoria Pequenos Negócios, a dona de uma livraria na capital de Alagoas⁶³. A SD traz a narrativa dessa mulher premiada, cujo título de sua história foi “De funcionária pública à empresária”.

SD14 – “Minha história começa na época em que fui professora de literatura e teatro na Universidade Federal de Alagoas. Lá, além de professora, exerci cargos de liderança e gestão, que chegaram a me levar a diretora da editora da Ufal e inclusive ao cargo de vice-presidente da ABEU (Associação Brasileira das Editoras das Universitárias (ABEU)). [...] E, assim, se passaram 9 anos de diretoria e então chegou o momento de propício, resolvi por razões pessoais me desligar da editora. Parecia chegar o momento de dar novos rumos à minha vida... eu me perguntava: será que agora vou dar vida a meu grande sonho de ter uma editora própria? Fui a São Paulo para a bienal

⁶³ Sheila Diab Maluf, 58 anos, naquela edição, diz em sua história que abandonou o emprego para empreender. Segundo Maluf (2014), a Viva Editora e Livraria, em Maceió, nasceu com um conceito inovador, promovendo, além da venda de livros, eventos culturais e oferecendo serviços de editora. Assim, o pequeno negócio foi reconhecido pelo PSMN com pouco mais de dois anos de funcionamento.

do livro, e lá tive vários incentivos e até promessa de apoio de editoras grandes para eu não abandonar a área, uma vez que ficaram sabendo que eu me desligaria da Editora da Ufal. Assim, voltando a Maceió, ainda sem ter certeza se colocaria a editora, resolvi fazer o EMPRETEC do SEBRAE e fiz também a oficina de planos de negócio. Lá tive a certeza que eu montaria uma livraria. Fui a campo fazer meu próprio plano, realizei pesquisa, planilhas, etc. [...] Para chegar neste patamar, tive que arregaçar as mangas e isso foi uma das maiores superações que passei ao ser empresária [...]. Fiquei por noites sem dormir tendo, inclusive, que acompanhar obra na madrugada, lidando com área masculina pra concretizar meu sonho. O meu amor pela nova ideia e pelo desafio renovavam minhas forças e consegui superar este choque de realidade. [...] são muitas dificuldades [...], fiz das dificuldades oportunidades de aprendizado [...]. VIVA o empreendedorismo feminino, VIVA a cultura, VIVA a Editora e livraria, VIVA A VIDA!”⁶⁴

Nesta SD, chama atenção a narrativa associada ao percurso de superação. Diante das dificuldades ou simplesmente desejo de superação, o investimento em estudos, a exemplo do que traz narrativa: “[...] resolvi fazer o EMPRETEC do SEBRAE e fiz também a oficina de planos de negócio. Lá tive a certeza que eu montaria uma livraria. Fui a campo fazer meu próprio plano, realizei pesquisa, planilhas, etc.”, reforça alternativas encontradas não só para essa mulher empreendedora, mas por mulheres que buscam sua realização profissional.

Um percurso comum na narrativa: o da qualificação profissional. O curso no SEBRAE aparece como uma das etapas da superação. A “mulher” de negócios identifica o percurso das relações interpessoais, que dão sentido ao reconhecimento pessoal ou social no meio empresarial. E, ao contar a sua história, faz revelar o segredo do seu sucesso por meio de um tipo de “mulher” de negócios após a experiência como funcionária pública na universidade, onde, segundo ela, exerceu “cargos de liderança e gestão, que chegaram a me levar a diretora da editora da UFAL e inclusive ao cargo de vice-presidente da ABEU”.

Na história, a “mulher” de negócio vê-se como tendo dado continuidade a um negócio bem-sucedido, sobre o que lhe disseram, segundo ela: “fui a São Paulo

⁶⁴ Camelo e Maluf LTDA-ME (vencedora – Troféu Ouro, 2014, na categoria: Pequenos Negócios). DE FUNCIONÁRIA PÚBLICA A EMPRESÁRIA.

para a bienal do livro, e lá tive vários incentivos e até promessa de apoio de editoras grandes para eu não abandonar a área, uma vez que ficaram sabendo que eu me desligaria da editora da UFAL”, o que lhe garantiu (depois da inscrição por meio da sua narrativa) ser reconhecida como tal, com a vontade de crescer, e o próprio esforço, via parceria do SEBRAE.

Considerando a SD, o discurso privilegia a positividade, o amor e a vontade como “armas” de que dispõe a mulher para enfrentar as adversidades da vida, para ela, “o meu amor pela nova ideia e pelo desafio renovavam minhas forças e consegui superar este choque de realidade”. No percurso da narrativa, vai enfatizando dificuldades e conquistas, desafios e superação, quando menciona: “fiquei por noites sem dormir tendo, inclusive, que acompanhar obra na madrugada, lidando com área masculina pra concretizar meu sonho”, já que ser “mulher” de negócios e ser “premiada” também implica viver a busca constante pela conquista do espaço público e, predominantemente, masculino.

Na linha da superação, finaliza sua narrativa apresentando-se como que por meio de uma personagem que dá as respostas e a força para seguir adiante, fazendo o marketing da empresa, com otimismo e euforia: “VIVA o empreendedorismo feminino, VIVA a cultura, VIVA a Editora e livraria, VIVA A VIDA”. E, em conjunto, o percurso das dificuldades configura um sentido mais amplo do que venha a ser a trajetória da “mulher” de negócios, que precisa passar por condições adversas antes de alcançar o êxito profissional. Na sua experiência, ter feito o Empretec (educação empreendedora – metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que busca desenvolver características de comportamento empreendedor) do SEBRAE e a oficina de Planos de Negócio, ter construído o próprio plano, realizado pesquisa, elaborado planilhas, são apontados como sendo a saída para as dificuldades de se conseguir o espaço almejado no mundo dos negócios, configurando que a busca pela qualificação profissional é essencial para legitimar a mulher vencedora.

De todo o exposto, é importante considerar que a AD permite desvelar o “não dito”, ou seja, aspectos não mencionados diretamente, mas que permeiam a interpretação das SD, quando inserido em um contexto social. Pelo fato de empreender, sabe-se da multiplicidade de papéis assumidos por vezes, dificultam ou prejudicam as relações com o marido e os filhos, pelo menos em relação ao tempo despendido com os mesmos, por vezes cabendo à esposa e mães um sentimento

de culpa em relação a este aspecto (TANURE, OLIVEIRA e CARVALHO NETO, 2007). Entretanto, o complexo de culpa não é mencionado na narrativa dessas mulheres de negócio consideradas.

Das sequências discursivas analisadas e considerando as distinções entre Psicanálise e AD a partir da categoria sujeito, é possível confirmar que “não há identificação plenamente bem sucedida, isto é, ligação sócio-histórica que não seja afetada, de uma maneira ou de outra, por uma ‘infelicidade’ no sentido performativo do termo” (PÊCHEUX, 2006, p. 56) e esta identificação que falha é a referência ao inconsciente que nos propõe Pêcheux. É também possível ver que a língua teima em falhar, e pela falta ou excesso dessas mulheres em suas narrativas, é o que move cada sujeito desejante se constituir, mas permanecer falando e ao mesmo tempo faltando.

Pode-se inferir que no nível da representação do “ideal” de sucesso, a “mulher” de negócios concilia perfeitamente os papéis de mãe, mulher e profissional. Especialmente porque quando se trata de negócios, a história de pelo menos duas SD coincide com a própria vida. E sendo o papel da mãe empreendedora decisivo para a formação de filhos empreendedores (como se vê nas duas primeiras SD), abre-se a oportunidade de que estudos futuros investiguem as “profecias” de mães empreendedoras para seus filhos: que seus filhos possam dar continuidade aos negócios.

Do exposto, a partir do que destaca Michel Pêcheux, por meio da interlocução com Michel De Certeau (1994) ressalta-se a possibilidade de pensar os pequenos eventos do cotidiano enquanto atuantes no processo de constituição, formulação e circulação de sentidos (ORLANDI, 2005). Ou seja, as pequenas práticas conhecidas no dia-a-dia da mulher, a empreendedora que, conforme as sequências discursivas extraídas das histórias premiadas pode tornar possível a ruptura, mas também a manutenção da reprodução dos saberes.

Por essas questões trazidas pelas narrativas por meio das SD, é importante enfatizar as contribuições de Courtine (2009) sobre o processo de constituição, formulação e circulação dos sentidos. Segundo o referido autor (2009), a constituição (interdiscurso) relaciona-se com o tempo longo de uma memória, a formulação (intradiscurso) relaciona-se com o tempo curto da atualidade de uma enunciação e a circulação, como sendo a última parte na produção dos discursos refere-se à conjuntura.

É indispensável discutir a materialidade do discurso, que é afetada pelo sujeito psicanalítico. E que esta materialidade é morada da ausência que habita o sujeito por ele não ser completo, e coexistindo sempre um real por simbolizar. Para Ferreira (b) (1996), ao tratar de equívocos, é importante enfatizar “que a incompletude é a própria condição de existência da linguagem e que, portanto, não se pode pretender dizer *tudo*. Sobra sempre um espaço para o não-dito, para a *falta*, onde se dão os deslizamentos, as rupturas que fazem e desfazem sentidos” (1996, p. 43, grifos da autora). Lacan (2007) reforça que a falha:

Não está condicionada unicamente pelo acaso: com efeito, o que a Psicanálise nos ensina é que uma falha jamais se produz por acaso. Há, por trás de todo lapso, para chamá-lo por seu nome, uma finalidade significante. Se há um inconsciente, a falha tende a querer exprimir alguma coisa, que não é somente o que o sujeito sabe, uma vez que o sujeito reside nessa divisão mesmas que representei em outros tempos pela relação de um significante com outro significante (LACAN, 2007, p. 144).

