

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

**NAS MALHAS DO DISCURSO: a mulher empresária na revista de  
colunismo social Deluxe**

Letícia Maciel do Vale

Orientadora: Prof. Dra. Ilza do Socorro Galvão Cutrim

São Luís-MA  
2020

**Letícia Maciel do Vale**

**NAS MALHAS DO DISCURSO:  
a mulher empresária na revista de colonismo social Deluxe**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Federal do Maranhão, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Letras.

**Linha de pesquisa:** Estudos da linguagem e práticas discursivas

**Orientadora:** Prof. Dra. Ilza do Socorro Galvão Cutrim

São Luís-MA  
2020

Maciel do Vale, Leticia.

NAS MALHAS DO DISCURSO: a mulher empresária na revista de colonismo social Deluxe / Leticia Maciel do Vale. - 2020.

117 f.

Orientador(a): Ilza do Socorro Galvão Cutrim.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Letras/cch, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020.

1. Arqueogenealogia. 2. Colonismo Social. 3. Discurso. 4. Governamentalidade. 5. Mulher empresária. I. Galvão Cutrim, Ilza do Socorro. II. Título.

**Letícia Maciel do Vale**

**NAS MALHAS DO DISCURSO:  
a mulher empresária na revista de colonismo social Deluxe**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Federal do Maranhão, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Letras.

**Linha de pesquisa:** Estudos da linguagem e práticas discursivas

**Orientadora:** Prof. Dra. Ilza do Socorro Galvão Cutrim

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Ilza do Socorro Galvão Cutrim  
Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras  
Universidade Federal do Maranhão

---

Prof. Dr. Marcos Fábio Belo Matos  
Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC  
Universidade Federal do Maranhão

---

Profa. Dra. Mônica da Silva Cruz  
Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras  
Universidade Federal do Maranhão

---

Prof. Dr. José Dino Costa Cavalcante  
Professor do Programa de Pós-Graduação em Letras  
Universidade Federal do Maranhão  
(Suplente)

À minha mãe, Maria das Dores, que durante o período de pesquisa dedicou-se a me acompanhar de perto e não mediu esforços para tornar a jornada mais leve, numa demonstração de cuidado como somente as mães são capazes de fazer.

Ao meu avô, Manoel Maciel dos Santos, que em agosto de 2020 completa 101 anos de vida com muita saúde. Trabalhador da roça e semianalfabeto, sempre demonstrou profundo orgulho da netinha estudante, a quem ele pedia que lesse em voz alta seus livretinhos de cordel. Aqui semeou o gosto pelas letras e pelas infinitas formas de dizer.

## **AGRADECIMENTOS**

A todos os que, de alguma forma, me impulsionaram e tornaram possível o cumprimento dessa missão.

À minha família, pelo apoio e cuidado de sempre e pela compreensão diante do distanciamento durante o período de pesquisa.

À orientadora, Ilza Cutrim, pelos conhecimentos compartilhados, pela confiança e pela disponibilidade em esclarecer cada dúvida com paciência e zelo. Sua dedicação à pesquisa acadêmica e aos estudos do discurso são inspiração para a vida.

À professora Mônica Cruz, pelas inestimáveis contribuições não só na banca de qualificação, mas durante todo o percurso deste trabalho.

Ao professor Marcos Fábio, pelas valiosas sugestões na banca de qualificação e pelo incentivo à pesquisa acadêmica desde a época da graduação.

Aos amigos de mestrado, Camila, Elan, Elimária, Eveline e Letícia Gantzias, pelas dúvidas, descobertas, planos e angústias partilhados. A companhia de cada um tornou o caminho mais agradável e seguro.

Aos colegas do GPELD, pelas discussões enriquecedoras.

A toda a equipe do PGLetras, especialmente a professora Veraluce Lima, pelo acolhimento e disposição para ajudar.

Ao amigo Walison Reis, principal incentivador a enfrentar o desafio da pós-graduação, pelos conselhos e apoio iniciais.

Ao amigo Paulo Henrique, pela boa vontade em ajudar com o trabalho de pesquisa e pelo constante encorajamento.

Aos amigos Alan Milhomem, Jacelena Duarte e Maycon Rangel, pela disposição para ouvir, amparar e mostrar saídas em meio às dificuldades encontradas durante esse trajeto.

A todos, meu muito obrigada.

*O novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta.*  
*Foucault*

## RESUMO

Este trabalho de pesquisa propõe compreender as estratégias discursivas que se manifestam na constituição do sujeito mulher mostrada como empresária bem-sucedida pela revista *Deluxe*, veículo do segmento colunismo social que integra o dispositivo mídia. A pesquisa utiliza os princípios teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, com base nas reflexões de Michel Foucault e o método arqueogenealógico, que busca entender as relações de saber, poder e verdade que se apresentam na produção dos discursos. Também consideramos as discussões sobre governamentalidade, biopoder e biopolítica, para compreender os processos de normalização e disciplinaridade aos quais está sujeito o corpo da mulher discursivizada como empresária bem-sucedida. Verificamos, assim, que existem regras que controlam e disciplinam o corpo desse sujeito, tornando-o economicamente útil e politicamente dócil, e que estão relacionadas a temas como beleza/saúde, maternidade/família, estudos, trabalho e caridade/fé/cuidado com próximo. A revista constrói uma objetivação, uma forma de olhar e dizer sobre o corpo da *mulher empresária bem-sucedida*, em que enunciados dispersos na história aparecem entrelaçados em uma formação discursiva que mostra esse sujeito como modelo a ser seguido. O sujeito, por sua vez, constrói uma subjetividade e se reconhece no discurso que a revista produz sobre ela.

Palavras-chave: Discurso. Mulher empresária. Colunismo Social. Arqueogenealogia. Governamentalidade.

## ABSTRACT

This research work proposes to understand the discursive strategies that are manifested in the constitution of the subject woman shown as a successful businesswoman by Deluxe magazine, a social columnism segment's vehicle that integrates the media apparatus. The research uses the theoretical principles of Discourse Analysis of the French line, based on Michel Foucault's reflections and the archenegenological method, which seeks to understand the relations of knowledge, power and truth that present in the production of discourses. We also consider the discussions about governmentality, biopower and biopolitics, to understand the processes of normalization and disciplinarity to which the body of the discursivized woman as a successful businesswoman is subjected. Thus, we verified that there are rules that control and discipline this subject's body, making it economically useful and politically docile, and that they are related to topics such as beauty / health, motherhood / family, studies, work and charity / faith / care with each other. The magazine builds an objectification, a way of looking and saying about the body of a successful businesswoman, in which statements dispersed in history appear intertwined in a discursive formation that shows this subject as a model to be followed. The subject, in turn, builds subjectivity and recognizes himself in the discourse that the magazine produces about her.

Keywords: Discourse. Businesswoman. Social Columnism. Archegenealogy. Governmentality.

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Mosaico com fotos de todas as empresárias homenageadas na edição nº 37, ano 2016, da revista <i>Deluxe</i> ..... | 67 |
| Figura 2 - Matéria da página 09, revista <i>Deluxe</i> , edição nº 37, ano 2016.....                                        | 68 |

## LISTA DE TABELAS

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1 - Mulher empresária e beleza/saúde.....                          | 68 |
| Quadro 2 - Mulher empresária na materialidade das fotografias.....        | 72 |
| Quadro 3 - Mulher empresária e maternidade/família.....                   | 76 |
| Quadro 4 - Mulher empresária e caridade/fé/cuidado com o próximo.....     | 82 |
| Quadro 5 - Mulher empresária e trabalho.....                              | 86 |
| Quadro 6 - Gestão de crise: o que a revista diz e o que a mulher diz..... | 88 |
| Quadro 7 - Mulher empresária e estudos/formação acadêmica.....            | 90 |

## SUMÁRIO

|                                                                                            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>                                                                   | <b>12</b>  |
| 1.1 A abordagem.....                                                                       | 19         |
| 1.2 Campo de estudo.....                                                                   | 19         |
| 1.3 Análise bibliográfica.....                                                             | 20         |
| 1.4 Categorias de análise.....                                                             | 20         |
| 1.5 Sistematização.....                                                                    | 22         |
| <b>2 COLUNISMO SOCIAL COMO INSTRUMENTO DE DEMARCAÇÃO DE PODER:<br/>UMA GENEALOGIA.....</b> | <b>23</b>  |
| 2.1 Foucault: um arquegenealogista.....                                                    | 23         |
| 2.2 Para entender o Colunismo.....                                                         | 36         |
| 2.3 Colunismo social no Brasil.....                                                        | 40         |
| 2.4 Colunismo social no Maranhão.....                                                      | 48         |
| <b>3 GOVERNAMENTALIDADE E BIPODER SOBRE O CORPO DA MULHER<br/>EMPRESÁRIA .....</b>         | <b>52</b>  |
| 3.1 O sujeito mulher empresária: dócil politicamente e útil economicamente .....           | 60         |
| <b>4 A MULHER EMPRESÁRIA NA REVISTA <i>DELUXE</i> .....</b>                                | <b>64</b>  |
| 4.1 Mulher empreendedora, beleza e saúde.....                                              | 67         |
| 4.2 Mulher empreendedora e família.....                                                    | 76         |
| 4.3 Mulher empreendedora e caridade/fé/cuidado com o próximo.....                          | 81         |
| 4.4 Mulher empreendedora e trabalho.....                                                   | 84         |
| 4.5 Mulher empresária e formação acadêmica/estudos.....                                    | 90         |
| <b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                                         | <b>94</b>  |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                                    | <b>100</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>                                                                         | <b>106</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho é uma continuidade de estudos iniciados no ano de 2012, na graduação em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, cursada na Universidade Federal do Maranhão, campus de Imperatriz, e que teve como objetivo analisar a representação que as revistas de columnismo social da cidade construíam acerca da mulher por meio do discurso.

A formação em Jornalismo possibilitou o entendimento acerca do funcionamento da mídia, dos processos de captação de informações e produção de notícias, que são apresentadas à sociedade na forma de verdade, por meio do discurso. O discurso jornalístico e o da mídia são formas de enxergar e representar a realidade que nos circunda e, por sua vez, são produzidos a partir de ideias, valores, tempo e lugares determinados. Uma notícia, portanto, reflete uma visão sobre um fato, produz discurso e o reverbera. Compreendendo isto, decidimos refletir sobre a constituição de discursos na imprensa local – neste caso, representada pelas revistas direcionadas ao público feminino – em relação à mulher e, por meio de uma análise arquegenealógica, buscamos identificar os fatores que lhes servem de base e quais mecanismos se articulam para dizer o que é dito.

Considerando que o discurso é elemento fundamental nos processos de comunicação, e a necessidade de ampliar a discussão sobre a temática trabalhada durante a graduação, foi imperativo conhecer com mais profundidade as teorias relacionadas à Análise do Discurso, especialmente a de vertente francesa, na qual se ancoram as reflexões concebidas nesta pesquisa. Assim, encontramos no Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Federal do Maranhão, em São Luís, o suporte teórico e metodológico necessário para dar seguimento ao trabalho, que se desenvolve dentro da linha voltada para os Estudos da Linguagem e Práticas Discursivas.

Diariamente, a mulher é tema de discursivização na mídia, seja nos noticiários, seja na publicidade, em produtos de entretenimento e cultura, etc. A imprensa direcionada ao público feminino, enquanto parte do dispositivo (FOUCAULT, 1984) mídia, também exerce importante papel na construção da imagem a respeito da mulher na atualidade. Assim, o objeto de análise foi escolhido frente à necessidade de discutir a constituição dos discursos em relação a esse sujeito na imprensa feminina.

Dentre a gama de abordagens e formatos trabalhados por esse segmento da imprensa nos dias atuais (revistas impressas, sites, blogs, programas na TV e na Internet, dentre outros), mantém-se um modelo cujo ápice coincide com o da difusão das revistas para mulheres: o

colunismo social. No estado do Maranhão, a imprensa feminina de formato impresso possui como principais representantes as revistas de colunismo social, com matérias que abordam temas como festas, personalidades, estilo de vida e outros, normalmente relacionados às classes mais privilegiadas da sociedade.

Nessas revistas locais, grande parte do conteúdo apresenta mulheres como protagonistas e também como público-alvo em casamentos, aniversários, inauguração de empresas, entrevistas, e inúmeras outras situações em que a mulher é mostrada como figura central. Esta característica nos levou à escolha da revista *Deluxe*, um dos principais títulos desse segmento em circulação na cidade de São Luís-MA, como material de análise desta pesquisa. A utilização da revista está autorizada pela editora-chefe do veículo, Guga Fernandes, como pode ser verificado nos Anexos deste trabalho.