De fato, a falha ocorre mais na oralidade, mas pode-se trazer para a análise algo que é possível entender como da ordem do equívoco. O que nos chama atenção é a diferença que é apontada para o real da língua (aquilo que é impossível de ser dito) e o real da história (podendo fazer romper no intradiscurso uma contradição), pelo fato de ser ou não ser *Lele* e ser inteligente. O que se entende é que se revela algo sobre subjetivação e constituição de sentido e como cita Pêcheux (1990), “através das estruturas que lhe são próprias, toda língua está necessariamente em relação com o ‘não está’, o ‘não está mais’, o ‘ainda não está’ e o ‘nunca estará’, da percepção imediata” (1990, p. 08).

Concorda-se que há um efeito provocado pelo sujeito no processo de interpelação ideológica, Pêcheux passa a pensar a interpelação como um ritual com falhas, retorno do *non sense* no sentido, o inconsciente como “a causa que determina o sujeito exatamente onde o efeito de interpelação o captura” (PÊCHEUX, 1978, p. 300 apud BALDINI e SOUZA, 2012, p. 74). Lacan (1998a), amparado por Freud, ratifica: “está claro que todo ato falho é um discurso bem sucedido, ou até formulado com graça, e que, no lapso, é a mordança que gira em torno da fala, e justamente pelo quadrante necessário para que um bom entendedor encontre ali sua meia palavra” (1998a, p. 269).

Sobre essas questões, Pêcheux (2009a) nos auxilia a entender que “o sentido é sempre uma palavra, expressão ou uma proposição *por* outra palavra, uma outra

expressão ou proposição” (2009a, p. 239-240, grifo do autor). A transferência é denominada como metáfora pelo autor. Sendo assim, pela Psicanálise, complementa-se que a construção da significação é inconsciente porque escapa ao controle do sujeito. Em AD, justamente esta construção vai escapar ao controle do sujeito que se divide em ordem interna da língua e ordem da história que tem funcionamento independente do sujeito, considerando, pois uma ordem distinta ao tratar sobre as “mulheres” de negócios no discurso do SEBRAE, tomando como relevantes o inconsciente e a ideologia pelo que denomina-se formação discursiva do empreendedorismo feminino.

Quanto ao sistema SEBRAE, pode-se afirmar que explicações sobre seu objetivo, a conquista de mulheres que empreendem, inclusive, acabam sendo *pró-forma*, ignorando a singularidade dos sujeitos, transformando-as em uma massa equilibrada que serve de objeto de poder SEBRAE.

4.2 O Discurso do SEBRAE sobre a “Mulher” de Negócios: “elas já não têm mais nada a provar. Mas muito para ensinar”

Ao estudar uma materialidade é importante relacioná-la à realidade na qual é produzida. As condições de produção estão constantemente influenciando atitudes e os discursos do sujeito com a ilusão da autoria.

Considera-se, pois, que os conteúdos constitutivos em uma materialidade discursiva delineiam e orientam as possibilidades do discurso, revelando o contexto social, histórico e ideológico em que o ato de interlocução ocorre. Nesse sentido, entende-se a ideologia como as representações das relações do indivíduo com outros indivíduos e com suas condições de existência. É na linguagem que a ideologia encontra um lugar propício para seu funcionamento e as representações sociais, que legitimam o poder, veiculam-se através de discursos e práticas.

Para atingir o objetivo proposto, analisa-se o cartaz do SEBRAE/Mato Grosso (MT), de 2013, elaborado pela agência ZF Comunicação, criação e direção de arte de Marcelo Brito⁶⁵ e Fernanda Lima, dirigido ao público feminino para 08 de março – Dia Internacional da Mulher, com o tema “Mulheres”: “Quem não sabe o que as mulheres querem, precisa observar melhor o que elas fazem”. Opta-se por trabalhar

⁶⁵ Disponível em: <http://marcelobritocba.blogspot.com/2013/02/homenagem-do-sebrae-para-as-mulheres.html>

com a sequência discursiva do cartaz para evidenciar os efeitos de ilusão, presentes no imaginário dos sujeitos, a partir da ideologia capitalista e da cultura patriarcal.

Por sua vez, apresenta-se o modo como o discurso retrata especialmente o lugar da mulher no mundo dos negócios do ponto de vista do SEBRAE, ou ainda sua identificação, como também outros tipos de dizeres implícitos e silenciados, contrastando-os com os explicitados. Considera-se, pois, que a linguagem é uma prática já que exercita sentido e intervém no real, sendo necessário entender que as palavras não estão ligadas às coisas diretamente. Pela ideologia, o sujeito cria sentidos e se significa e, a partir da linguagem, atua como mecanismo na estruturação da significação, ligada intimamente à interpretação e à história.

É possível considerar que a condição para que as palavras façam sentido, é que elas já estejam inscritas na história (PÊCHEUX, 1997, p. 314), torna-se importante entender que cada época tem a sua maneira de nomear e interpretar o mundo. Sendo assim, por trabalhar a relação entre sujeito e língua, vinculada ao inconsciente, à história e à ideologia, investigou-se como significa a mulher e entender como o discurso significa, bem como refletir sobre os recursos utilizados e as formações discursivas materializadas no discurso do SEBRAE.

Quando se trata de efeitos de sentido, normalmente os meios de comunicação, a exemplo da materialidade escolhida, operam uma espécie de delegação de saber, utilizando como fonte de informações sujeitos que estejam revestidos da autoridade pretendida. Para atingir o objetivo proposto nesta seção, pretende-se analisar os efeitos de sentido produzidos pelo cartaz publicado, em 2013, em homenagem ao Dia Internacional da Mulher.

Figura 4. Cartaz em homenagem ao Dia Internacional da Mulher/2013.



Fonte: <http://marcelobritocba.blogspot.com/2013/02/homenagem-do-sebrae-para-as-mulheres.html>

A mulher contemporânea é significada no discurso do SEBRAE, conforme a imagem acima. A cena retratada ocupa uma página formando um único cenário.

Tal cenário revela o desenho de uma mulher de cabelos longos, sentada numa cadeira, pernas cruzadas, com expressão de seriedade, sofisticação e elegância, traços finos, remetendo à imagem da “moça comportada”, bem-sucedida, conjugada à delicadeza atribuída socialmente ao sexo feminino, aproximando-a do estereótipo da “mulher perfeita”, que merece flores (cores vermelhas) que realçam o desenho em preto e branco, ratificando como o grande Outro a faz mulher colocando-a no lugar de conveniência, comportada e funcional.

Num primeiro momento, a compreensão é de que a “mulher” de negócios ganha flores ao não esconder seus *diferenciais*. Todavia, a conotação pode ser outra: a mulher “em forma de rabisco”, como uma performance feminina no mundo dos negócios reforça a concepção de um mundo tradicionalmente masculino,

especialmente porque apresenta a imagem da executiva, que se relaciona à figura masculina, mais sóbria e discreta. Ter essa aparência, nesse caso, supostamente, diminui a respeitabilidade da mulher como profissional e faz parecer que qualquer sucesso não vem da sua capacidade, mas de autorizações concedidas (pelo SEBRAE) que, ao lhe dar flores, parece confirmar a fragilidade de uma *rosa-mulher*, ou melhor, a mensagem parece estar dialogando com o público masculino.

A cena traduzida numa arte a lápis, em folha quadriculada que é utilizada, geralmente, para desenhos e escritas de engenheiros, acompanhando os tons em cores da marca do SEBRAE com destaque para as seguintes sequências discursivas:

SD15 – Para os negócios, é visão global. Mas a sabedoria popular sempre chamou de “sexto sentido”.

SD16 – Na vida e nos negócios, as mulheres não escondem seus diferenciais. Flexíveis, sensíveis, cooperativas, atentas aos detalhes e, ainda, capazes de realizar várias tarefas ao mesmo tempo, elas já não têm mais nada a provar. Mas muito para ensinar.

As SD 15 e 16 tratam sobre a incorporação do trabalho feminino no mundo produtivo, mas ao contrário do homem, a mulher, ao se colocar no mundo do trabalho, soma seu trabalho com atividades do lar e às consequências de seus múltiplos papéis – levada a assumir longas jornadas de trabalho por acumular tarefas dentro e fora de casa, numa polivalência funcional ao capital.

Nos termos apresentados pelas SD, o locutor SEBRAE se apoia na sabedoria popular para convencer o (a) leitor (a) que, mesmo optando pelo termo “visão global”, confirma como uma asserção consagrada no tempo, o “sexto sentido” e o utiliza como um enunciado de fácil reconhecimento, e seu uso revela as marcas de adesão a sentidos já consolidados na memória discursiva.

Assim, ao usar os termos da SD4, “o meu primeiro negócio foram meus pais que incentivaram” o SEBRAE procura inserir um fazer subjetivo, individualizador sobre a mulher. Retoma o já-dito, interessando-se em perseguir o modelo de subjetividade que vai operar na construção de uma identidade intelectual para a

“mulher” de negócios, daí porque montar uma cena característica da vida da mulher moderna.

Em linhas gerais, a utilização dos termos “sabedoria popular” e “sexto sentido” é muito comum tanto nas formas de captação, quanto de subversão dos sentidos. Isso ocorre, principalmente, porque permite ao locutor/enunciador apoiar sua fala sobre a fala de um outro que possui credibilidade, permite conferir maior autoridade e veracidade ao discurso. Mais que isso, revela um discurso presente na sociedade de que a mulher tem um “sexto sentido”, uma intuição, uma percepção diferente dos homens em relação às coisas, ou seja, mulheres costumam pressentir coisas antes que elas aconteçam. Porém, o enunciado sobre “sexto sentido” parece querer convencer a destinatária a requisitar os serviços/apoio do SEBRAE, porque de acordo com a análise entende-se que a mulher tem um “sexto sentido”, mas não pode antecipar tudo que pode acontecer. Daí convoca o “especialista” que, segundo ele: “Para os negócios, é visão global”.

Observa-se também que, ao separar “na vida e nos negócios”, o SEBRAE faz lembrar que o trabalho feminino está marcado por uma história de confinamento à esfera do lar, numa divisão de tarefas segundo a qual à mulher cabe o cuidado com a casa e os filhos. Apresenta-se de forma disfarçada o reforço ao comportamento masculinizante entre as mulheres de negócios, uma vez que negócios separados da vida exaltam a representação do homem no mundo dos negócios como detentores de prestígio e posições de poder. Contudo, as mulheres estão constantemente expostas a um conflito, que pode ser explicado pela dupla/tripla jornada de tarefas quando gerenciam seus negócios, uma vez que a mulher continua sendo responsável pelas tarefas domésticas.

Psicanalizando, tem-se o Real, que é a própria materialidade – a mulher pelo SEBRAE, conforme a imagem que representa o que é caracterizado como o impossível e resistente à simbolização. É uma divulgação sobre o Dia da Mulher, mas os registros do Imaginário e do Simbólico sustentam o Real.

O Imaginário é representado também pela mulher e o que diz o SEBRAE, no mesmo patamar, na cadeira. Dando um efeito de sentido como se mulher e o SEBRAE devam ser servidos. Quanto ao Simbólico, a significante mulher “rabiscada” é associada às estratégias do SEBRAE numa relação ambígua sobre quem está sendo “consumida/consumidora dos seus/pelos” serviços SEBRAE. Metaforicamente, a mulher em rabisco é a significante “mulher” de negócios, por

estarem na imagem no mesmo patamar. E, na metonímia, é igualar a mulher às demais mulheres pelo negócio que se quer empreender. Todas como objetos de persuasão.

A partir disso, há os efeitos de sentido que por trás da Mulher em Cartaz há representados o Imaginário e o Simbólico. O Imaginário apresenta que “elas já não têm mais nada a provar. Mas, muito para ensinar”, além de diversos sentidos que percorrem o Imaginário humano coletivo. Quanto ao Simbólico, ele se revela na transição entre a (pseudo) libertação do estereótipo que a mulher cultivou (do lar) para incorporar uma mulher empreendedora. Metaforicamente, o sintoma/mudança no visual, na mulher “desenhada”, ao vestir-se similar ao homem com aparência masculina. A metonímia se refere a uma parte desse significante que é o desejo de ser “mulher” de negócios.

O processo de identificação do sujeito-leitor (a mulher leitora do cartaz) com o discurso do SEBRAE (o discurso da formação discursiva do mercado), materializado na expressão “mulher” de negócios, produz efeitos de ilusão, sustentado pela ideologia do mercado, sobretudo, quando são utilizados os adjetivos: “Flexíveis, sensíveis, cooperativas, atentas aos detalhes e, ainda, capazes de realizar várias tarefas ao mesmo tempo, elas já não têm mais nada a provar. Mas, muito para ensinar”. Tem-se, portanto, um processo que constitui uma forma de interpelação da ideologia na constituição da forma-sujeito mulher.

De certa maneira, esses termos rotulam a mulher como ideal para a prática de educadora e missionária quando também reforçam ao final “(...) muito para ensinar”, uma vez que estas poderão estar somente reproduzindo seu papel de mãe e de cuidadora. A missão de ser mãe e educadora, que privilegia o amor ao conhecimento como eixo condutor, pode servir para ocultar a função social e política da mulher, levando-a a não ter consciência de sujeito do seu destino, por exemplo, pois ao fato de se doar com sentimentos de carinho, afeto e amor, o salário deixa de ser mais importante, já que a sua missão quando conferida aos afazeres de mãe, não necessita de remuneração.

Sobre “quem não sabe o que as mulheres querem, precisa observar melhor o que elas fazem”, título da campanha para a elaboração da materialidade analisada, também reforça as questões relativas às relações de gênero, pois uma marcação simbólica tem atribuído às mulheres algumas características que, por não serem questionadas por muitos, vão se instaurando como verdades. Confirma um jogo de

forças que supõe uma tensão que precisa ser invocada para desnaturalizar as diferenças de condições que geram as desigualdades.

Para Indursky (2007, p. 76), a noção de FD não deve ser dissociada da noção de sujeito (forma-sujeito e de sua fragmentação em posições-sujeito). No *corpus* analisado, texto e imagem revelam o discurso de poder que retrata a mulher submetida ao saber/poder da ideologia androcêntrica e da cultura patriarcal. Excluindo dessa representação outros significados que compõem o universo feminino, e mesmo que trate de homenagear a “mulher” de negócios, o SEBRAE se institucionaliza (como locutor do enunciador ideológico, o Capital) e a mulher é silenciada.

A partir dos estudos em AD e da análise da materialidade escolhida, que representa o discurso do SEBRAE, entende-se que os discursos de mercado oferecem marcas persuasivas seculares, que não estão necessariamente explícitas na superfície textual, mas se revelam também implicitamente nos intrincados processos de construção discursiva.

A análise permitiu também entender a coisificação da mulher, o reforço a valores preconceituosos e desrespeitosos, a sujeição da mulher, a reiteração da mulher como componente do ambiente doméstico, presentes na formação discursiva do SEBRAE são expressões da ideologia dominante. O que se analisa é que a cultura do mundo dos negócios responsabiliza o indivíduo pelo cuidado com ele próprio, com a advertência de que são o resultado de suas opções. Daí a importância de entender o funcionamento da posição do locutor em relação à posição do enunciador (o sujeito ideológico).

Assim, é possível desestabilizar e reestruturar um discurso ao conhecer suas filiações sócio-históricas, que determinam sua identificação. Filiações que a ideologia, com suas determinações inconscientes, apagam. São elas que, como sujeitos da AD e na posição de psicóloga, será preciso sempre descobrir.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Amplamente divulgada nos meios midiáticos, a ideologia empreendedora tem ocupado cada vez mais espaço nas políticas de governo e nos modelos estratégicos e educacionais adotados pelo SEBRAE e parceiros institucionais.

Nesse espaço, observou-se a ênfase em capacitações e premiações, que estimulam o desenvolvimento de características pessoais com o objetivo de formar, sobretudo nas mulheres, competências para que as mesmas estejam aptas a criar suas próprias oportunidades em negócios, ao mesmo tempo estas não estariam fadadas à referência do trabalho assalariado, do emprego formal, mas à geração de renda independente.

A solução para o enfrentamento dos obstáculos das mulheres na divisão sexual do trabalho se desloca para a esfera privada, de modo a desenvolver competências empreendedoras. Identifica-se, assim, a sintonia desta ideologia com as teses clássicas do liberalismo, com todas as suas refrações, e que não é explicada pela lei geral da acumulação, pelas contradições do modo de produção capitalista, mas como responsabilidade da própria mulher. A diferença é que no capitalismo contemporâneo, a nova versão liberal – o neoliberalismo – trata de suavizar a tônica do seu discurso, fazendo uso de outros elementos discursivos mais compatíveis, como é o caso do discurso do empreendedorismo feminino.

Contudo, para além de suas novas roupagens discursivas — e entre elas o inconsciente e a ideologia empreendedora — a questão é conhecer o mercado e saber como participar ativamente da economia e, concomitante, saber gerenciar o planejamento individual e familiar. Pelo SEBRAE, há a necessidade de desenvolver comportamentos de “mulher” de negócios de “vencedora”; entendê-los, aprendê-los e colocá-los em prática por meio da inserção no empreendedorismo, além de estimular outras mulheres para que façam o mesmo.

A funcionalidade do empreendedorismo feminino na contemporaneidade está, portanto, na sua capacidade de produzir um apagamento dos conflitos entre capital e trabalho, e das contradições do sistema capitalista de produção, da cultura patriarcal no que se refere ao desemprego, enquanto condição estrutural deste modo de produção. Assim, a aparente transformação de mulheres em empreendedoras implica na ampliação substantiva da polivalência das mesmas, que passam a ser donas do seu negócio e cuidadora da sua família ao mesmo tempo,

ratificando que “o indivíduo moderno, a que se qualificava como sujeito de direitos, transmuda-se, assim, num indivíduo-microempresa: Você S/A” (COSTA, 2009, p. 177), favorável à manutenção da ordem do capital.