Ao longo da história, a sociedade vem produzindo sobre a mulher uma quantidade extensiva de dizeres, que ecoam em diferentes campos do saber, tais como a mídia, a medicina, a igreja/religião, a economia. Tais dizeres constituem-se de discursos que se apresentam como verdadeiros em cada época (FOUCAULT, 1984). Vale ressaltar que as produções históricas que sustentam esses discursos são atravessadas por questões morais, políticas, culturais, etc.

Há uma vasta circulação de discursos sobre a mulher na imprensa brasileira, por exemplo. Na imprensa de colunismo social, incluída no segmento imprensa feminina, e de presença forte no estado do Maranhão, essa circulação de discursos não foge à regra. Tradicionalmente, a mulher que estampa esse segmento é apresentada numa dispersão de discursos que a situam na esfera doméstica como mãe, esposa, do lar, aliada à esfera da beleza, como musa, ou ainda à esfera do serviço dedicado à sociedade, como benfeitora. Essa tradição vai se aliando à esfera do trabalho mas muitas vezes ainda vinculada ao trabalho doméstico.

A mulher e o papel exercido por ela têm sido alvos de constantes transformações relacionadas ao modo como a sociedade a percebe. Historicamente designada ao ambiente privado, com função principal de reprodutora e cuidadora da família, a mulher ocupava posição secundária e de servilidade em relação ao homem. Tal percepção remete à Idade Média, período no qual a Igreja Católica exercia forte domínio na Europa Ocidental e estabelecia regras morais para a sociedade, sob argumento de que representavam a vontade de Deus.

Neste sentido, a maternidade foi instituída como missão divina dada às mulheres – simbolizada pela figura da Virgem Maria –, sendo elas as principais responsáveis pelo cuidado com os filhos, com o marido e com o lar. A constituição de família, por meio do

casamento, era destino incontestado para as mulheres, que deveriam agregar, ainda, atributos como a caridade, o cuidado com o próximo e a amabilidade.

Essa imagem foi sofrendo modificações diante de acontecimentos históricos que impactaram a forma como a sociedade enxergava a mulher. Com a Revolução Industrial, em meados do século XIX, a contratação da mão de obra feminina pelas fábricas insere a mulher no mercado e esta passa a agregar funções externas à sua vida no lar.

É importante destacar, no entanto, que a industrialização marca o período em que a mulher, especialmente a de classe média, começa a ter legitimidade para trabalhar fora de casa e ser remunerada por isso. Conforme ressalta Perrot (2019), as mulheres sempre trabalharam, porém em atividades domésticas, consideradas secundárias e, portanto, prescindíveis de pagamento.

Nem sempre as mulheres exerceram ofícios reconhecidos, que trouxessem remuneração. Não passavam de ajudantes de seus maridos, no artesanato, na feira ou na loja. (...)

[...] É o regime assalariado, principalmente com a industrialização, que, a partir dos séculos XVIII-XIX, nas sociedades ocidentais, coloca em questão o “trabalho das mulheres”. As mulheres podem, devem, ter acesso ao salário, isto é, receber uma remuneração individual, deixando a casa, o lar, que era o seu ponto de apoio e sua utilidade? (PERROT, 2019, p. 109).

Mulheres das classes mais pobres precisavam buscar meios de ajudar na renda da família. Para isso, trabalhavam como costureiras, cozinheiras, lavadeiras, dentre outras atividades consideradas “femininas”. Para as mulheres negras e camponesas, por exemplo, esse tipo de trabalho era uma questão de sobrevivência, e não de independência e desenvolvimento individual.

As mulheres contratadas como operárias nas fábricas têxteis estavam sujeitas à superexploração, com jornadas extenuantes e baixos salários, assim como ao assédio moral e sexual por parte dos patrões. Estavam, ainda, sob a mira de julgamentos morais da sociedade da época, que as colocavam como mães irresponsáveis e más donas de casa, que abandonavam o lar para trabalhar na rua (RAGO, 2018).

As barreiras enfrentadas pelas mulheres para participar do mundo dos negócios eram sempre muito grandes, independentemente da classe social a que pertencessem. Da variação salarial à intimidação física, da desqualificação intelectual ao assédio sexual, elas tiveram sempre que lutar contra inúmeros obstáculos para ingressar em um campo definido - pelos homens - como “naturalmente masculino”. Esses obstáculos não se limitavam ao processo de produção; começavam pela própria hostilidade com que o trabalho feminino era tratado no interior da família. Os pais desejavam que as filhas encontrassem um “bom partido” para casar e assegurar o futuro, e isso batia de frente com as aspirações de trabalhar fora e obter êxito em

suas profissões. Não socializar informações importantes era uma boa estratégia, e os homens se valiam dela procurando preservar seu espaço na esfera pública e desqualificar o trabalho feminino. (RAGO, 2018, p. 581).

Às mulheres também era negado o acesso à educação, outro meio de mantê-las afastadas da vida pública. No século XIX, defendia-se que o saber se contrapunha à natureza feminina e que às mulheres deviam ser dados apenas ensinamentos que as preparassem para o casamento e cuidado com a família. Algumas moças de famílias mais ricas recebiam aulas de idiomas e artes em casa, enquanto as mais pobres encontravam na vida religiosa uma das poucas oportunidades de aprender a ler, calcular, costurar, etc (PERROT, 2019). O ensino formal, direcionado à ciência, liderança e mercado de trabalho, no entanto, era destinado majoritariamente aos homens.

Atualmente, a promoção da educação e o incentivo ao desenvolvimento intelectual das mulheres é um dos pilares da luta pela equidade de gênero, em que a escolarização e profissionalização representam ferramentas essenciais para a autonomia feminina; as mulheres correspondem a aproximadamente 57% das matrículas em cursos de graduação, de acordo com o Censo do Ensino Superior<sup>1</sup>. No Brasil, o processo de educação formal de meninas tem início no final do século XIX.

O direito à educação, o trabalho fora de casa e a participação na política fazem parte da esfera pública da sociedade, que por muito tempo esteve restrita aos homens. Excluir as mulheres desses campos, limitando-as ao ambiente doméstico, era uma forma de afastá-las de decisões importantes e manter a estrutura de subserviência à qual elas estavam submetidas. Para Perrot, a ocupação de espaço na política foi a barreira mais difícil que as mulheres precisaram derrubar, visto que “a política é o centro da decisão e do poder, [e] era considerada apanágio e o negócio dos homens” (2019, p.151).

O direito ao voto feminino, que no Brasil foi estabelecido na década de 1930, não só favoreceu a participação das mulheres na política, como também outras bandeiras relacionadas a direitos trabalhistas e liberdade sexual. Neste sentido, em 1960, se expande no país o movimento feminista, que reivindicava o reconhecimento da mulher como indivíduo de direitos e socialmente atuante. Lentamente, as mulheres passam a integrar legitimamente o espaço público, ocupando o mercado de trabalho, a política e outros setores da sociedade, até então considerados locais essencialmente masculinos:

<sup>1</sup> Pesquisa realizada em 2017 pelo Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), vinculado ao Ministério da Educação (MEC).

As autoridades e os homens de ciência do período consideravam a participação das mulheres na vida pública incompatível com a sua constituição biológica. Os argumentos criados e ou reproduzidos e até as classificações preconceituosas que pregaram converteram-se em códigos que aos poucos passaram a reger as relações entre os sexos, bem como entre as diferentes classes sociais e grupos étnicos. Só muito recentemente a figura da “mulher pública” foi dissociada da imagem da prostituta e pensada sob os mesmos parâmetros pelos quais se pensa o “homem público”, isto é, enquanto ser racional dotado de capacidade intelectual e moral para os negócios da cidade. (RAGO, 2018, p. 603).

Tais transformações também influenciaram na forma como o sujeito mulher passou a ser visto pela sociedade e objetivado pela mídia, por exemplo. A imprensa começa a perceber as novas configurações e reestrutura-se para atender a esse público, percebido como forte nicho de mercado, visto que a mulher passava a ser detentora do poder e de decisão de compra (FUJISAWA, 2006, p. 51).

A imprensa especializada voltada para o público feminino, por exemplo, passa a adaptar seus conteúdos, direcionando-os a temas de interesse da mulher, e a figura da mulher limitada à vida doméstica, subjugada ao marido e à família, aos poucos vai dando lugar a uma mulher independente, empoderada e intelectualmente capaz. No entanto, alguns traços discursivos relacionados à ideia tradicional de mulher – subserviente, do lar, dotada de instinto materno e habilidades culinárias – ainda se mantêm vivos em algumas práticas discursivas.

A mídia, de um modo geral, constitui um espaço de produção e circulação de saberes, configurando, assim, o que Foucault denomina dispositivo. Perpassada por uma gama de linhas de força e de enunciados, a mídia constrói discursos acerca da mulher que são apresentados como verdade e, dessa maneira, projetam na sociedade uma série de padrões de comportamento, de beleza, comportamento social, dentre outros.

O discurso sobre a mulher empreendedora, produzido e veiculado pela revista *Deluxe*, objeto de nossa análise, não se restringe ao modelo tradicional que mostra predominantemente festas, viagens e hábitos da classe média/alta; também tem o intuito de promover empresas, produtos e serviços, funcionando como uma espécie de catálogo em que são expostos os principais nomes do mercado, ao mesmo tempo em que propaga o estilo de vida dessa esfera da sociedade.

Para nortear nossa pesquisa, propomos as seguintes perguntas: como o dispositivo mídia constrói discursos sobre a mulher na contemporaneidade? que estratégias discursivas constroem o sujeito *mulher empresária bem-sucedida* na revista *Deluxe*?

Nosso objetivo geral consiste em analisar o sujeito mulher empresária bem-sucedida como objeto de discurso na imprensa de colunismo social do Maranhão. Buscamos, como

objetivos específicos i) apresentar uma discussão, a partir de uma perspectiva genealógica, sobre como o dispositivo mídia constrói um discurso sobre a mulher na contemporaneidade; ii) analisar as estratégias discursivas que possibilita(ra)m a construção do sujeito *mulher empresária bem-sucedida* na revista *Deluxe*; iii) verificar de que forma a revista *Deluxe*, que funciona como suporte do dispositivo mídia para produção de discursos, objetiva/subjetiva a mulher empresária.

Para nossas análises, recorremos a oito matérias publicadas na edição nº 37, ano 2016, da revista *Deluxe*, em um número especial sobre mulheres empreendedoras, por entendermos que elas sintetizam a proposta central da publicação, que é promover a imagem e o trabalho realizado por mulheres empresárias do Maranhão.

Utilizamos os pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, a partir das reflexões de Foucault e seu método arqueogenealógico, buscando identificar quais enunciados são recorrentes na constituição do discurso da *mulher empresária bem-sucedida* na revista *Deluxe*.

Adotamos uma análise arqueológica porque ela articula os discursos com os acontecimentos históricos; e também uma análise genealógica porque “deduzirá da contingência que nos fez ser o que somos a possibilidade de não mais ser, fazer ou pensar o que somos, fazemos ou pensamos” (FOUCAULT, 2008b, p. 348).

Considerando os conceitos de verdade, saber e poder, buscamos reconhecer as relações de poder imanentes à prática discursiva da revista em análise sobre a mulher, assim como o entrelaçamento dos enunciados produzidos e postos em circulação pelo referido veículo com outros enunciados em dispersão.

As práticas discursivas manifestas na revista operam uma espécie de categorização/objetivação desse sujeito mulher, produzindo saberes sobre ela como *mulher empreendedora bem-sucedida*. Desse modo, utilizando princípios da Análise do Discurso de linha francesa, sobretudo o método arqueogenealógico de Foucault, a pesquisa busca, por meio da análise arqueológica, observar a articulação dos discursos com os acontecimentos históricos que produzem saberes, e, por meio da análise genealógica, verificar as relações de poder existentes na construção dos discursos.

A arqueologia de Foucault considera que os objetos e sujeitos se constituem a partir da discursivização que se faz sobre eles. Esses discursos resultam do entrelaçamento de enunciados que estão dispersos na história; produzem saberes que passam a circular sob o *status* de verdade. O método arqueológico propõe reconhecer, portanto, a regularidade de enunciados que compõem o discurso e se apresentam para constituir os saberes e verdades

postos em circulação. Dessa maneira, verificaremos neste trabalho a formação do discurso acerca da mulher empresária na revista *Deluxe*, verificando os saberes que o veículo, enquanto elemento integrante do dispositivo mídia, constrói e difunde acerca desse sujeito.