Entre as análises realizadas e as narrativas das mulheres trazidas nessa tese, nota-se que a presença do homem não exime a responsabilidade da mulher provedora no que tange o compromisso com o seu negócio, pois a mulher tem alguém com quem dividir as despesas domésticas. Mas, também, tem a mulher que não conta com a participação masculina e que, portanto, precisa cuidar sozinha da manutenção da família. Nesse sentido, a união conjugal nem sempre pode ser pensada como suporte financeiro, pois na maioria das narrativas são as mulheres que conseguem aferir maior rendimento, mesmo mergulhadas em condições adversas no acesso a esse mercado, além de conflitos e sofrimentos por sua condição.

Nas 16 (dezesseis) seqüências discursivas analisadas, confirma-se em 15 a prevalência da desigualdade de gênero, pois essas mulheres ao mesmo tempo em que assumem a provisão de suas famílias, continuam sendo as principais responsáveis pelo cuidado com os filhos e com as tarefas domésticas. Na existência de companheiros, é pouca a participação destes nos serviços domésticos, daí porque a relação construída entre o trabalho e a família apresenta caráter paradoxal. Se de um lado consiste em uma duplicação de afazeres, de outro confere autonomia a essas mulheres, na medida em que permite a descoberta e desenvolvimento de suas capacidades para a superação de problemas individuais e coletivos.

Considero que as contribuições em Análise do Discurso, Materialismo Histórico e Psicanálise possibilitaram um lugar propício para entender os caminhos de estudo para analisar o discurso que retrata especialmente o lugar da mulher no mundo dos negócios. Os debates em AD, com a teoria marxista e feminista crítica, me estimulam a estudar uma materialidade relacionando-a a realidade na qual é produzida. Isto porque as condições de produção estão constantemente influenciando atitudes e os discursos do sujeito e, ainda que sejam relevantes as discussões a respeito, não recebem a devida atenção de muitos teóricos contemporâneos.

É inconteste o fato de que o marxismo é constitutivo na obra de Michel Pêcheux. Em qualquer estudo que se refira ao autor, há o reconhecimento de que há uma constitutividade marxista do autor ao “esclarecer os fundamentos de uma

teoria materialista do discurso” (PÊCHEUX, 2009, p. 129). O marxismo revolucionário é trazido por Pêcheux, que ressalta a luta por mudar o mundo e não apenas interpretá-lo. Nessa perspectiva, a luta pela transformação das relações de produção não é apenas uma proposição marxista na Análise do Discurso pêcheutiana, é sua razão de existir, enquanto teoria que intervém nas lutas de classe, que se travam por meio de e através da linguagem. Esta, sempre numa relação que não é inocente, porque nem a língua nem o sujeito são transparentes.

Isto posto, por meio do trabalho de análises, foi possível entender como os sujeitos mulheres e os sentidos se constituem, se posicionam na história, e como a língua atravessa e é atravessada por esses sujeitos e sentidos, especialmente porque me foi possível considerar os estudos de Lacan, e de Freud, assumindo que o inconsciente se estrutura como uma cadeia de significantes que se repete e interfere no discurso, sendo este sempre atravessado pelo discurso do grande Outro, do inconsciente, lugar de onde emana o discurso do pai, da família, da lei, e para esta tese (o SEBRAE) no qual o sujeito mulher se define e ganha identidade. Ratificando, Orlandi afirma: "o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia" (ORLANDI, 2000, p. 20).

Em face do exposto, desde o seu início, a AD caracteriza-se por uma ruptura a toda uma conjuntura epistemológica e política e pela necessidade de articulação com outras áreas das ciências humanas, especialmente a linguística, o materialismo histórico e a Psicanálise. A Análise do Discurso (AD), do ponto de vista político, faz nascer a perspectiva de uma ação transformadora, e como entende Pêcheux, não perderá seu eixo, como uma teoria materialista dos sentidos, articulando ideologia e inconsciente na constituição do sujeito, através de e sob a linguagem.

Um sujeito do discurso vai, então, colocar-se estrategicamente entre o sujeito da ideologia e o sujeito da Psicanálise (pela noção de inconsciente), constituindo-se ambos materialmente pela linguagem. Um sujeito do discurso que não é apenas o sujeito ideológico marxista-althusseriano, nem somente o sujeito do inconsciente freud-lacaniano. O que vai, de fato, fazer a diferença nesse sujeito é o papel de intervenção da linguagem, na perspectiva de materialidade linguística e histórica que a AD lhe atribui.

Destarte, o modo como a Psicanálise aparece na obra de Michel Pêcheux é motivo de discussão em perspectivas diversas. Seja porque o campo da Psicanálise aparece de maneira que às vezes não é tão explícita nos textos de Pêcheux, seja

porque a relação de Pêcheux com a Psicanálise nunca tenha sido uma adesão sem críticas, seja porque a relação entre o Materialismo Histórico e a Psicanálise tenha sido objeto de uma análise bastante complexa pelo autor. Desse modo, o que permanece como ponto central da questão entre AD e Psicanálise é que esta última fornece elementos importantes para que se possa pensar o conceito de sujeito e de subjetividade que interessam ao projeto de Pêcheux sobre uma análise histórica dos processos de determinação do sentido.

Esses estudos me levaram sempre a uma inquietação, sobretudo, a buscar uma interlocução mais direta e estreita com a Psicanálise por conta da concepção de sujeito, noção que é central em ambos os campos teóricos (AD e Materialismo Histórico), e que apresenta particularidades e afinidades mútuas instigantes. Especialmente porque o assunto em tela põe à luz o tema da mulher na época em que se vive.

Diante dos fundamentos apontados até aqui, coube analisar como o discurso, por exemplo do SEBRAE, é meio difusor de ideologia dominante. Como ela procura normalizar sentidos, homogeneizar comportamentos, relacionar mulheres às mercadorias, de modo tal que ao adquirir os serviços por ele anunciados, as mulheres adquiram também “poder” despertado por eles, e até possam romper e alcançar a sua emancipação como proprietária de bens.

Vê-se como uma estrutura do discurso corresponde, assim, a uma escritura da subversão do sujeito por meio de uma abordagem discursiva, resultado lacaniano, que poderia ser colocado ao lado do empreendimento pêcheutiano, na medida em que ambos buscaram pensar as condições e implicações éticas pelas quais o sujeito poderia emergir de sua posição de assujeitamento.

Nesta tese, identifica-se e analisa-se como a Formação do Discurso do Empreendedorismo Feminino (FDEF) se constitui como espaço de convergências, divergências e silenciamentos sobre a “mulher” de negócios: (a) identifica e analisa o discurso de empreendedorismo na história do capitalismo; (b) entende-se as relações entre SEBRAE e as mulheres de negócios; e, (c) examina-se a díade inconsciente e ideologia em um contexto histórico-social por meio do discurso, em geral nas práticas discursivas do empreendedorismo, com ênfase na desfaçatez do sofrimento das narrativas das mulheres, publicadas pelo SEBRAE Nacional, impulsionando-as a serem funcionais ao capital.

Desse modo, as diversas análises, já realizadas por pesquisadores, mostram que uma mesma formação ideológica (mulher como naturalmente afeita ao lar) pode conter formações discursivas diferentes que dialogam entre si, se contradizendo, ao mesmo tempo, se complementando, revelando a heterogeneidade do discurso e as paredes porosas que revestem as formações discursivas, a exemplo da Formação Discursiva do Empreendedorismo Feminino que não pode ser considerada homogênea.

Nas sequências discursivas analisadas, viu-se de forma restritiva a possibilidade, ou urgência, de que as mulheres sejam empreendedoras. E que estas possam, por meio do SEBRAE, desenvolver os comportamentos requeridos para tal. Neste sentido, os discursos enaltecem a “mulher” de negócios que sabe empreender, que seja flexível, capaz de adaptar-se às novidades do mercado, e aos cuidados de sua família, e com os serviços domésticos, sempre de forma persistente, superando os obstáculos. Como afirma Mészáros (2006, p. 34), “os obstáculos reais enfrentados pelo trabalho (...) podem ser resumidos em duas palavras: ‘flexibilidade’ e ‘desregulamentação’, (...) para toda criatura racional, como a maternidade e a torta de maçã”.

Entende-se também que é por meio do sucesso que se pode alcançar que as mulheres empreendedoras são discursivamente construídas como ‘donas’ do seu destino, podendo controlar, ou pelo menos minimizar, as incertezas e imprevisibilidades da vida. O drama do sujeito, que acompanhou a travessia teórica de Michel Pêcheux, esteve sempre no horizonte de nossa investigação. Um drama que me parece inerente aos teóricos das ciências humanas que é entender os efeitos de retorno no real do isolamento do sujeito no discurso da ciência. Trata de nos mostrar que o resultado de uma aventura teórica frequentemente traduz, também, a expressão dos seus impasses.