Simultaneamente, a genealogia busca compreender quais poderes atuam na constituição do discurso, visto que há uma série de forças que interferem na emergência ou apagamento de enunciados que o formam. O poder trabalha, assim, delineando o que vai ser posto como saber e verdade por meio de uma prática discursiva. Com base nesta percepção, este trabalho de pesquisa propõe analisar que mecanismos de poder se fazem presentes na prática discursiva da revista *Deluxe*, para entender quais forças e estratégias estão atuando para que a mulher seja discursivizada de determinada maneira pelo veículo.

Percebe-se, então, que há uma relação indissociável entre os mecanismos de poder existentes no discurso e a produção de saber e verdade e, portanto, arqueologia e genealogia não se separam. Para identificar os saberes que resultam de um discurso, é imprescindível entender as forças presentes na construção dele. Com base nisso, procuramos compreender as relações de saber-poder-verdade que a prática discursiva da revista *Deluxe* abriga em relação ao sujeito mulher.

Serão consideradas ainda as discussões sobre governamentalidade e biopolítica, presentes na segunda fase do trabalho de Foucault. Nela, os indivíduos têm seus corpos e comportamentos normalizados – docilização dos corpos – e estão submetidos a regras que visam não apenas controlá-los e discipliná-los, mas ampliar sua produtividade – sociedade disciplinar. A noção de governamentalidade está relacionada às de biopolítica e biopoder:

O poder passa a intervir e controlar a população através de diferentes dispositivos, tais como: taxas de natalidade, mortalidade, nível de saúde, habitação, migração. Através desses e outros dispositivos, a biopolítica se desenvolve concomitantemente ao biopoder: enquanto a biopolítica se estabelece como as regulações, as táticas usadas para o controle da população, o biopoder se estabelece pelo modo como o poder controla a vida. (GOMES, 2019, p. 52)

Assim, a governamentalidade busca garantir uma ordem social por meio do controle dos corpos. Interfere na produção da subjetividade dos indivíduos ao mesmo tempo em que os leva a acreditarem que possuem autonomia para tomar decisões, mas induzindo-os a escolhas que favoreçam a ordem definida pelo biopoder (GOMES, 2019, p.53). Neste sentido, recorreremos aos trabalhos de Courtine (2011, 2013) e Milanez (2009, 2011), que estudam o corpo como um objeto discursivo, inserido em um acontecimento que irrompe em um dado

momento histórico, carregando em si marcas enunciativas, subjetividades e que está sujeito a mecanismos de controle que o induzem a uma disciplinaridade.

Nessa ótica, o trabalho de pesquisa analisa o corpo do sujeito *mulher empresária bem-sucedida* como objeto e ferramenta de discurso. Assim, procuramos identificar a “doutrina de assinaturas” – conforme denomina Courtine (2013) – que incide sobre o corpo desse sujeito, isto é, as estratégias enunciativas, as relações de poder que submetem o corpo da mulher empresária a determinadas normas, criando subjetividades e submetendo-a ao que o saber produzido pela revista *Deluxe* apresenta como verdade. Quais são, portanto, as estratégias discursivas que se manifestam no corpo da mulher empresária, que objetivações são criadas a partir disso, e quais relações de saber-poder estabelecem as normas às quais esse corpo está submetido?

### 1.1 A abordagem

De acordo com Chizzotti (1995, p. 127), a pesquisa científica é sustentada pela fundamentação teórica e pelas técnicas que a tornarão possível. Desse modo, com o objetivo de analisar o discurso construído acerca da *mulher empresária bem-sucedida* na imprensa de colonismo social do Maranhão, o trabalho de pesquisa, de cunho qualitativo, percorrerá um trajeto metodológico desenvolvido a partir de três métodos principais: pesquisa bibliográfica e Análise do Discurso, especificamente a de ramificação francesa, baseada no método arqueogenealógico de Foucault.

A pesquisa visa a reconhecer de que modo o sujeito mulher empresária é objetivado no interior da prática discursiva da imprensa de colonismo social do Maranhão, aqui representada pela revista *Deluxe*, um dos principais veículos do segmento em circulação na cidade de São Luís-MA, ao mesmo tempo em que essa mulher se subjetiva. O trabalho buscará, dessa maneira, analisar as condições que possibilita(ra)m a constituição do corpo do sujeito objeto desta pesquisa como estratégia discursiva do referido veículo que, funcionando como dispositivo de produção discursiva, produz saberes na medida em que evidencia determinados enunciados ao mesmo tempo em que silencia outros.

### 1.2 Campo de estudo

O campo de estudo sobre o qual se debruça este trabalho de pesquisa é o da mídia impressa local, do segmento de colonismo social, em que é recorrente a veiculação de

conteúdos protagonizados por mulheres, muitas delas empresárias “bem-sucedidas”. Assim, nosso objeto de estudo será analisado a partir do *corpus* constituído por matérias publicadas na edição nº 37, ano 2016, da revista *Deluxe*, que apresenta uma série especial sobre mulheres empreendedoras, com oito matérias que evidenciam empresárias de diferentes ramos de atuação. É característica desse veículo apresentar conteúdos em que a mulher empresária está em posição de destaque. Nesse sentido, entendemos que a edição 37 sintetiza a proposta geral da *Deluxe*.

Consideramos a noção de dispositivo proposta por Foucault (1984, p. 244): “[...] um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas”. Foucault acrescenta que “em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos” (1984, p. 244). A partir dessas considerações sobre o dispositivo, a mídia é entendida aqui como espaço de construção e difusão de saber e verdade, a partir de forças inter-relacionadas entre si, e encontra na revista *Deluxe* um suporte para a produção e circulação de discursos.

### 1.3 Análise bibliográfica

Segundo Ida Stumpf (2005, p. 51), a pesquisa bibliográfica é o planejamento inicial do trabalho de pesquisa que permite identificar, localizar e obter a bibliografia relacionada ao assunto estudado. Essa técnica fornecerá a fundamentação teórica necessária para subsidiar o trabalho, conferindo-lhe consistência científica. A coleta de informações em livros, revistas, artigos e demais publicações acadêmicas servem de suporte para o estudo acerca da objetivação da mulher empresária na prática discursiva da revista *Deluxe*.

### 1.4 Categorias de análise

Este trabalho de pesquisa utiliza noções-conceito encontradas na Análise do Discurso baseada nas reflexões de Foucault. Dessa forma, as categorias que possibilitam o ordenamento e detalhamento do objeto estudado envolvem as noções de formação discursiva, enunciado, sujeito, corpo, objetivação/subjetivação, poder, saber, dispositivo, governamentalidade e biopoder.

Analisaremos os enunciados que constituem a **Formação Discursiva (FD)** acerca da *mulher empresária bem-sucedida*, verificando as superfícies de emergência, as regularidades e movimentações que possibilitam o aparecimento desse objeto. Ao longo de nossa leitura do *corpus* desta pesquisa, observamos que as superfícies de emergência que colaboram na produção do objeto sujeito mulher-empresária-bem-sucedida, se localizam no âmbito familiar, na esfera do trabalho, na formação acadêmica/estudos, no âmbito da filantropia/caridade, da beleza/saúde. E será a partir dessas superfícies que procederemos às análises.

Para tanto, é preciso considerar a noção de **Enunciado**, unidade formadora das FD's em um processo de entrecruzamento com outros enunciados que se ligam a diferentes momentos históricos e sociais. Quais são, portanto, os enunciados presentes na formação discursiva sobre a mulher empresária *bem-sucedida* presente na revista *Deluxe* e sob quais condições emergiram nesse dispositivo?

Buscamos também verificar a constituição do **Sujeito** que, imerso na história e por ela influenciado, constitui-se como tal por meio do processo de **Objetivação**, em que o indivíduo é discursivizado a partir do olhar do outro. Neste caso, analisamos a constituição do sujeito *mulher empresária bem-sucedida* por meio do discurso da revista *Deluxe*, isto é, a forma como este veículo a percebe e o que diz sobre ela, bem como de que modo a mulher se subjetiva, ou seja, como o sujeito mulher está preso a uma identidade que lhe é atribuída como sua.

Outra categoria de análise a ser trabalhada na pesquisa é a noção de **Governamentalidade** que, associada à ideia de **Biopolítica**, entende que existem mecanismos que submetem os corpos dos indivíduos a regras de comportamento com o objetivo de torná-los disciplinados, aumentando sua força produtiva e a ordem social.

Esta perspectiva se alinha com a noção de **Corpo** como objeto e ferramenta de discurso, submetido a uma gama de forças e regras que inserem o indivíduo em uma disciplinaridade. Por esse viés, procuramos entender as relações e normas que submetem o corpo da mulher mostrada na revista *Deluxe* a uma estrutura de controle que a discursiviza como empreendedora bem-sucedida.

Esta concepção está associada à ideia de poder destacada em Foucault, para quem existem forças que atuam sobre a produção de **saberes** e a formação de discursos que os apresentam como **verdade**. Sendo o corpo do sujeito mulher um instrumento de discurso e, ao mesmo tempo, objeto sobre o qual são produzidos discursos, é necessário identificar as relações de poder-saber-verdade que permeiam a discursivização acerca da *mulher empreendedora bem-sucedida*.

Consideramos, ainda, a ideia de **dispositivo**, que configura um espaço de produção de saberes, atravessado por mecanismos de poder e estratégias de enunciação, construindo discursos e possibilitando sua circulação como verdades. A revista *Deluxe* integra o dispositivo mídia e funciona como local de construção de discurso sobre a mulher empresária.

### 1.5 Sistematização

Buscando compreender as estratégias de discurso que constituem o corpo da mulher empresária apresentada como bem-sucedida pela revista *Deluxe*, discutimos, no primeiro capítulo deste trabalho, a genealogia do Colunismo Social e os acontecimentos que o marcam. Apresentamos, assim, uma discussão sobre o surgimento desse nicho da mídia e sua difusão no Brasil e no estado do Maranhão.

No segundo capítulo, as reflexões sobre governamentalidade, biopoder e biopolítica nos auxiliam a compreender que existe uma normalização à qual os corpos estão submetidos e por meio do qual eles são disciplinados e constituídos enquanto sujeitos. Essa normalização ocorre por meio do discurso que vincula a imagem da mulher empresária e bem-sucedida a determinadas regras que disciplinam seu corpo e o categorizam como tal. Também trazemos reflexões acerca da produção de saber/verdade, utilizadas para nortear as análises do *corpus* e possibilitar a verificação das estratégias discursivas que se articulam para objetivar o corpo da mulher mostrada como *empresária bem-sucedida*.

No terceiro capítulo, apresentamos a análise do *corpus*, buscando identificar as regularidades enunciativas que se manifestam na construção desse sujeito, reconhecendo as regras de normalização à qual está submetido o seu corpo, e as relações de saber-poder-verdade que se entrecruzam para objetivá-lo/subjetivá-lo, conforme as curvas de visibilidade, de enunciação, a partir de linhas de força e de subjetivação.

## 2 COLUNISMO SOCIAL COMO FERRAMENTA DE DEMARCAÇÃO DE PODER: UMA GENEALOGIA

Neste capítulo apresentamos uma discussão sobre os estudos arqueogenealógicos empreendidos por Michel Foucault. Situamos os dois primeiros momentos dos estudos desse autor, dando ênfase aos conceitos que serão mobilizados em nossas análises, tais como enunciado, acontecimento, formação discursiva, sujeito, saber, arquivo, da primeira fase; genealogia, poder, biopoder, biopolítica, governamentalidade e governo, da segunda fase.

Na sequência, estabeleceremos uma relação entre os conceitos e métodos desse autor com os estudos de mídia e a genealogia do colunismo social, a fim de compreender os acontecimentos que marcam a genealogia do Colunismo Social como segmento da mídia e como ferramenta de Marketing. Para tanto, fazemos uma discussão sobre o surgimento do colunismo, sobre o colunismo no Brasil e, na sequência, sobre o colunismo no Maranhão.

### 2.1 Foucault: um arqueogenealogista

A arqueologia recomenda que haja uma renúncia ao modo tradicional de se fazer história, que por sua vez propõe um estudo dos fatos considerando começo, meio e fim.

A história das ideias propõe que os discursos sejam vistos como um domínio de valores. Nessa perspectiva, os elementos que os constituem são caracterizados como antigo ou novo, inédito ou repetitivo, original ou regular, primeiro ou derivado de algo. Esse entendimento vai em direção contrária ao que propõe Foucault em sua análise arqueológica, considerando que nela não há preocupação em estabelecer uma hierarquia entre uma formulação anterior e uma posterior. Sua proposta é estabelecer a regularidade dos enunciados, que não se opõe ao termo irregularidade, mas designa “o conjunto das condições nas quais se exerce a função enunciativa que assegura e define sua existência” (FOUCAULT, 2008a, p. 163).

Resultante dessas discussões, Foucault apresenta as noções-conceito de discurso, acontecimento discursivo, enunciado, formação discursiva, sujeito e arquivo. Trataremos aqui do discurso, do enunciado, da formação discursiva e do sujeito.

O enunciado se constitui segundo um conjunto de negativas: ele se opõe à frase, proposição e *speechact*. Dentre as características utilizadas por Foucault para delimitar o enunciado, destacamos a relação que este mantém com o sujeito, “uma relação determinada

que se deve isolar, sobretudo, das relações com as quais poderia ser confundida, e cuja natureza é preciso especificar” (FOUCAULT, 2008a, p. 103-104). Vale ressaltar que esse sujeito não corresponde, necessariamente, ao sujeito gramatical de primeira pessoa. Ele é uma função vazia e não coincidente consigo, tendo em vista que um mesmo indivíduo ocupa diferentes posições em uma série de enunciados, assumindo papel de distintos sujeitos. Como destaca Foucault (2008a, p.108):

Se uma proposição, uma frase, um conjunto de signos podem ser considerados "enunciados", não é porque houve, um dia, alguém para proferi-los ou para depositar, em algum lugar, seu traço provisório; mas sim na medida em que pode ser assinalada a posição do sujeito. Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele disse (ou quis dizer, ou disse sem querer), mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito.

Outros conceitos apresentados por Foucault, em seu método arqueológico, é o de discurso e formação discursiva, acontecimento e arquivo. Vale lembrar que enunciado, discurso e formação discursiva são indissociáveis. O discurso pode ser descrito como sequências de enunciados, cuja lei de dispersão e repartição é a formação discursiva. O discurso é um “conjunto de enunciados que se apoia em um mesmo sistema de formação” (FOUCAULT, 2008a, p. 122). A relação intrínseca entre discurso e enunciado: os enunciados marcam as fronteiras das formações discursivas, e sua regularidade é definida pela formação discursiva (FD), que por sua vez é a lei de coexistência de enunciados.

A ideia de *formação discursiva* (FD) é uma das principais noções-conceito trabalhadas pela Análise do Discurso. Considera-se que existe uma regularidade de enunciados que se entrelaçam e se fundem na constituição de uma discursividade. Na perspectiva foucaultiana, a FD abriga em si enunciados que emergem de diferentes lugares sociais e históricos, e se repetem, confrontam e modificam de modo a configurar determinadas memórias.

Isso torna possível enxergar, na dispersão de enunciados, certas regularidades nos acontecimentos discursivos, pois toda a massa de textos que pertencem a uma mesma FD insere-se em um campo em que podem ser estabelecidas identidades formais, continuidades temáticas, translações de conceitos, jogos polêmicos, segundo regras específicas das práticas discursivas de um certo espaço e tempo. Dessa trama decorre o fato de que, desde sua raiz, o enunciado se delineia em um campo enunciativo onde tem lugar e status, que lhe apresenta relações possíveis com o passado e que lhe abre um futuro eventual, isto é, que o insere na rede da História e, ao mesmo tempo, o constitui e o determina. (GREGOLIN, 2005, p. 06).

O discurso é “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social,

econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa”; o discurso é, assim, proposto por Foucault como prática (FOUCAULT, 2008a, p. 123). A arqueologia não tenta descobrir o que está oculto nos discursos, mas os próprios discursos enquanto práticas que obedecem a regras.

Há enunciados que pertencem a uma determinada área ou ordem de discursos. Investigar uma massa de enunciados pertencentes a uma unidade de discursos consiste em descrever o sistema de dispersão que o rege, em detectar uma regularidade entre elementos. A regularidade entre enunciados é o que caracteriza a formação discursiva. Os enunciados, enquanto elementos de uma repartição, estão submetidos a regras de formação, que estão na base de suas condições de existência em uma dada FD.

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva*. (FOUCAULT, 2008a, p. 43, grifos do autor).

Conforme pudemos observar, Foucault inicia sua *Arqueologia do saber* criticando os temas da continuidade da história. Após essa crítica, ele apresenta hipóteses sobre o caso em que se possam vislumbrar regularidades entre os discursos. Seu propósito é o de direcionar sua análise sobre uma organização dos saberes que se constitui na dispersão dos enunciados. Essa organização ou regularidade é dada pelas formações discursivas ou regras de formação, que são “sistemas dispersos” que garantem, em uma dada época, determinadas relações entre os saberes postos em circulação. Para caracterizar e descrever os princípios de organização das formações discursivas, Foucault apresenta quatro hipóteses. A cada uma delas associa-se um princípio de organização dos saberes e da existência das regras de formação. Os princípios apresentados dizem respeito à formação dos objetos, das modalidades enunciativas, dos conceitos e das estratégias. Interessa-nos as regras segundo as quais são formados os objetos e as modalidades enunciativas.

Em suas discussões sobre a formação dos objetos, Foucault destaca que os objetos são criações dos discursos. Sua primeira hipótese sobre o regime de existência dos objetos do discurso consiste em delinear três procedimentos metodológicos que o pesquisador deverá adotar quando da descrição dos objetos: a demarcação das *superfícies de emergência*, a descrição das *instâncias de delimitação* dos objetos, a descrição das *grades de especificação* dos objetos (FOUCAULT, 2008a).

No que diz respeito às *superfícies de emergência*, Foucault ressalta que

Seria preciso inicialmente demarcar as *superfícies* primeiras de sua *emergência*: mostrar onde [os objetos] podem surgir, para que possam, em seguida, ser designadas e analisadas essas diferenças individuais que, segundo os graus de racionalização, os códigos conceituais e os tipos de teoria, vão receber a qualificação de doença, alienação, anomalia, demência, neurose ou psicose, degenerescência etc. (FOUCAULT, 2008a, p. 47, grifos do autor).

Foucault destaca que essas superfícies de emergência vão ser diferentes em diferentes sociedades, em épocas diferentes e nas diferentes formas de discurso. Destaca ainda sobre a probabilidade de elas terem se constituído pela família, pelo grupo social próximo, pelo meio de trabalho, pela comunidade religiosa (FOUCAULT, 2008a, p. 47). Nesse sentido, para demarcar a superfície de emergência do objeto, seria necessário estabelecer as fronteiras sociais que sugerem seu aparecimento, sua transformação e mesmo seu desaparecimento. O funcionamento dessas superfícies de aparecimento dos objetos permitirá detectar novas condições para o *status* que eles adquirem nas práticas discursivas e, assim, limitar também os domínios de sua diferenciação, definir aquilo que o torna nomeável e descritível.

A descrição das *instâncias de delimitação* dos objetos consiste no segundo procedimento. Em se tratando de diferentes instâncias, o objeto de discurso loucura, por exemplo, não é o mesmo para o sistema judicial e nem para a psiquiatria no século XIX. Não só a medicina – enquanto uma instituição regulamentada, formada por um conjunto de indivíduos que constituem o corpo médico, enquanto saber e prática – como também outras instâncias sociais, tais como a justiça penal, as autoridades religiosas e a crítica literária e artística distinguem-na, designam-na, nomeiam-na e instauram-na como objeto. Há, portanto, uma série de práticas institucionalizadas que delimitam e constituem certo objeto numa determinada época, organizam os saberes em torno desse objeto e garantem o funcionamento das práticas discursivas.

O terceiro procedimento consiste em descrever as *grades de especificação* segundo as quais “separamos, opomos, associamos, reagrupamos, classificamos, derivamos” (FOUCAULT, 2008a, p. 48) um dos outros os diferentes objetos. Em outras palavras, esse procedimento diz respeito às propriedades que nos permitem estabelecer repartições entre um e outro objeto e também entre aquilo que distingue um mesmo objeto nas várias práticas que o discursivizam.

O objeto de discurso *doença*, por exemplo, se tomado no jogo das relações discursivas de poder-saber, irá revelar uma constituição que se dá numa aparente desordem (FONSECA-

SILVA, 2010), pois não se mantém o mesmo de uma época para outra. No conjunto das relações de descontinuidades entre a medicina nos séculos XVII e XVIII e a medicina do século XIX, Foucault (1972) mostra que, no final da Idade Clássica, o solo epistemológico criou condições de possibilidade para novos discursos, para outras formas de dizer dos objetos de discurso.

O discurso médico da Idade Clássica e o da Idade Moderna encontram-se em (des)ordem. No primeiro caso, a doença é uma essência que se define pela estrutura visível, pela superfície plana dos sintomas como fenômeno da própria natureza, classificada num quadro de semelhanças (seguindo modelo da história natural). No segundo caso – no discurso da medicina moderna – a doença é algo corporal e analítico, ou seja, não há diferença entre sintoma e doença, já que uma doença é um conjunto de sintomas capaz de ser percebido pelo olhar do médico: o sintoma é o signo da doença que se define pela relação com o próprio doente.

O objeto de discurso *doença* deve, pois, ser compreendido no jogo dessas relações discursivas de poder-saber que indicam mudanças no discurso médico, considerando as condições de possibilidade de uma época para outra. Segundo destaca Fonseca-Silva (2010), a medicina e seus objetos de discurso não se alinham no mesmo nível. Isso porque se a medicina se apresenta como um campo mais ou menos estável, os seus objetos de discurso e dos domínios que estes formam não permanecem estáveis e constantes.

Isso significa que um objeto de discurso, seja ele qual for, deve ser compreendido no jogo de relações discursivas de poder-saber e deve ser relacionado ao conjunto de regras que permitem formá-lo como objeto de discurso e que constituem suas condições de aparecimento histórico (FOUCAULT, 2008a, p. 51). Em outras palavras, implica dizer que não se diz qualquer coisa em qualquer época ou em qualquer instância e que os objetos de discurso não surgem de forma imediata, pois aparecem sempre numa dispersão, como se fossem desordenados. O objeto de discurso *mulher empresária bem-sucedida*, por exemplo, precisou de um longo período para se constituir.

Os objetos de discurso devem ser descritos e organizados no *campo dos enunciados*, considerando suas formas de sucessão e de coexistência dentro de *um campo associado* ou *domínio de memória*. O domínio de memória do objeto de discurso *loucura* diz respeito ao conjunto de todos os enunciados formulados sobre esse objeto, assim como o domínio de memória do objeto de discurso *doença*. A organização do domínio de memória do objeto de discurso *loucura* compreende, portanto, formas de sucessão e coexistência de enunciados que dizem respeito a esse objeto e que se correlacionam segundo regras específicas.

Na perspectiva foucaultiana, as formas de sucessão compreendem a (des)ordem das séries enunciativas, os tipos de dependência dos enunciados nessa des(ordem) e os esquemas teóricos, segundo os quais os grupos de enunciados formulados sobre um objeto de discurso, a exemplo do objeto *loucura*, são agrupados. As formas de coexistência, por sua vez, compreendem a (des)ordem tanto do campo de presença, constituídas pelos enunciados já formulados e retomados sobre o objeto de discurso *loucura*, quanto do campo de concomitância, constituído por enunciados que dizem respeito a outros objetos de discurso, a exemplo de *doença*, *corpo*, *sexualidade*, etc., que, em certa medida, estabelecem nessa des(ordem) relações que podem ser de gênese, filiação, transformação, continuidade ou descontinuidade, com o mesmo objeto, por exemplo.

A fim de nos esclarecer melhor, Foucault destaca que, na (des)ordem do discurso, a organização de um domínio de memória de um objeto de discurso qualquer compreende formas de sucessão e formas de coexistência de enunciados. O domínio de memória, portanto, é o responsável tanto pela emergência quanto pela atualidade, tanto pelo acúmulo específico quanto pela transformação, tanto pelo desaparecimento quanto pelo retorno dos enunciados já formulados sobre um objeto de discurso.

Nem o sujeito, nem a história e nem o sentido do discurso estão completos. Há um constante movimento. Os sujeitos se interconectam com significados já ditos e ainda a se dizer, num terreno movediço em que cada ato enunciativo é um conjunto de enunciados que conserva memórias em uma nova ocorrência.

O segundo princípio de organização das formações discursivas refere-se à *formação das modalidades enunciativas*. Ao falar sobre as modalidades enunciativas, Foucault (2008a) ressalta que os diferentes modos de produção de enunciados estão associados ao *lugar de fala*, aos *lugares institucionais*, à *situação*, enfim, aos modos de inserção do sujeito que enuncia.