Trazer a teoria lacaniana do discurso deu relevo para entender que o sujeito e a cadeia significativa implicam a divisão pela qual, simultaneamente, o sujeito se liga à fantasia. Esta apropriação ideológica da realidade libidinal da fantasia desvela e ao mesmo tempo nega o elemento ideológico. Lacan aponta com muita precisão o real, que se encontra em jogo nesse funcionamento discursivo para levar cada vez mais ao limite o circuito do empreendedorismo. Lacan antecipa assim o que se vê realizar-se na contemporaneidade, um sujeito como uma unidade de valor, isto é, o sujeito mais-valia.

Assinalo que Lacan antecipa na Psicanálise e, neste sentido, no discurso psicanalítico, uma das únicas disciplinas, junto àquelas oriundas do pensamento marxiano, capazes em nossos dias de sustentar uma crítica eficaz da circularidade do capital e deste com a ciência. Contrariamente às formas do saber que a rejeitam, Lacan defende que a Psicanálise se situa “na via aberta pelo marxismo — a saber, que o discurso está ligado aos interesses do sujeito” (LACAN, 1969-1970/1992, p. 86). Interesses que Marx mostrou, na sociedade capitalista, serem suscetíveis de uma profunda alienação mercantil.

Assim, a fantasia vai emoldurando o campo da realidade para um sujeito, oferecida como uma maneira de capturar o sujeito em sua divisão mesma. A partir da “teoria” lacaniana dos discursos, a Psicanálise ganha direito em relação àquilo que já havia sido enunciado na abordagem freudiana do Witz: o inconsciente desponta como uma forma de discursividade passível de intervir no laço social determinado pelo discurso do mestre. Essa discursividade pressupõe, logicamente, a hiância produzida no real pela escritura da disjunção em que a cadeia significante se rompe, tornando possível a passagem ao avesso do discurso do mestre.

A esse respeito, ao tratar da relação entre o institucionalizado e o doméstico, ou o que provoca deslocamento, pode-se afirmar que mesmo em imagens (imaginário) e narrativas de mulheres empreendedoras, de negócios, lutadoras, mães e companheiras, observa-se a presença daquilo que escapa a esses imaginários.

Nessas mulheres, as protagonistas das sequências discursivas, viu-se como o negócio é significado no processo de historicização dos sentidos sobre essas mesmas mulheres. Dessa maneira, evidenciou-se que o negócio, pelo discurso do SEBRAE, nunca foi “lugar de mulher”. Lugar de mulher é em casa (no casamento), cuidando dos filhos e, ao mesmo tempo, podendo até empreender. A “mulher” nos negócios aparece historicamente significada como um lugar desafiador para a mulher. Nesse sentido, considerando toda a narratividade institucionalizada a partir do PSMN, o estar nos negócios, o significar-se neles é romper com todos esses sentidos que significam pela memória discursiva da relação mulher-empresa.

Em quase quatro anos de Doutorado, de tudo o que eu aprendi ao longo desse tempo, um saber pecheutiano ficou em mim de que não há ritual sem falhas. O processo de construção desta tese atravessou instabilidade de todos os tipos, as quais tiveram efeitos no resultado final do texto. Falar sobre mulheres de negócios,

com as quais vivi intensamente, durante mais de 15 anos de experiência profissional, me trouxe uma luta subjetiva bem marcante, e seus efeitos ecoam na minha posição-sujeito de pesquisadora.

A tese em quatro seções, e pelas características constantes, aqui funcionou como um sintoma da impossibilidade de dar conta de tudo e não se dizer o que de fato desejei dizer. Minha vontade foi dar conta de uma pesquisa que eu pudesse articular os elementos de saber da Psicanálise com o materialismo histórico e a AD, de maneira a questionar e ousar movimentos de revolta para impedir que a vida dessas mulheres se transforme em repetições.

Sabe-se que há ainda muito por investigar sobre os efeitos de sentido causados pelo discurso em questão, pois entende-se que esse tipo de materialidade provoca outras análises que, de fato, envolvem sentidos vindos de outros discursos, situados em contextos históricos e sociais. Espera-se que esta tese tenha contribuído, ao menos, para suscitar algumas análises a respeito do discurso do empreendedorismo feminino e ratificar. Nas palavras de Amaral (2005, p. 299) que “(...) toda intencionalidade de atribuir um ponto de chegada a esse processo de reflexão está alicerçada na certeza de que prevalece o movimento de continuidade e ruptura inerente a toda prática social. Estamos do lado daqueles que veem, no fim, o desafio de um começo”.

A caminhada continua, na certeza de que “[...] é preciso suportar o que venha a ser pensado, isto é, é preciso ‘ousar pensar por si mesmo’” (PÊCHEUX, 2009, p. 281). Mesmo que encerrando essas considerações, sigo com a angustiante calma de que a dedicação de elaboração de uma tese possível tornou-se concreta.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. 1983. **Aparelhos ideológicos do estado**. Rio de Janeiro: Graal.

AMARAL, Maria Virgínia Borges. **Discurso e relações de trabalho**. Maceió: EDUFAL. 2005.

_____. **O avesso do discurso: análise de práticas discursivas no campo do trabalho**. Maceió: Edufal, 2007.

_____. DOSSIÊ DISCURSO E MEMÓRIA. **A negação da memória do trabalho no discurso do capital**. Resgate – Rev. Interdiscip. Cult., Campinas, v. 24, n. 1[31], p. 37-54, jan./jun. 2016 – e-ISSN: 2178-3284.

ARAÚJO, Clara. SCALON, Ceci. **Gênero, família e trabalho no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. 304p.

_____. **Ações afirmativas como estratégias políticas feministas**. In: Bruschini, Cristina e organizadoras. **Gênero, democracia e sociedade brasileira**, São Paulo: FCC, Ed. 43, 2002.

ARENDT, H. **A condição humana**. (trad. de Roberto Raposo). 11. ed., Rio de Janeiro: Forense, 2014.

AUTHIER-Revuz, J. **La représentation du discours autre: un champ multiplement hétérogène**. Actes du colloque: Le discours rapporté dans tous ses états. Bruxelles 8-11 novembre 2001.

_____. **Heterogeneidade(s) enunciativa(s)**. Caderno de Estudos Linguísticos, Campinas – IEL/UNICAMP, v. 19, p. 25-42, 1990.

BAKHTIN, M. **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. São Paulo: Hucitec, 1990, p. 71-163.

_____. **Os gêneros do discurso**. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003, p. 261-306.

BALDINI, L. **Análise do discurso e “uma teoria da subjetividade (de natureza psicanalítica)”**. *Revista Letras*, v. 24, n. 48. Santa Maria, Universidade Federal de Santa Maria, 2014.

BANDEIRA, P. (2016). **Prêmio Sebrae Mulher de Negócios**. Disponível em: <<http://polybandeira.com/Premio-Sebrae-Mulher-de-Negocios>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

BARTHES, R. **Retórica da imagem**. In: _____ **O óbvio e o obscuro**. Lisboa: Edições 70, 1984.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. *Educação Brasileira*, 20(41), p. 189-197. 1998.

BARRETTO, E S. **Identidades de Género en la series de televisión: una reflexión en torno a la Cultura de la Violencia**. Barcelona-Espanha, 2008, 398 p. (Tese de doutorado) Programa de Doctorat “Periodisme i Ciències de la Comunicació”, Universidade Autônoma de Barcelona.

_____. **A violência nas fronteiras fixas de gênero: pensando rupturas a partir das telenovelas da América Latina Europa**. In: *Gênero e outros lugares: poética e espaços interdisciplinares*. Isabel Brandão, Fátima Albuquerque (organizadoras). Maceió: EDUFAL, 2009.

BEAUVOIR, S. de. **O Segundo Sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009 [1990].

BIRMAN, J. **Gramáticas do erotismo: a feminilidade e suas formas de subjetivação em Psicanálise**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BRANDÃO, H.H.N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Unicamp, 2002. [2004].

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed., rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

BUTLER, J. **Corpos que pensam: sobre os limites discursivos do “sexo”**. In: LOURO, G. L. (Org.) *O Corpo Educado: pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte, 2007.

_____. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. RJ: Civilização Brasileira, 2010. (Col. Sujeito e História).

_____. **El Género em disputa**. Buenos Aires: Paidós, 2001a.

BUTTNER, H.; MOORE, D. **'Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success**. *Journal of Small Business Management*, Jan., p. 34-47, 1997.

CABRAL, M. R. **O mercado de trabalho na década de 90: um mundo em transformação**, 1999.

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en general**, 1955.

CARDOZO, T. R; BARBOSA, M. L. (2005). **Políticas informacionais e práticas pedagógicas para a formação do bibliotecário empreendedor**. Disponível em: <http://www.cinform.ufba.br/v.anais>. Acesso em: 26 set. 2005.

CARLOTO, C. M. **A saúde das trabalhadoras**. In: *Saúde das trabalhadoras*. São Paulo: SOF, 1998.

CARVALHO, J. L. F. S.; CARVALHO, F. A. A.; BEZERRA, C. C. O Monge, o Executivo e o Estudante Ludibriado: Um Estudo Crítico sobre Literatura Pop-Management para Alunos de Graduação. **Anais do XXXI Encontro Nacional da ANPAD**. Rio de Janeiro, 2007.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano I: as artes do fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CIELO, I. D. **Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão**. Dissertação de Mestrado da Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC 2001.

CISNE, M. **Gênero, divisão sexual do trabalho e serviço social**. São Paulo: Outras Expressões, 2012.

CRAMER, L et al. **Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios.** Disponível em: <<http://www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/14/12> >. Acesso em: 15 mar. 2016.

CRAVO, V. L. Z. **A Influência da Mulher na Independência.** Boletim do Instituto Histórico, Geográfico e Etnográfico Paranaense, v. 18, p. 9-17, 1973.

COLBARI, A. L. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. **SINAIS – Revista Eletrônica**, 1(1), 2007, p. 75-111.

COSTA, A. S. M. **Convergências, divergências e silêncios: o discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo nas empresas juniores e na mídia de negócios/Tese (doutorado) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, 2010.**

COSTA, S. **Governamentalidade neoliberal, teoria do capital humano e empreendedorismo.** In: Educação & Realidade, v. 34, n. 2, 2009, p. 171-186.

COURTINE. Jean-Jacques. **O discurso inatingível: Marxismo e Linguística (1965-1985).** Tradução de Heloísa M. Rosário. In: Cadernos de tradução – n. 6/jun. 1999. Porto Alegre: 1999, p. 5-18.

_____. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos.** [trad.] Cristina de Campos Velho Birck [et al.] São Carlos: EdUFSCar, 2009.

_____. **Définition d'orientations théoriques et construction de procédures en analyse du discours.** Revue Philosophiques, v. IX, n. 2, octobre, 1982 [1992].

DEAMER, I; EARLE, L. **Searching for Entrepreneurship.** Industrial and Commercial Training. 36(3):99-103, 2004.

DEJOURS, C. (1999). **A banalização da injustiça social.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. (Original publicado em 1998).

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

_____. **Oficina do empreendedor.** /Fernando Dolabela. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. **Oficina do Empreendedor.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.

_____. **Quero construir a minha história** / Fernando Dolabela. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**/José Carlos Assis Dornelas. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. [2008].

_____. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**/José Carlos Assis Dornelas – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

_____. **Transformando ideias e negócios** /José Carlos de Assis, 51 – 2. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. **O Gerente Eficaz.** Editora Zahar, São Paulo, 1974.

DUNKER, C. I. L. **Lacan e a Análise de Discurso.** In: BALDINI, L.J.S.; SOUZA, L.M.A. (Orgs.). Discurso e sujeito: tramas de significantes. São Carlos: Edufscar, 2014. p. 143-181.

ENGELS, F. **Origem da família, da propriedade privada e do Estado.** São Paulo: Centauro, 2002.

ENGELS, F. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado.** Ed. Expressão Popular, 2010.

ESCARLATE, L. F. **Aprender a empreender.** Brasília: Fundação Roberto Marinho, SEBRAE, 2010.

EVANGELISTA, W. J. **Conhecimento e desejo**: estudo histórico-crítico do conceito de superdeterminação no itinerário de Louis Althusser. 1984. Tese (Titular em Filosofia) – Departamento de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1984.

FERREIRA (a), A. A. **Gestão Empresarial: de Taylor aos Nossos Dias**. São Paulo: Pioneira, 1997.

FERREIRA (b), M. C. L. **Saussure, Chomsky, Pêcheux**: a metáfora geométrica do dentro/fora da língua. *Linguagem e Ensino*, Universidade Católica de Pelotas, v. 2, n. 1, jan, 1999.

_____. **Da ambiguidade ao equívoco** – nos limites da sintaxe e do discurso. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

_____. **A Língua da análise do discurso**: esse estranho objeto do desejo. In: FERREIRA, Maria Cristina Leandro, 2002.

_____. **Análise do Discurso e Psicanálise**: uma estranha intimidade. Porto Alegre. Correio Appoa, 2004.

_____. Estudos da Língua(gem). Michel Pêcheux e a Análise do Discurso. **Linguagem, Ideologia e Psicanálise**. Vitória da Conquista, n1, 2005.

FERREIRA (b), M. C. L; MITTMANN, S. (Org.). **O Discurso na Contemporaneidade**. Materialidades e Fronteiras. São Carlos: Claraluz, 2009.

_____. **A equivocidade na circulação do conhecimento científico**. *Linguagem em (Dis)curso*, v.11, n. 3, Tubarão, Set. Dez. 2011.

FESTINALI, R. C. **Estratégias empresariais em empresas do contexto empreendedor**: o caso da indústria laticínio vila nova. In: ENCONTRO DE ESTUDOS ESTRATÉGICOS DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓSGRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 2003, Curitiba-PR. Anais... Curitiba: ANPAD, 2003. 1 CD ROM.

FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho, 1999.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. [2004].

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis, RJ: Vozes.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1988, p. 145-53. Edição original: 1979. GUILHAMOU, J; MALDIDIER, D. História e discurso. In: ORLANDI, E (Org.) Gestos de leitura: da história no discurso. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2010b.

_____. **A história da loucura**. São Paulo: Perspectiva, 1978. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 1996. A verdade e as formas jurídicas. Rio de Janeiro: Nau Editora, 1996.

FRANCO, M. M. S. **Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas**. 2014.

FREUD, S. Die Verneinung – **La dénégation – A denegação**. Tradução de Silmia Sobreira, a partir da tradução para o francês por Pierre èves Bernard is. Revista Psicanálise, v. 4, n. 6 – Escola da Causa Freudiana – ACF, Bélgica, 1982. (Uso interno no cartel sobre a lógica da fantasia, por Alessandra Carreira, Antonio César Perón, Eliana Benguela e Silmia Sobreira, s/página).

_____. **O mal-estar na civilização**. In: Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, v. 21, 1980, p. 75-177, 1930.

GILLIGAN, C. **In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development**. Cambridge: Harvard, 1982.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2011)**. Curitiba: IBQP, 2012.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2013)**. Curitiba: IBQP, 2014.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2015)**. Curitiba: IBQP, 2015.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2016)**. Curitiba: IBQP, 2016.

GREGOLIN, M. R. V. **O enunciado e o arquivo: Foucault (entre)vistas**. In: SARGENTINI, V; NAVARRO-BARBOSA, P. (Org). **Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade**. São Carlos: Claraluz, 2004, p. 23-44.

GREGOLIN, M. R. (Org.), **Discurso e Mídia – a cultura do espetáculo**, São Carlos, SP: Claraluz, 2003.

GUIMARÃES, N. A; HIRATA, S.; Helena & SUGITA, Kurumi (2011). **Cuidado e cuidadoras: o trabalho de care no Brasil**. Sociologia & Antropologia, n. 1, p. 151-80.

HARRIS, Z. S. (1952). **Analyse du Discours**. Langages, 13, p. 8-44, 1952.

HÉBERT, R. F.; LINK, A. N. **The entrepreneur – mainstream views & radical critiques**. New York: Praeger, 1988. In: GUIMARÃES, L.O. (2002) A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores. Tese (doutorado em Administração) Fundação Getúlio Vargas.

HELENA, H. N. B. **Introdução à Análise do Discurso**, Campinas, SP: Editora da Unicamp, Ed. 2004.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas Didático-Pedagógicas no ensino de empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais. **Revista de Administração Mackenzie**. V. 9, n. 5, p.112-136, 2008.

HENRY, P. A. **A ferramenta imperfeita: língua, sujeito e discurso**. Campinas: Unicamp, 1992.

HERBERT, T. [PÊCHEUX, M.]. **Observações para uma teoria geral das ideologias**. Tradução de Carolina M.R. Zuccolillo, Eni P.Orlandi e José H. Nunes. Rua, Campinas, n. 1, p. 63-89, 1995. Tradução de: Pour une théorie générale des idéologies, 1968.

_____. **Reflexões sobre a situação teórica das ciências sociais e, especificamente, da psicologia social**. Tempo Brasileiro, n. 30-31, jun-dez, 1972/2011. Tradução de: Cahiers pour l'analyse, 1966.

HIRATA, H. **Globalização e divisão sexual do trabalho**. Cad. Pagu[online]. 2002.

_____; KERGOAT, D. **Novas configurações da divisão sexual do trabalho**. Cadernos de Pesquisa. V. 37, n.132, 2007.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPER, P. D. **Empreendedorismo**. 7. ed., Porto Alegre: Artmed, 2009.

_____. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D; E. HOSKISSON, R. **Administração Estratégica**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008. 415 p.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). 2014. **Periódicos**. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_2014.pdf. Acesso em: 15 mar. 2016.

INDURSKY, F. **Da interpelação à falha no ritual**: a trajetória teórica da noção de formação discursiva. In:BARONAS, Roberto Leiser. **Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção conceito de formação discursiva**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007.

INDURSKY, F. (org.). **Michel Pêcheux e a análise do discurso**: uma relação de nunca acabar. São Carlos: Claraluz, 2005, p. 213 -218.

_____. Saussure, Chomsky, Pêcheux: a metáfora geométrica do dentro/fora da língua. **Linguagem e Ensino**, Universidade Católica de Pelotas, v. 2, n. 1, jan. 1999.

JAMESON, F. **O inconsciente político**: a narrativa como ato social político. Tradução Valter Lellis Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

JORGE, M. A. C. **Fundamentos da Psicanálise de Freud e Lacan**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

KLINENBERG, O. **Psicologia Social**. 3. edição. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1967.

KOLONTAI, A. **A nova mulher e a moral sexual**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. 2. ed. London: Routledge, 2006.