Sobre o *lugar de fala*, Foucault (2008a, p. 57-58) propõe as seguintes perguntas: quem fala? Quem, no conjunto de todos os indivíduos-que-falam, está autorizado a ter esta espécie de linguagem? Quem é seu titular? Quem recebe dela sua singularidade, seus encantos e de quem, em troca, recebe, senão sua garantia, pelo menos a presunção de que é verdadeira? Qual é o estatuto dos indivíduos que têm – e apenas eles – o direito regulamentar ou tradicional, juridicamente definido ou espontaneamente aceito, de proferir semelhante discurso? A fala médica “não pode vir de quem quer que seja, seu valor, sua eficácia, seus próprios poderes terapêuticos [...] não são dissociáveis do personagem, definido pelo *status*, que tem o direito de articulá-lo, reivindicando para si o poder de conjurar o sofrimento e a morte.”

Quanto ao *lugar institucional* este se refere ao lugar de onde se obtém o discurso. As perguntas propostas são: de que lugares institucionais procedem os discursos? de onde o sujeito obtém seu discurso? Ao comentar sobre o discurso dos médicos no século XIX, cita como um dos lugares do discurso da fala médica o hospital. Assim, não basta o *status* de médico para que o sujeito tenha seu discurso reconhecido, é necessário um lugar de fala que o institucionalize e lhe dê respaldo.

No tocante às *posições do sujeito* estas se definem também “pela situação que lhe é possível ocupar em relação aos diversos domínios ou grupos de objetos”. (FOUCAULT, 2008a, p. 59). Quais as posições do sujeito frente aos diversos domínios ou grupos de objetos? é sujeito que questiona, que observa? ele utiliza intermediários instrumentais? que posições o sujeito ocupa na rede de informações, no campo dos domínios teóricos e institucionais?

O arquivo constitui um conjunto de discursos de fato pronunciáveis que continua a funcionar, a transformar-se ao longo da história (segundo regras de formação, de existência e de coexistência que lhe são próprias), dando possibilidade ao aparecimento de outros discursos. Esse conceito está diretamente ligado ao conceito de acontecimento, numa perspectiva discursiva.

Para Foucault (2008a), o acontecimento constitui o objeto de uma “descrição arqueológica”, que vai investigá-lo como uma ruptura histórica, uma regularidade histórica de práticas, uma relação de forças, um método de trabalho histórico. Esse conceito também se liga à concepção foucaultiana de formação discursiva

Essas discussões auxiliam este trabalho, tornando possível verificar as regularidades enunciativas que emergem do discurso que constitui o sujeito mulher empresária bem-sucedida, produzido no interior do dispositivo mídia, representado pela revista de colunismo social *Deluxe*.

Em outro momento, marcado pela fase genealógica, Foucault propõe um olhar sobre a escrita de uma história contrária à pesquisa das origens; assim, pensar o processo histórico é pensar em algo em construção, em rupturas, em descontinuidades. A História resulta de lutas entre os discursos e suas relações de saber-poder ao longo do tempo. Conforme destaca Albuquerque Jr. (2007, p. 168), “os objetos e sujeitos históricos são feitos de múltiplos gomos, das costuras [...], de diferentes temas, enunciados, conceitos, conteúdos, formas”.

Considerando essas discussões, Gregolin (2007, p. 15) afirma que “a discursividade tem, pois, uma espessura histórica, e analisar discursos significa compreender a maneira como as verdades são produzidas e enunciadas”, isto é, os discursos são resultantes de fatores táticos, de ações e elementos sociais e históricos.

O discurso está atravessado pela história que, por sua vez, apresenta-se de modo não-linear e permeado por forças que fazem surgir os acontecimentos. Assim, não há uma continuidade na história, não há uma origem, nem uma finalidade, mas uma dispersão de acontecimentos que a constituem (LEMOS; CARDOSO JR, 2009, p. 354).

É com base nesta perspectiva que o método genealógico de Foucault busca compreender a formação discursiva e as relações de poder presentes na constituição de saber. Desse modo, saber e poder coexistem e são interdependentes na formação do discurso e produção de verdade, e é por meio da genealogia que tais relações se verificam:

Isto que eu chamaria de genealogia, isto é, uma forma de história que dê conta da constituição dos saberes, dos discursos, dos domínios de objeto, etc., sem ter que se referir a um sujeito, seja ele transcendente com relação ao campo de acontecimentos, seja perseguindo sua identidade vazia ao longo da história. (FOUCAULT, 2019, p. 43).

A genealogia interessa-se não pela origem do discurso, visto que considera inexistente um princípio único e pontual, atrelado a um sujeito; em vez disso, considera uma multiplicidade e descontinuidade de acontecimentos em dispersão, em que ocorrem rupturas no discurso, dando lugar a novos discursos e, portanto, novos saberes. O método genealógico, portanto, busca compreender a constituição dos discursos em suas rupturas, verificando as forças que se inter-penetraram na produção de saberes, considerando as noções de *poder*, *corpo* e *dispositivo*.

A genealogia se caracteriza pela relação do sujeito com o poder-saber. Ela investiga os saberes a partir dos fatos que intervêm na sua constituição, na sua permanência e adequação ao discurso como elementos compreendidos em uma ordem política, que abre as condições para que os sujeitos possam se constituir imersos em determinadas práticas discursivas.

Foucault (2019, p. 65) ressalta que: “A genealogia, como análise da proveniência, está [...] no ponto de articulação do corpo com a história. Ela deve mostrar o corpo inteiramente marcado de história e a história arruinando o corpo”.

Em *Microfísica do Poder*, Foucault apresenta reflexões sobre os discursos, o poder e os dispositivos por meio dos quais ele se manifesta na sociedade e na produção de saberes, propondo, para isso, o método genealógico. Os discursos se apresentam tanto como ferramenta de poder quanto como resultado dele e, dessa forma, as práticas discursivas abrigam conjuntos de relações de poder, que atuam na produção de verdades e nos processos de objetivação e subjetivação dos sujeitos. O genealogista faz uma abordagem das práticas

que tomam o ser humano como objeto de estudo científico e que produzem como resultado a formação de um novo tipo de saber. Saber que

é organizado em torno da norma que possibilita controlar os indivíduos ao longo de sua existência. Essa norma é a base do poder, a forma do poder/saber que dará lugar *não* às grandes ciências da observação [...] mas àquelas que chamamos de “ciências humanas”: Psiquiatria, Psicologia, Sociologia. (FOUCAULT, 2008b, p. 594, grifo do autor).

Foucault ressalta, em *Soberania e Disciplina* (1976), o seu entendimento acerca do poder: não se trata de um fenômeno em que indivíduos, grupos, classes exercem dominação sobre outros, tampouco representa um processo sólido e uniforme. É, antes, algo que está em movimento, circulando entre os indivíduos e não se fixa em um só lugar.

O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali; nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas, os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer esse poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles. (FOUCAULT, 1976, p. 284).

A noção de genealogia aparece em *Nietzsche, a Genealogia, a História* (1971), com discussões que se baseiam na perspectiva do filósofo Friedrich Nietzsche acerca da filosofia e da história. Diferentemente da interpretação tradicional da história, em que se busca uma origem e uma verdade única sobre os fatos e as coisas, o método genealógico considera que os acontecimentos são dotados de heterogeneidade e que não possuem uma origem única (MORAES, 2018).

No referido ensaio, Foucault (1971) propõe a análise da *proveniência* como forma de verificar os inúmeros começos e a proliferação dos acontecimentos. Assim, não se busca fundar ou identificar a origem, mas perceber e trazer à mostra os saberes que até então estavam estáticos e imperceptíveis, aparentando uma uniformidade que não existe no acontecimento.

Seguir o filão complexo da proveniência é, ao contrário, manter o que se passou na dispersão do que lhe é própria: é demarcar acidentes, os ínfimos desvios – ou, ao contrário, as inversões completas –, os erros, as falhas na apreciação os maus cálculos que deram nascimento ao que existe e tem valor pra nós; é descobrir que na raiz daquilo que nós conhecemos e daquilo que nós somos – não existem a verdade e o ser, mas exterioridade do acidente. (FOUCAULT, 1971, p. 63).

Em *Genealogia e Poder* (1976), o projeto genealógico trabalha na descontinuidade dos acontecimentos buscando contrapor-se à existência de uma verdade e de um conhecimento únicos, detido apenas por determinadas pessoas, grupos, instituições. É proposta, desse modo, a emergência de saberes locais e descontínuos que não estão legitimados como verdade. A ideia é confrontar a percepção de uma verdade única e absoluta, em que se hierarquizam saberes e classifica-se o que pode ser considerado verdade e o que deve ser apagado ou mesmo descartado (FOUCAULT, 1976, p. 268).

A genealogia orientará a compreensão das relações de poder, verdade e modos de objetivação que a revista *Deluxe* constrói em seu discurso acerca do sujeito *mulher empresária e bem-sucedida*. Esse veículo, em formato de colunismo social, prioriza temas que se relacionam com o estilo de vida das classes sociais dominantes. Assim, é preciso compreender o aparecimento desse gênero como acontecimento na história e a exterioridade acidental que o envolve.

O surgimento do colunismo social representa um acontecimento que emerge a partir de outros, articulados com as modificações nas estruturas sociais e culturais em determinado período da história. No Brasil, por exemplo, o formato é adotado pela imprensa em um momento de mudanças na economia, na política, na cultura e nas práticas jornalísticas – uma ruptura na história e no modo de organização social.

A exterioridade do acidente que faz emergir o colunismo social na imprensa brasileira engloba uma dispersão de acontecimentos (relacionados à organização política, social, econômica e cultural, dentre outros) que sofrem modificações no decorrer da história e ressignificam práticas discursivas a partir das descontinuidades que se estabelecem.

Partindo dessa perspectiva, nosso trabalho propõe a compreensão das relações de poder que se fazem presentes na produção de saberes por meio do discurso da revista *Deluxe* a respeito do sujeito *mulher empresária bem-sucedida*, identificando as rupturas e deslocamentos das formações discursivas no decorrer da história, de modo que o discurso relacionado à mulher se apresente de diferentes formas em dados momentos, assim como as forças que estão subjacentes a esses processos.

Considerando que o tema do poder já se fazia presente na descrição arqueológica dos discursos, o procedimento genealógico não o substitui. Nesse sentido, Foucault é um arqueogenealogista, pois

nele, a função do arqueólogo não desaparece, porque o tema central não é o poder [...] e sim o sujeito, e, para dar conta desse tema, continua a analisar as formações discursivas mesmo após a virada genealógica, considerando-as fundamental para o

genealogista trabalhar. Isso implica que Foucault descreve como um objeto se delinea para o saber e, em seguida, esse material é interpretado genealogicamente. [...] Foucault elabora uma tese interpretativista, em que o arqueólogo usa as formações discursivas como meio para isolar temas, conceitos, objetos de análise, os quais serão tratados pelo genealogista, que localiza essas práticas e considera o seu papel para disciplinar, normalizar, medicalizar. A arqueologia é posta a serviço da genealogia. (ARAÚJO, 2004, p. 41).

O poder não se apresenta de modo centralizado e nem vertical, mas é como um feixe horizontal, que não possui um ponto de origem ou de direcionamento e ocorre em variados níveis de relações:

O poder não existe. Quero dizer o seguinte: a idéia de que existe, em um determinado lugar, ou demandando de um determinado ponto, algo que é um poder, me parece baseada em uma análise enganosa e que, em todo caso, não dá conta de um número considerável de fenômenos. Na realidade, o poder é um feixe de relações mais ou menos organizado, mais ou menos piramidalizado, mais ou menos coordenado. (FOUCAULT, 2019, p. 369).

Além disso, o poder não se caracteriza por dominação ou repressão, efetivando-se por meio de práticas que conduzem à obediência voluntária por parte dos indivíduos. Para Foucault, o poder é mais do que uma força que diz não, limitando vontades e ações; é, principalmente, uma prática que “produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso” (FOUCAULT, 2019, p.44) e se manifesta de modo aprazível aos sujeitos, incidindo sobre seus corpos e persuadindo-os de maneira positiva.

Os discursos se materializam no corpo do sujeito que, atravessado pelo poder, constitui produto histórico-social. Nele é possível identificar marcas enunciativas, às quais Courtine denomina “doutrina das assinaturas”, em que os corpos carregam em si suas propriedades, suas forças escondidas e que os ligam a todos os seres e coisas. Segundo ele, o corpo humano abriga analogias por meio das quais “ele assume seu sentido, se liberta da sua opacidade, libera seus segredos” (COURTINE, 2013, p.64).

Segundo Foucault (2014, p. 29), o corpo está imerso em um campo político e submetido a relações de poder que o marcam, conduzem e sujeitam. Este aspecto político, acrescenta, possui relação com fatores econômicos, por meio dos quais o corpo é posto como força de produção: “[...] o corpo só tem força útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso”. Dessa maneira, os indivíduos são levados a obedecer a uma série de normas que os mantêm sob controle visando a prolongar a utilidade dos seus corpos.

Entendemos que o corpo é instrumento e objeto de discurso, e está submetido a mecanismos que o controlam, o medem e o movimentam, de maneira a enquadrá-lo em uma

disciplinaridade. Nesta ótica, o sujeito é formado por dispositivos e tecnologias que, por sua vez, são elaborados pela sociedade: “A disciplinaridade passa a funcionar como uma matriz de fundo que, por si só, impõe ao corpo determinados códigos de permissão e de interdição e maneiras muito peculiares de pensar o mundo” (MILANEZ, 2006, p. 43).

Com base nisso, buscamos compreender a doutrina de assinaturas que se manifesta no corpo da *mulher empresária bem-sucedida* e reconhecer as relações de poder que incidem sobre esse corpo, levando-o a atuar como ferramenta e objeto de discurso e conduzindo-o a uma disciplinaridade que a insere em uma teia de normatizações e sujeições que a categoriza como empreendedora bem-sucedida.

Esse é o papel da genealogia: demonstrar que o corpo é permeado por relações de poder, que o colocam dentro de um “sistema de sujeição” (DREYFUS; RABINOW, 1995, p. 125), visando o controle e otimização de sua produtividade. Este entendimento baseia-se nas reflexões de Foucault apresentadas em *Vigiar e Punir* (1975).

É nessa obra que o autor traz a ideia de sociedade disciplinar, na qual os indivíduos são levados a autocensurarem-se e autocontrolarem-se, de modo a agirem de acordo com as normas estabelecidas pelo poder. Instituições como prisões, escolas e hospitais são apresentadas por Foucault como exemplos de lugares que funcionam como mecanismos de controle social, onde o poder incide sobre os corpos buscando a normatização de seu comportamento.

Esse sistema de controle dos corpos é representado pelo *panóptico*, modelo prisional apresentado por Jeremy Bentham em 1791. A estrutura do cárcere, com celas dispostas em formato circular e uma torre de vigilância ao centro, permite que o vigilante observe todos os encarcerados simultaneamente, ao passo que não pode ser visto por eles. Dessa maneira, os prisioneiros colocam-se em estado de constante vigilância, “pois, se o prisioneiro nunca sabe quando está sendo observado, ele se torna seu próprio guardião” (DREYFUS; RABINOW, 1995, p. 207).

Assim, o panoptismo exemplifica o estado de autovigilância a que os corpos são conduzidos dentro da chamada sociedade disciplinar, em que o indivíduo é induzido a exercer controle sobre si mesmo, adequando-se às regras definidas pelo poder e tornando seu corpo dócil e útil.

A investigação das relações de saber-poder por meio do procedimento genealógico considera também a noção de *dispositivo* proposta por Foucault, que parte da ideia de que há uma rede de elementos imbuídos de força que constroem discursos e estabelecem saberes.

É por meio do dispositivo que os discursos são elevados ao status de verdade, com o atravessamento do saber por forças e estratégias que atuam sobre o que é dito ou não dito. Há uma gama de linhas, oriundas de diferentes espaços e com diferentes direções que se entrecruzam e produzem saber, poder e subjetividade, conforme define Deleuze (1996):

Mas o que é um dispositivo? É antes de mais uma meada, um conjunto multilinear, composto por linhas de natureza diferente. E, no dispositivo, as linhas não delimitam ou envolvem sistemas homogêneos por sua própria conta, como o objeto, o sujeito, a linguagem, etc., mas seguem direções, traçam processos que estão sempre em desequilíbrio, e que ora se aproximam ora se afastam uma das outras. Qualquer linha pode ser quebrada – está sujeita a *variações de direção* – e pode ser bifurcada, em forma de forquilha – está submetida a *derivações*. (grifos do autor).

Deleuze (1996) destaca ainda que o dispositivo tem suporte no tripé de instâncias que norteiam a genealogia foucaultiana: saber, poder e subjetividade. Assim, para identificar as linhas que constituem o dispositivo, é necessário considerar a existência de diversas dimensões relacionadas a esses três domínios, tais como as *curvas de visibilidade*, *curvas de enunciação*, *linhas de força* e *linhas de subjetivação*.

Desse modo, utilizando-nos de uma metáfora de Deleuze, o dispositivo é dotado de um sistema de luz que possibilita a visualização dos objetos, e tais linhas se organizam de modo a mostrá-los ou escondê-los, estando a existência destes condicionada a esses regimes de luz. As curvas de *visibilidade* se aliam às curvas de *enunciação*, que atuam de modo múltiplo e variável e também atribuem historicidade aos dispositivos: “porque os enunciados, por sua vez, remetem para linhas de enunciação sobre as quais se distribuem as posições diferenciais dos seus elementos” (DELEUZE, 1996, p. 1). Os dispositivos são, portanto, resultantes da atuação conjunta dessas curvas variáveis e mutáveis.

Há, ainda, a dimensão formada por *linhas de força*, que perpassam as linhas de visibilidade e as linhas de enunciação e reforçam suas curvas, moldando-as e atuando por toda a extensão do dispositivo. Linhas de força estão na dimensão do poder. Estas incidem sobre outras linhas de forças e tensionam-se de modo a voltarem-se para si próprias. As *linhas de subjetivação*, como define Deleuze (1996, p. 2), fazem parte de um processo variável e único, em constante mutação, e se afastam das demais linhas:

É uma linha de fuga. Escapa às outras linhas, *escapa-se-lhes*. O “Si Próprio” (*Soi*) não é nem um saber nem um poder. É um processo de individuação que diz respeito a grupos ou pessoas, que escapa tanto às forças estabelecidas como aos saberes constituídos: uma espécie de mais-valia. Não é certo que todo dispositivo disponha de um processo semelhante. (grifos do autor).

Os dispositivos configuram, portanto, mecanismos instituídos de saber, poder e subjetivações, cujas linhas e curvas se entrecruzam e são interdependentes entre si, atuando na produção de saberes, poderes e constituição dos sujeitos.

Considerando, assim, todas as proposições que envolvem o método arqueogenealógico de Foucault, a presente pesquisa utiliza-o como ferramenta de análise com o objetivo de reconhecer as relações de poder que se manifestam na construção de saber sobre a *mulher empresária* no interior do discurso produzido pela revista *Deluxe*, que funciona como produtora de verdade e integra o dispositivo. É proposta a identificação das forças que se estabelecem na formação discursiva do veículo em relação a essa mulher, assim como as descontinuidades e rupturas discursivas que se apresentam ao longo da história.

## 2.2 Para entender o colonismo

Para uma melhor compreensão sobre a emergência do objeto colonismo social, é preciso procurar entendê-lo a partir das superfícies de sua emergência. O colonismo social ganha força no começo do século XX como uma ferramenta de demarcação social e consagração de grupos dominantes, em que seus principais nomes, estilo de vida e hábitos são apresentados como referência. Desde as publicações iniciais desse segmento da imprensa, a figura da mulher é recorrentemente posta em evidência e associada a atributos positivos como beleza, elegância e sofisticação. Uma das primeiras experiências com o colonismo social, inclusive, é registrada no jornal londrino *Daily Mirror*, que no início era direcionado ao público feminino (CRUZ, 2015, p. 41).

No Brasil, o início do colonismo social também apresenta as mulheres como personagens centrais, grande parte das vezes chamando a atenção para a aparência delas. O colunista pioneiro Jacinto de Thormes, pseudônimo de Manuel Bernardes Müller, por exemplo, elaborava a *Lista das 10 Mais Elegantes*, que listava mulheres da elite (normalmente esposas de políticos e empresários poderosos), e as classificava pelas habilidades em se vestir. Atualmente, a mulher permanece como pauta de destaque nas colunas sociais seja de sites, revistas ou programas de TV que seguem esse formato.

Os discursos sobre a mulher têm sido constantes na mídia, aparecendo em matérias jornalísticas<sup>2</sup>, por exemplo, e vêm produzindo verdades e saberes sobre o que é ser uma

<sup>2</sup> Por que diversidade importa? Diretora da Microsoft dá esse exemplo prático. (Você S/A, fevereiro de 2020, disponível em <https://vocesa.abril.com.br/mercado-vagas/diversidade-tecnologia/>)  
As mulheres mais poderosas do Brasil. (Forbes, maio de 2019, disponível em <https://forbes.com.br/listas/2019/05/as-mulheres-mais-poderosas-do-brasil-3/>)

empresária bem-sucedida. No segmento da imprensa feminina, há uma valorização da ideia de sucesso, que geralmente se associa ao poder econômico e ao prestígio social, em que os indivíduos e seus estilos de vida são apresentados como referência a ser desejada e alcançada. Essa valorização se apresenta como uma forma de propagar ideias e influenciar o comportamento do público.

O estilo de vida das elites é permeado de uma aura de glamour, em que o luxo e o consumo parecem atestar o sucesso de quem os ostenta. Também há o atributo do prestígio social, conforme já mencionado. Os personagens do colonismo normalmente são pessoas que estão no comando, que tomam decisões e influenciam ou mesmo definem os rumos da sociedade (políticos, empresários, celebridades, etc).

Nesse sentido, é possível afirmar que a legitimação de determinados comportamentos pode promover no público leitor determinadas subjetivações, na medida em que as formas como lhes são apresentados os sujeitos nas páginas de revistas de colonismo social são normalmente positivas, promovendo-lhes o desejo de alcançar o mesmo ideal. Tais formas demonstram as relações de força e poder que a mídia possui e que estão estreitamente relacionadas com a produção de discursos, na descontinuidade da história, segundo os diferentes e sempre cambiantes sistemas de submissão a que as coisas estão associadas, tendo em vista que aquilo que emerge nos acontecimentos, e sua significação, dependem do estado das forças em determinado momento (MORAES, 2018).

Nesse sentido, precisamos entender o estado das forças que possibilita a emergência do gênero colonismo social, primeiro na sociedade americana, onde o gênero se consolida<sup>3</sup>, e em um segundo momento em contexto brasileiro, um dos alvos de nosso trabalho.

Alguns acontecimentos marcam a emergência do gênero nos Estados Unidos. Com o fim da Guerra Civil, ou Guerra de Secessão, ocorrida em meados do século XIX, a sociedade norte-americana passa por transformações que resultam na perda de poder de alguns grupos econômicos e ascensão de outros. Algumas famílias tradicionais sentiam-se ameaçadas diante dos novos ricos que emergiam e começavam a ocupar espaços e obter prestígio social. Essa é uma das superfícies onde o Colonismo Social emerge, servindo como forma de demarcação de posições sociais e poder:

Para Na Verhulst Santos, presidente da L’Oreal Brasil, “toda mulher nasce CEO” (Marie Claire, dezembro de 2019, disponível em <https://revistamarieclaire.globo.com/Work/noticia/2019/12/para-verhulst-santos-presidente-da-loreal-brasil-toda-mulher-nasce-ceo.html>)

<sup>3</sup>Também há registros do formato na França que, no entanto, não tiveram tanta projeção quanto nos EUA.

Apesar das experiências europeias apresentarem tentativas de criação do ofício, foram os Estados Unidos a sociedade que não apenas lançou, como se especializou nesta prática. Isso pode ser justificado principalmente pelo momento sócio-histórico vivido pelos norte-americanos: período do auge do *jazz*, da rotatividade dos milionários, do famoso cenário *hollywoodiano*, da ousadia das mulheres nas caracterizações da roupa. Além disso, o cenário social norte-americano traz como marca a luta pela manutenção de posições sociais, dos esforços dos antigos ricos em manterem-se intactos em suas condições de prestígio. O recurso de parentesco endógeno já perdia a funcionalidade, e as novas demandas sociais exigiam, concomitantemente, novas estratégias de conservação do poder. (CRUZ, 2015, p. 42, grifos do autor).

Nesse cenário, começam a ser organizadas publicações com informações sobre a vida e comportamento de pessoas consideradas influentes, assim como a promoção de festas e reuniões exclusivas para a alta sociedade. O intuito era gerar pauta para a mídia e dar visibilidade às personalidades que participavam desses eventos.

No começo do século XX, a prática se consolida com a atuação de profissionais dedicados ao gênero, que ficariam conhecidos por *colunistas sociais*. Os veículos de comunicação, em especial os jornais como o *New Yorker Evening Graphic*, um dos primeiros a fixar as colunas sociais – ou *gossip columns*, como eram denominadas na imprensa estadunidense – em suas edições, perceberam neste nicho uma excelente oportunidade para obter lucros, e passaram a reservar algumas páginas para noticiar eventos sociais que envolviam membros da “sociedade”<sup>4</sup>. O gênero ganhou espaço em jornais famosos como *The New York Times* e *The Washington Post*, além de tornar-se constante na chamada *Yellow Press*, segmento da imprensa que se pautava em notícias sensacionalistas para chamar a atenção dos leitores.