LACAN, J. **Escritos**. Trad Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. **Subversão do sujeito e dialética do desejo** (1960). In: Escritos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1998a.

_____. **Função e campo da fala e da linguagem**. In: _____ Escritos. [trad] Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed, 1998a.

_____. L'étourdit. In: LACAN, J. **Autres écrits**. Paris: Editions du Seuil, 2001.

_____. Conferencia en Ginebra sobre el síntoma. (1975). In: LACAN, J. **Intervenciones y Textos – 2**. Manantial, Buenos Aires, 2001.

_____. **O seminário, livro 10: a angústia**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2005.

_____. **O seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da Psicanálise** (1963-1964). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998 [1998e].

_____. **O seminário, livro 20: Mais, ainda (1972-1973)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996. [1985]

_____. **O seminário 23: o sintoma** [trad.] Serio Laia. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

_____. **Le séminaire, livre: 22 – RSI** (1974-1975). Séminaire non Publié, version de l'Association Freudienne Internationale (AFI).

_____. **Instância da letra no inconsciente ou a razão desde Freud**. In: Escritos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998b[1966], p. 496-538.

LASSANCE, M. C. P. & Magalhães, M. O. (1997). **Gênero e escolha profissional**. In: R.S. Levenfus (Org.). *A Psicodinâmica da escolha profissional* (p. 47-61). Porto Alegre: Artes Médicas.

LE GOFF, J. **História e memória**. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

LEITE, M. R. B. **Bombril e Ratinho: as vozes da sedução**. In: GREGOLIN, Maria do Rosário e BARONAS, Roberto (orgs.). **Análise do Discurso: as materialidades de sentido**. São Carlos-SP: Claraluz, 2001.

LENIN, V. **O Imperialismo: fase superior do capitalismo**. São Paulo: Global, 1979.

LESSA, S. **A emancipação política e a defesa de direitos**. *Revista Serviço Social & Sociedade*. São Paulo: Cortez, n. 90, p. 35-57, jun. 2012

LIMA, N. R. **O feminino na Psicanálise**. Maceió: EDUFAL, 2001.

LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. **Conflito Vida Pessoal vs. Vida Profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro**. *Anais... ANPAD*, 2004.

MAGALHÃES, B; SILVA, G. **A Mulher no trabalho, na família e na universidade**. *Revista Eletrônica Arma da crítica*, Ano 2, Número 2. 2010.

MALDIDIER, D. **A inquietação do discurso: (re)ler Michel Pêcheux hoje**. Trad. Eni. P. Orlandi. Campinas: Pontes, 2003.

MARIANI, B. **Os primórdios da imprensa no Brasil** (Ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, E.P. (Org.). *Discurso fundador. A formação do país e a construção da identidade nacional*. 3 ed. Campinas-SP: Pontes, 2003, p. 31-42.

MARTELLI, C. G. **Autoajuda e Gestão de Negócios: Uma Parceria de Sucesso**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial: 2006.

MARSHALL, A. [1920]. **Principles of economics**. Pennsylvania: Porcupine Press, 1982.

MARX, K. Para a crítica da economia política. In: _____. **Manuscrtos econômico-filosóficos e outros escritos**. São Paulo: Abril Cultural, 1978. MARX, Karl. **A Ideologia Alemã**. Lisboa/São Paulo: Presença/Martins fontes, 1976.

_____. **O Método na Economia Política**. Lisboa: Venda Nova – Amadora, 1974.

_____. **Sobre a questão judaica**. São Paulo: Boitempo, 2010a.
MARX, Karl & ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MARX, K; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. Tradução: Luis Claudio de Castro e Cosa. 3ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

_____. **Capítulo VI, inédito de O capital**. São Paulo: Centauro, 2004a.

_____. **O capital: crítica da economia política**. Livro I. São Paulo: Boitempo, 2013 (original de 1867).

_____. **Manuscrtos Econômico-Filosóficos de 1844**. São Paulo: Ática: 1989 [1974] [1983].

_____. **Manuscrtos Econômico-Filosóficos de 1844**. São Paulo: Ática: 1989 [1974] [1983].

MATTOS, L. V. **As razões do laissez-faire**: uma análise do ataque ao ‘sistema mercantil’ e da defesa da ‘liberdade natural’ na riqueza das nações. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/encontro2005/artigos/A05A005.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2007.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MÉSZÁROS, I. **A teoria da alienação em Marx**. Trad. Isa Tavares. São Paulo: Boitempo, 2006.

MÉZÁROS, I. **Para além do capital**. Tradução de Paulo Sérgio Castanheira e Sérgio Lessa. São Paulo: Boitempo Editorial; Editora da UNICAMP, 2002.

MILNER, Jean-Claude. **O Amor da Língua**. Trad. Ângela Cristina Jesuíno. Porto Alegre, Artes Médicas, 1987.

MITCHELL, J. **Woman's Estate**. England: Penguin Books, 1971.

MORRIS, Michael H. **Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies**. Westport, CT, USA: Greenwood Publishing Group, Incorporated, 1998.

MUSSALIM, F. **Análise do discurso**. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina (Orgs.). *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. V. 2. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

NARVAZ, M. G. & KOLLER, S. H. **Família e patriarcado: da prescrição normativa à subversão criativa**. *Psicologia & Sociedade*, 18(1), 49-55, 2006.

NASIO, J. D. **Cinco lições sobre a teoria de Jacques Lacan**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

NICHOLSON, L. **Interpretando o gênero**. *Revista Estudos Feministas*, v. 8, n. 2, p. 9-41, 1999.

NIETZSCHE, F. **Além do bem e do mal: Prelúdio a uma Filosofia do Futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1957.

NUNES, C. **Educar para a Emancipação**. Florianópolis, SC: Sophos, 2003.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2000, 2003[2009].

_____. **As formas do silêncio**. No movimento dos sentidos. 6. ed., Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

_____. **A leitura e os leitores**. Campinas: Pontes, 1998.

_____. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 1993[2001].

_____. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas: Pontes, 2001.

_____. **Análise de discurso: princípios e dispositivos.** Campinas, SP: Pontes, 2002. [2009]

_____. (Org). **Análise de Discurso: Michel Pêcheux.** 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2012.

_____. **Discurso em análise: sujeito, sentido, ideologia.** 2. ed. Campinas, SP: Pontes editores, 2012.

_____. **Discurso e texto: Formulações e circulações dos sentidos.** Campinas, SP: Pontes, 2008. [2005].

_____. **A linguagem e seu funcionamento; As formas do discurso.** 1. ed., São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Interpretação: autoria, leitura, e efeitos do trabalho simbólico.** São Paulo: Vozes, 2000.

PAIVA JR, F. G. **O empreendedorismo na ação de empreender** – uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz. Tese de doutorado da Universidade Federal de Minas Gerais, 2004.

PARSONS, T. **Wants and activities in Marshall.** Quarterly Journal of Economics, n. 46, 1931a.

_____. **Economics and sociology: Marshall in relation to the thought of his time.** Quarterly Journal of Economics, n. 46, p. 316-347, 1931b.

PAYER, M. O. **Linguagem e sociedade contemporânea: sujeito, mídia e mercado.** RUA [Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp], LABEURB, NUDECRI. Campinas, São Paulo, n. 11, p. 9-25, mar. 2005.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. (1975). In: GADET, F.; HAK, T.(orgs.) **Por uma análise automática do discurso.** Campinas: Unicamp, 1993.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. **A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas.** In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux.** 3. ed., Campinas: Ed. Unicamp, 1997 [1975], p.163-252.

_____. **O mecanismo do (des)conhecimento ideológico.** In: ZIZEK, S. et al. (Org.). **O mapa da ideologia.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p.143-152.

_____. **Análise Automática do Discurso (AAD-69).** In: GADET & HAK (org). **Por uma análise automática do discurso.** Campinas: Ed. Unicamp, 1990.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Tradução de Eni Orlandi et al., Campinas: Ed. Unicamp, 1997. [2009a].

PÊCHEUX, M.; GADET, F. **A língua inatingível – o discurso na história da linguística.** Campinas: Pontes, 2004.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Trad. Eni Pulcinelli Orlandi [et al.]. 2. ed., Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1988, 1995 [1975], 1997a, [2009].

_____. **Anexo III. Só há causa daquilo que falha.** In: **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Trad. Eni Orlandi et al., 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009, p. 281.

_____. (1982) **Ler o arquivo hoje.** Trad. Maria das Graças Lopes Morin do Amaral. In: ORLANDI, Eni Puccinelli (org.) [et al.]. **Gestos de leitura: da história no discurso.** Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1994, p. 55-66.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Tradução Eni Orlandi. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1988.

_____. **Análise Automática do Discurso (AAD-69)** IN GADET, F. HAK, T. (Org.). **Por Uma Análise Automática do Discurso: Uma Introdução à Obra de Michel Pêcheux.** 3. ed., Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997,

_____. **Apresentação da análise automática do discurso.** In: **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux.** (Orgs.). Françoise Gadet e Tony Hak; Trad. Bethania S. Mariani [et. al.] – 4. ed., Campinas, SP: Editora Unicamp, 2010 [1975].

_____. **Papel da memória.** In: ACHARD, Pierre. [et al.]. [1983]. Papel da memória. Tradução e introdução de José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 2010, p. 49-57.