O trabalho dos colunistas sociais mediava não apenas a legitimação de poder de grupos/famílias tradicionalmente reconhecidos como elite na sociedade norte-americana e que temiam perder espaço para os ricos emergentes, mas também a inserção dos novos ricos na *high society*<sup>5</sup> (MARIA, 2008, p. 4).

Uma das estratégias encontradas para que a elite tradicional reafirmasse seu espaço de poder foi a criação de listas que classificavam as pessoas mais elegantes da sociedade da época, por exemplo. Nelas, figuravam personalidades que pertenciam às famílias tradicionais. Nessa linha, surge o *The Social Register*, uma publicação que prometia elencar as melhores pessoas da sociedade estadunidense e apresentava as qualidades que as classificava como tal,

<sup>4</sup> Grupo formado por pessoas com status social de destaque.

<sup>5</sup> A alta sociedade.

normalmente associadas ao poder econômico e família à qual pertenciam (CRUZ, 2015, p. 42).

As reuniões do *café-society*<sup>6</sup> serviam como espaço para interação entre integrantes da alta sociedade e ingresso de novos ricos nesse círculo. Eram reuniões realizadas em lugares públicos, porém restritas a personalidades consideradas importantes – políticos, artistas de Hollywood, famílias de renome, etc. – e que permitiam a presença de colunistas para que estes divulgassem as ações, estilos de vida, curiosidades sobre a elite e, assim, marcassem a posição de poder ocupada pelas pessoas desse grupo.

Cabe lembrar que os indivíduos pertencentes à alta sociedade eram detentores não só de poder econômico, mas também de poder político. Desta forma, a exposição de personalidades nas colunas sociais funcionava também como espaço para construção de imagem de lideranças políticas e projeção de seus nomes. As reuniões do *café-society* também eram ocasiões em que se discutia sobre os rumos da política norte-americana e onde os colunistas, que tinham livre acesso ao meio, encontravam vasto material para suas publicações:

Clubes como o *Stork Club* [em Nova Iorque] eram pontos fundamentais da política anticomunista norte-americana. Símbolo da política cultural do senador McCarthy, o *café-society* era o principal ponto de ataque aos comunistas. O *Josephson's cabaret*, como era chamado, era o seio da consciência e da relação dos políticos de direita nova-iorquinos, sendo crucial no momento da Guerra Fria. Nessa perspectiva, colunistas como Walter Winchell, considerado um campeão da mídia, era uma das ferramentas fundamentais da política de propaganda anticomunista de MacCarthy na década de 1950, o que lhe garantiria inúmeras inimizades. (MARIA, 2008, p. 05, grifos do autor).

A veiculação de notícias e fofocas sobre personalidades políticas foi fortemente trabalhada pelos colunistas norte-americanos. Esse aspecto também influenciou os colunistas brasileiros, que adaptaram o gênero para o cenário nacional e seguiram a linha de noticiar sobre política e sobre as pessoas que a protagonizavam. Na década de 1950, período de apogeu do colunismo social e de expansão do gênero no Brasil, o formato de colunas que evidenciavam personalidades da política, assim como a elaboração de listas que selecionava “os dez mais” da sociedade, por exemplo, foram práticas que caíram no gosto dos colunistas brasileiros e do seu público.

### 2.3 Colunismo social no Brasil

<sup>6</sup> Entendido como um complexo de frequentadores de lugares de moda.

No Brasil, o colonismo social tem como superfície de emergência o período de modernização do Rio de Janeiro, então capital do país, na segunda metade do século XIX, quando se popularizam as *revistas ilustradas*. O momento de mudanças se refletia em diferentes setores, como a economia, a política e a cultura nacionais. A aura de modernidade era reafirmada pelas revistas, que ajudavam a propagar novos hábitos e novas configurações da sociedade:

As revistas ilustradas do final do século XIX e início do século XX ratificaram modelos estéticos tidos como “corretos” e em congruência com a premissa da modernidade, definindo o consumo de bens específicos, a partir da criação de padrões distintivos – principalmente as seções de moda e beleza das publicações. Neste sentido, estabelece-se uma relação estreita entre moda e padrões de consumo com a formação de uma “nova sociedade carioca”, que buscava se estruturar no imaginário de um lugar moderno e civilizado. Deste modo, as revistas ilustradas são aqui apresentadas como uma importante mediação nas maneiras de se portar, nos “novos hábitos civilizados” e, mais precisamente, no consumo de moda. (BOM, 2018, p. 151)

Temas como moda e comportamento eram amplamente trabalhados pelas revistas ilustradas, que difundiam a ideia de uma civilidade e modernidade associada ao modo de vida europeu. Ao mesmo tempo, impulsionava hábitos de consumo e padrões de comportamento que deviam se aproximar dos praticados em Paris, por exemplo. Já nessa época, as colunas sociais destinavam espaço para mostrar pessoas da chamada “alta sociedade” e a atuação delas como cidadãs civilizadas, refinadas e modernas.

Seguir modelos de comportamento vindos da França era considerado sinônimo de requinte e status social, e isso incluía consumir determinados bens que possibilitava às pessoas serem assim categorizadas:

Se as revistas veiculavam as cartilhas do que vestir, as lojas ofereciam as opções para consumi-las. Essa atmosfera do passeio público, exibindo bens de consumo distintivos, adequava-se aos cafês, restaurantes e livrarias do entorno, em um circuito do “ver e ser visto”, onde os hábitos europeus eram cultuados e celebrados (...) Essa exibição se tornou uma prática cotidiana dos habitantes locais, transformando as ruas em um grande desfile social, com o desenvolvimento de diferentes formas de *flânerie* que surgiram no período. Ser visto e/ou fotografado para colunas sociais da época usando determinados bens de consumo passava a ser uma prática social comum, que categorizava os cidadãos como distintos, ao sustentar símbolos de refinamento. (BOM, 2018, p.161, grifos do autor).

No século XX, o colonismo social ganha mais projeção, emergindo em um período de intenso estímulo às importações e injeção de capital norte-americano no país, durante o governo de Juscelino Kubitschek, o que influenciou também o jornalismo nacional. Nessa

época, práticas como o uso do *lead*<sup>7</sup> e da pirâmide invertida<sup>8</sup>, assim como a busca pela objetividade e impessoalidade nos textos, também passaram a ser adotadas pelos jornalistas brasileiros e, ao mesmo tempo e de modo oposto, o columnismo ia se consolidando com textos opinativos e elogiosos (SOUZA, 2005).

Com início no ano de 1956, o governo de Juscelino Kubitschek apresenta um projeto desenvolvimentista focado na infraestrutura e modernização do país, sob o famoso *slogan* “50 anos em 5” e com base no Plano de Metas<sup>9</sup>.

Tanta obra e tanto gasto público trouxe novidade, desenvolvimento, urbanização e aumento da qualidade de vida de muita gente. O Brasil cresceu quase 8% em média entre 1957 e 1960. A questão é que:

- 1- Juscelino não deu a devida atenção às populações rurais, o que estimulou o êxodo para grandes cidades, que com o tempo ia deixá-las inchadas e favelizadas; e
- 2- Ele deixou como legado o endividamento do país e uma inflação que não parou de subir durante o governo dele. De 7% em 1957, ela foi quase a 40% em 1959. Para crescer e construir tanto, o governo torrava dinheiro e tudo ficava mais caro. Para salvar as contas públicas da falência, o FMI surge como um possível empréstimo, mas o fundo internacional exigia cortes de gastos, o que comprometeria as obras de Brasília e o Plano de Metas. De olho na popularidade imediata, JK rompe com o FMI em 1959, para alegria do povo, que não queria saber do fim da bonança. (Presidente da semana, Folha de São Paulo, 2018)

Apesar da imagem de progresso que o governo se empenhava em construir, a população enfrentava uma série de problemas como o aumento da desigualdade social, especialmente nos grandes centros urbanos. A progressiva industrialização desses lugares atraiu muitas pessoas de regiões mais pobres – e essencialmente agrícolas –, como o Norte e Nordeste, em busca de oportunidades de emprego. No entanto, grande parte dessa mão-de-obra não era aproveitada pela indústria por falta de qualificação profissional, ficando assim marginalizada e intensificando os índices de pobreza e violência (BATISTA; CLARK; PADILHA, 2008, p. 5).

Ao mesmo tempo, o Brasil enfrentava uma crise de abastecimento de bens de consumo primários, que gerou protestos em todo o país. O problema era decorrente do intenso êxodo rural que desequilibrava as grandes cidades e reduziu a produção de alimentos nas regiões agrícolas, já que muitos produtores haviam migrado para os grandes centros em busca de melhores condições de vida.

<sup>7</sup> Primeiro parágrafo de uma matéria jornalística, no qual são apresentadas as informações básicas da notícia: quem, o quê, como, quando, onde e por que.

<sup>8</sup> Técnica de produção do texto jornalístico em que as informações são ordenadas da mais importante para a menos importante.

<sup>9</sup>O Plano de Metas do governo JK buscava investir em áreas consideradas estratégicas, como transportes, indústrias - com destaque para a automobilística -, na construção de estradas e da capital Brasília, como forma promover a interiorização do país e de descentralizar o poder, até então concentrado no Rio de Janeiro.

Os quatro primeiros anos da década seguinte [1960], contudo, são apresentados como marcados por desequilíbrios econômicos, inflação, dívida externa e por profundas e incontornáveis crises políticas que geraram o golpe de 1964. Mas boa parte das condições que provocaram essas crises já se apresentavam ou mesmo foram construídas na década anterior. A imagem dos anos 50 como um período de crescimento, modernização e relativa estabilidade foi em grande parte construída *a posteriori*, tanto por analistas, quanto pela memória social, com considerável participação da mídia. Em parte, essa imagem positiva deriva de uma comparação com o período posterior, isto é, comparando os anos 50 com os 60, a primeira década surge como um tempo de oportunidades que se perderam. (NETO, 2011, p. 1, grifo do autor).

A aura otimista do governo JK, com promessa de desenvolvimento econômico por meio de vultosos investimentos e implantação de grandes empresas no país, propiciou, segundo Cruz (2015, p. 46), o “exercício do poder de grupos minoritários, seletos, concentrados em altas esferas, coadunados a grandes empresários nacionais e internacionais”, e possibilitando a ascensão de importantes grupos como a família Marinho (Organizações Globo), Ermírio de Moraes (Votorantim), Safra (Banco Safra) e Moreira Salles (Unibanco).

O discurso que enaltecia o desenvolvimentismo de Kubitschek era reforçado por parte da imprensa, que também se expandia nesse período, constituindo-se como um dispositivo que faz parte da superfície de emergência do colonismo social. A TV chegava ao Brasil, o primeiro país da América Latina a implantar a novidade, fato que, ao lado do automóvel, simbolizava a modernidade e o progresso que o país experimentava<sup>10</sup>. A TV Tupi, primeira emissora televisiva brasileira, e a revista *O Cruzeiro*, um dos principais veículos de comunicação dos anos 1950, pertenciam ao grupo *Diários Associados*, maior conglomerado de mídia da época, e, no geral, apresentavam discurso alinhado com o do governo.

O sucesso da revista [*O Cruzeiro*] aliado à conjuntura político-econômica, marcada pelo entusiasmo juchinista culminou com o lançamento de O CRUZEIRO Internacional com a finalidade de circular em toda a América Latina. Coincidência ou não, o lançamento coincidiu com outro lançamento – o da Operação Pan Americana (OPA). O empreendimento teria recebido apoio inicial do Presidente da República que, segundo Glauco Carneiro, havia se comprometido a liberar verbas para publicações do Governo em todas edições, de no mínimo oito páginas, a fim de divulgar os empreendimentos estatais desenvolvidos a partir do Plano de Metas. (MERYER, 2007, p. 34, grifo nosso).

<sup>10</sup> Fonte: FGV Doc - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas.

Nas colunas sociais, que nos anos 1950 e 1960 ganharam força na imprensa brasileira, figuravam não só os conhecidos nomes da elite tradicional como também os novos ricos que emergiam junto com o novo cenário econômico, incluindo empresários, celebridades e políticos – dentre eles o próprio presidente da república. Assim, o colunismo social também contribuía para a construção de uma visão positiva acerca desse momento da política e da economia nacionais, apresentando em suas matérias principalmente pessoas bem-sucedidas, com vidas luxuosas e momentos de *glamour*; não havendo espaço para problemáticas como a crise no abastecimento de alimentos, por exemplo.