_____. **Delimitações, inversões, deslocamentos.** [trad.] José Horta Nunes. Cadernos de Estudos Linguísticos, (19), 7-24, jul/dez, 1990.

_____. **O discurso – estrutura ou acontecimento? – 1983.** Campinas: Pontes, 1997. [1999]

PERROT, M. **Mulheres Públicas.** Tradução Roberto Leal Ferreira. São Paulo: UNESP, 1998.

PERROT, M. **Escrever a história das mulheres.** In: Minha História das Mulheres. São Paulo: Contexto, 2007. PRIORE, M.D. (org.) **História das Mulheres no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **Mulheres públicas.** São Paulo: UNESP, 1998.

PLON, M. **Análise do discurso** (de Michel Pêcheux) vs análise do inconsciente. In: INDURSKY, Freda e FERREIRA, Maria Cristina (orgs.). Michel Pêcheux e a 263 análise do discurso: uma relação de nunca acabar. São Carlos: Claraluz, 2005. p. 33-50.

PRIORE, M. D. (Org). **História das Mulheres no Brasil.** 3. ed., São Paulo: Contexto, 2000.

_____. **História das Mulheres no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2006.

QUINET, A. **Os outros em Lacan.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. V. **Manual de Investigação em Ciências Sociais.** Lisboa: Gradiva, 1998.

ROCHA-Coutinho, M. L. **A análise do discurso em psicologia:** algumas questões, problemas e limites. In: SOUZA, M.L.; FREITAS, M.F.Q.; RODRIGUES, M.M.P. Psicologia: reflexões (im)pertinentes. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1998.

RUBIN, G. **O tráfico de mulheres:** notas sobre a “Economia Política” do Sexo. Tradução de Christine Rufino Dabat. Recife: Editora SOS Corpo, 1993.

SAFFIOTI, H. I. B. **Gênero, Patriarcado e Violência.** São Paulo: Fundação Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

_____. **A mulher na sociedade de classes.** São Paulo: Expressão Popular, 2013.

_____. **Rearticulando gênero e classe social.** In: COSTA, Albertina de Oliveira; BRUSCHINI, Cristina. Uma questão de gênero. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 1992.

SAFOUAN, M. **La parole ou la mort.** Paris: Seuil, 1993.

SARDA, A. M. La Otra «Política» De Aristóteles. Editorial Icaria, S.A, 1988.

_____. SARDÀ, A. M. Em torno al androcentrismo em la historia. Cuadernos inacabados. **El arquétipo viril protagonista de la história.** Exercícios de lecturas no androcentrica. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1991, p. 17-52.

SCOTT, J. História das Mulheres. In: BURKE, P. (Org). **A escrita da história: novas perspectivas.** Trad. Magda Soares São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1992.p.p. 63-96.

_____. **Gênero:** Uma categoria útil de análise histórica. Educação e Realidade. Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez.1995 [1990].

_____. **La Citoyenne Paradoxale:** les féministes françaises et les droits de l’homme. Paris: Ed Albin Michel, 1998.

SEBRAE. Conhecer Prêmio Sebrae “mulher” de negócios. **Reconhecimento dez anos de valorização do empreendedorismo feminino.** 2014.

_____. **Disciplina de empreendedorismo.** São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

_____. **Um agente de desenvolvimento.** SEBRAE. 2011.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. **Genre:** une catégorie utile d'analyse historique. Les Cahiers du Grif, 37/8, 1988, p. 125-153. Notes sur l'économie politique et l'histoire du privé. Cahiers du Cedref, 1, 1989, p. 59 a 63.

SCHUMPETER, J. **A resposta criadora na história econômica.** In: Lucas (org.). Economia e Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.

_____. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SENNET, R. (2006). **A cultura do novo capitalismo.** Rio de Janeiro: Record.

SILVA, G. C. C, et al. **A mulher e sua posição na sociedade:** da antiguidade aos dias atuais. Revista da sociedade brasileira de psicologia, dez.2005. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-08582005000200006>. Acesso em: 22 ago. 2015.

SILVA, J. V. A. **As relações de trabalho, família e sucesso:** um estudo com gerentes. 2006. 139p. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Mestrado em Administração. UNIVALI. Biguaçu, SC, 2007.

SILVA, R. R. **Mulheres empreendedoras:** das dificuldades as conquistas no mundo dos negócios. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/_resources/files/_modules/academics/academics_663_2_01002281825025400.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2016.

SIQUEIRA, M. V. S.; FREITAS, M. E. O Papel da Mídia Especializada em Negócios na Reprodução do Discurso Organizacional em Recursos Humanos no Brasil. **Anais do XXX Encontro da ANPAD**, Salvador, 2006.

SOLER, C. **O corpo falante.** Caderno de Stylus. Rio de Janeiro: Fórum do Campo Lacaniano, 2010.

SOUZA, F. V. **De PLANFOR a PNQ:** permanecem os dilemas da política de qualificação profissional. In: Serviço Social e Sociedade, 97, janeiro/março 2009.

SOUZA, T. C. C. **A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação.** Revista Rua. Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp – NUDECRI. Campinas, SP, n. 7, março 2001.

TANURE, B.; CARVALHO NETO, A. M. & ANDRADE, J. **Executivos:** sucesso e (in)felicidade. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2007.

TEIXEIRA, M. **Análise de Discurso:** elementos para uma abordagem do sentido do discurso. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

_____. **Análise de Discurso e Psicanálise:** elementos para uma abordagem do sentido no discurso. 2. ed., Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

_____. A constituição do sujeito discursivo. In: CORACINI, M. J.; PEREIRA, A. E. **Discurso e sociedade: práticas em análise do discurso.** Pelotas: Educart, 2001.

_____. **O sujeito é o outro:** uma reflexão sobre o apelo de Pêcheux à Psicanálise. Letras hoje. Porto Alegre, v. 32, n. 1, 1997.

TFOUNI, F. **Slogan:** linguagem, sintoma e fetichização. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística. Faculdade de Ciências e Letras – UNESP – Araraquara, 2003.

TFOUNI, L. V. A dispersão e a deriva na constituição da autoria e suas implicações para uma teoria do letramento. In: SIGNORINI, I. (Org.) **Investigando a relação oral/escrito e as teorias do letramento.** Campinas: Mercado de Letras, p. 77-96, 2001.

_____. **O autor como intérprete – as fronteiras entre a análise do discurso e a Psicanálise lacaniana.** Comunicação oral apresentada em mesa redonda durante o II Congresso e V Colóquio de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso, México, 2003.

_____. **E não tem linhas tua palma:** esquecer para poder lembrar. Revista Organon – Discurso, língua e memória. V. 17, n. 35, p. 143-160. Revista do Instituto de Letras da UFRGS, Porto Alegre, 2003a.

TFOUNI, L. V.; CARREIRA, A. F. **Narrativas de crianças de rua brasileiras: Uma forma de falar de si mesmo.** Cadernos de Pesquisa NEP, v. 2, n. 2, 01 – 12, 1996.

_____. **La Dispersion comme trace de l'Interdit dans les Récits Oraux de Fiction des Enfants de Rue Brésiliens.** Cahiers d'Acquisition et de Pathologie du Langage. França, v. 20, 17 – 37, 2000.

TFOUNI, L. V.; LAUREANO, M. M. M. **“Que queres?”** – O sujeito do discurso e seu desejo: o papel da ideologia. Revista Consciência, n. 2, v. 18, julho/dezembro de 2004, p. 09-26.

_____. **Entre a análise do discurso e a Psicanálise** – a verdade do sujeito. Revista investigações, Revista investigações, UFPE, Recife, v. 18, p. 131-147, 2005.

TOMECKO, J. **Competency-based economies: GTZ and self-sustained small enterprise development.** Small Enterprise Development. V. 3, n. 2, p. 03-06, 1992.

TONET, I. **Educação, Cidadania e Emancipação Humana.** Editora Unijuí, 2005.

TUBERT, S. **Del sexo al género: los equívocos de un concepto.** Madrid: Cátedra Universitat de València, Instituto de la Mujer, 2003.

VALDIVIA, O. B. **Psicanálise e feminilidade:** algumas considerações. Psicologia, Ciência e Profissão, Brasília, v. 17, n. 3, p. 20-27, 1997. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98931997000300004&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 21 jun. 2016.

WOOD JR, T. **Organizações Espetaculares.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

WOOD JR, T.; DE PAULA, A. P. P. Pop-Management. **Anais do XXV ENANPAD,** Campinas, 2001.

ZIZEK, S. **O espectro da ideologia.** In: ZIZEK, S. (Org.). Um mapa da Ideologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 1994, p. 7-38.

_____. **Eles não sabem o que fazem** – o sublime objeto da ideologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

_____. **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

_____. **“Como Marx inventou o sintoma?”** in S. Zizek (Org.) Um mapa da ideologia, tradução de Vera Ribeiro, Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1996.

_____. **O sujeito interpassivo**: Lacan gira numa roda de orações. In S. Zizek (Org.), Como ler Lacan (pp. 33-52). Rio de Janeiro: Zahar, 2010 (apud TODOROV, 1981, p. 148 apud BRANDÃO, 2004, p. 62).

ZOPPI-FONTANA, M. **Cidadãos modernos**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.