A imprensa brasileira, portanto, assumia a função de dispositivo na constituição e circulação de verdades acerca do referido período político e econômico, silenciando determinados discursos (particularmente os relacionados a problemas sociais enfrentados pela população, por exemplo) e fazendo emergir outros (sobre o progresso representado por pessoas de vida abastada).

A década de 1950 também é marcada por acontecimentos que, aliados à atmosfera otimista apresentada por JK, consagraram a esse período o epíteto de “Anos Dourados”. O surgimento da Bossa Nova, a primeira vitória do time brasileiro na Copa do Mundo – em 1958 – e a popularização dos concursos de Miss Brasil e Miss Universo fazem parte da memória social da referida época (DIAS *et al*, 2011, p. 110).

O concurso de Miss Universo, no formato como conhecemos hoje, teve início nos Estados Unidos, em uma ação de *marketing* idealizada por uma marca de maiôs. No Brasil, o evento ganhou visibilidade em 1954, com a eleição da baiana Marta Rocha como representante do país no concurso Miss Universo. A jovem chegou a ser classificada em segundo lugar no concurso mundial, perdendo o posto de primeira colocada por uma diferença de duas polegadas a mais no quadril, história que, de acordo com Meryer (2007, p. 117), foi criada e difundida pela revista *O Cruzeiro*, dos *Diários Associados*, grupo midiático que no ano seguinte assumiria a organização e divulgação do concurso no Brasil:

Porém, a consagração do evento, que se tornou um dos maiores do país, só perdendo para a Copa do Mundo somente ocorreu a partir de 1955, quando os Diários Associados assumiram a sua produção e divulgação. Entre os meses de maio e agosto, todas as edições dedicavam matérias ao concurso. As eliminatórias estaduais, entrevistas com as escolhidas dos Estados, entrevistas com ex-misses e todos os preparativos para o concurso de Miss Brasil e depois o ponto mais alto, o de Miss Universo em Long Beach. O concurso era acompanhado pelo país inteiro, através da revista [O Cruzeiro] e, onde chegava a TV, pela TV Tupy. Importante ressaltar que a revista, na época, tinha um alcance muito maior do que a televisão.

O evento comumente reunia milhares de pessoas no estádio Maracanãzinho, no Rio de Janeiro, para acompanhar a escolha da moça mais bonita do país e do mundo em cada ano. Um momento *glamouroso*, marcado pelo luxo e recorrente pauta das colunas sociais da época, que não se limitavam ao momento do concurso, como também incluíam sua preparação e repercussão, gerando matérias sobre a vida particular das misses, seus hábitos, planos e trajetória, sempre ressaltando sua beleza física.

Tal aspecto influenciava na construção de saberes sobre a mulher brasileira, já que a miss eleita era tomada como referência para as demais. No embalo dos concursos, as colunas sociais seguiam contribuindo para manter a aparência otimista e de “normalidade” daquele momento político e econômico. Apresentavam o lado luxuoso, belo e bem-sucedido do período – nesse caso, representado por mulheres bonitas, refinadas e de vida pomposa – distanciando-se dos problemas que a população enfrentava, dos quais muitos haviam sido gerados e/ou intensificados pelas políticas adotadas pelo governo de então.

Nota-se novamente que o colunismo social, enquanto técnica do dispositivo jornalístico, dispositivo de produção de saberes e circulação de discursos, contribuía para elevar à condição de verdade o discurso do desenvolvimentismo, que apresentava a década de 1950 como um período de progresso econômico e tecnológico, atravessado por uma aura de *glamour* ratificada pelos enunciados que se ligavam aos suntuosos concursos de misses, ao mesmo tempo em que promovia o apagamento de enunciados que mostrassem os problemas enfrentados por boa parte da população naquele momento da história.

Outra superfície de emergência do jornalismo de colunismo social são as ações de caridade na forma de eventos beneficentes, como uma maneira de reunir importantes personalidades da chamada *high society*, ao mesmo tempo em que gera notícia para as colunas sociais e promove uma imagem altruísta a seus participantes.

Uma forma embrionária do que hoje conhecemos por colunismo social já era praticada no Brasil desde o final do século XIX, sob o título de “crônica social”. De acordo com Raquel Paiva e Muniz Sodré (2004, p. 25), ainda na década de 1940, o gênero servia como “demarcador” entre ricos e pobres. Suas páginas eram destinadas a eventos como aniversários e casamentos de pessoas de prestígio social. Algumas décadas depois, a ostentação passou a ser evitada pelas classes mais altas, dando lugar aos novos ricos e celebridades midiáticas. Conforme Paiva e Sodré (2004, p. 28-29), a temática do antigo colunismo social, a das festas e do estilo privilegiado de vida, não desapareceu de todo, mas perdeu a atração exercida no passado [...] Os que hoje mais se exibem são os ricos emergentes e os profissionais da mídia de entretenimento.

O modelo ganhou caráter opinativo com Manuel Bernardes Müller que, sob o cognome Jacinto de Thormes, é considerado o pai do moderno colunismo social brasileiro. De acordo com Maurício Maria (2008, p. 6; 11), com Jacinto o colunismo que, até então, apenas divulgava os acontecimentos sociais, passa a apresentar opiniões, por vezes utilizando a ironia como ferramenta, inspirado no formato norte-americano.

Outros nomes como Ibrahim Sued também participaram da transição do gênero para o cenário nacional. A política era um dos temas mais comuns em suas colunas, que era abordada sempre sob contornos de fofoca, priorizando escândalos e situações embaraçosas protagonizadas por políticos e autoridades.

Além de ser campo de circulação de vaidades, o colunismo social também abriga relações com o poder político e econômico. De acordo com Paiva e Sodré (2004, p. 27), Ibrahim Sued, do jornal *O Globo*, possuía grande prestígio na década de 1950, e encontrou nos salões da elite infinitas pautas sobre economia e política:

Depois de algumas taças, à mesa do jantar ou no bulício das recepções, o ministro mostrava a minuta do decreto inédito, o industrial abria o jogo sobre a grande fusão de empresas. E o banqueiro dava o inside que agitaria o mercado nos dias seguintes. O Turco descobriu esse filão”. O “filão” era, na verdade, um novo modelo de coluna social que, embora mantendo a temática tradicional, incluía agora notícias econômicas e políticas. (PAIVA; SODRÉ, 2004, p. 27).

Era constante a presença de Ibrahim em eventos e compromissos de governantes. Esse trânsito livre entre os políticos lhe dava acesso às notícias. Ao contrário do que acontecia com os jornalistas especializados em política, que tomavam conhecimento de algumas notícias após serem publicadas por Ibrahim. No período da ditadura militar, por exemplo, o colunista tinha livre circulação junto ao general Costa e Silva, o que lhe rendia importantes fontes de informação (PAIVA; SODRÉ, 2004, p. 28), e colocava em evidência o papel desse sujeito como influenciador da opinião pública.

Em 1964, os militares tomam o poder e começam a realizar modificações no sistema político brasileiro, em nome da “ordem”. Têm início algumas medidas como o controle da mídia por meio da censura. Os meios de comunicação passaram a ser fiscalizados para que não publicassem conteúdos que questionassem as medidas do governo ou promovessem ideias consideradas de oposição ou crítica ao regime. Nesse cenário, o colunismo social, que experimentava seu apogeu, funcionava como ponto de fuga da censura do Estado:

[...] a coluna social se torna mais eficaz e importante neste período, porque não só já trazia para si o conceito de não tratar sobre notícias “sérias” e, como tão pouco, o de

comentar ou opinar sobre elas ou sobre a realidade social. Mas esta postura pode ser interpretada sob duas facetas: 1) poderia constituir-se de uma estratégia da empresa para manter o veículo e a publicação sem censura; 2) poderia constituir-se de uma estratégia do próprio regime que oportunizava, com o reforço de temáticas “amenas”, a reiteração do estado de aparente normalidade que lhe interessava. (EMERIM; COSTA, 2009, p. 5).

Por ser focado em assuntos aparentemente isentos de criticidade – festas, cotidiano e estilo de vida da alta sociedade –, o colunismo social não costumava ser alvo de censura, pois reforçava a impressão de normalidade, segurança e prosperidade que o governo desejava difundir. Cumpria, assim, o papel de dispositivo de segurança, na medida em que produzia saberes sobre o momento político que o país atravessava, aliando-se ao poder vigente e ajudando a construir o discurso que positivava a imagem do governo militar e apresentava a imagem de uma sociedade bonita, sempre festiva, em cerimônias comemorativas. Todas essas condições contribuíram para que colunistas como Ibrahim Sued ocupassem posição de confiança em meio aos generais.

A socialite Danuza Leão, que chegou a trabalhar como colunista social por estar inserida nos altos círculos da sociedade desde a juventude, também testemunhou importantes acontecimentos da política e dos jogos de poder nos anos 1950. Nessa época, era casada com o jornalista Samuel Wainer, dono do jornal *Última Hora* e amigo do então presidente Getúlio Vargas. Em sua autobiografia, a socialite conta que conheceu seu primeiro marido enquanto ele estava preso por questões políticas:

Ele estava preso por ter se negado a responder a umas perguntas da CPI de seu jornal, a *Última Hora*. Naquele momento, qualquer coisa que fizesse servia de pretexto para que o prendessem. Explicando melhor: a Comissão Parlamentar de Inquérito foi instalada para descobrir de onde tinham vindo os recursos para Samuel fundar a *Última Hora*; o objetivo real era derrubar Getúlio Vargas, já que o jornal o apoiava; por isso, tudo foi feito para provar que o dinheiro saía dos cofres públicos, o que nunca foi provado, uma vez que não era verdade. (LEÃO, 2005, p. 49, grifos do autor).

Danuza acompanhou, por meio da atuação do marido e seu jornal, episódios históricos como a tentativa de assassinato de Carlos Lacerda, o suicídio de Getúlio Vargas e a eleição de Juscelino Kubitschek. Conheceu figuras importantes como Mao-Tse Tung e frequentou jantares, festas e cerimônias oficiais. No entanto, seu trabalho como colunista (iniciado muitos anos após a separação do jornalista Samuel Wainer) não tinha foco em acontecimentos e personalidades políticas, tal como o de Sued. Danuza também viu o surgimento da Bossa Nova, pois sua irmã mais nova, Nara Leão, com frequência reunia em casa amigos do cenário musical, tais como Tom Jobim, João Gilberto e Roberto Menescal.

Sua trajetória pelos grandes salões e eventos da elite lhe trouxe vasto conhecimento acerca dos hábitos e estilo de vida deste grupo. Em 1992, lançou um livro que propunha apresentar regras de etiqueta e bom relacionamento para “facilitar a vida de uma tribo que trabalha, tem dinheiro mas não muito” (LEÃO, 1992, p. 11), direcionado ao público que não pertencia a famílias tradicionais, mas que também não era tão pobre assim.

Há 20 ou 30 anos uma viagem de avião era privilégio dos muito ricos. Os aeroportos, oásis de paz, luxo e silêncio. Era fácil ser cortês nesse tempo. Hoje em dia, aeroportos e rodoviárias são praticamente iguais. Portanto, mantenha a calma para enfrentar as grandes aventuras que surgem a partir de uma simples viagem. Além de dólares, muna-se de tranquilizantes. (LEÃO, 1992, p. 89).

As dicas de comportamento, apresentadas por Danuza, abrangem situações corriqueiras do dia-a-dia, assim como ocasiões específicas como jantares, festas, viagens e relacionamentos de amizade e amorosos. Uma característica comum encontrada nos conselhos do livro é a preocupação em aparentar ser verdadeiramente da elite. É desaconselhado, por exemplo, comprar malas novas e de grife às vésperas de uma viagem, pois “malas tinindo de novas são um sinal inequívoco de peruagem e *nouveau-richisme*” (LEÃO, 1992, p. 95).

Quem praticamente nasceu numa primeira classe, nunca vai mencionar isso, até porque nem sabe que existe outra classe no avião. (...) Nada revela mais a insegurança social de uma pessoa do que ouvi-la dizendo que “estava na primeira classe”. Morro de pena e fico com um pouquinho de vergonha, cada vez que ouço. Também não se pergunta: “Em que classe você viaja?” Conheço gente que só viaja de primeira classe, entra no avião, não come nada e dorme o tempo todo, o máximo. (LEÃO, 1992, p. 91).

Intimamente ligado ao *marketing*, o colunismo social serve como espaço de construção de imagens e reputações. Direciona-se para a divulgação de estilos de vida e à publicização de ações, produtos e serviços de empresas, instituições e personalidades públicas, como artistas, políticos, empresários, dentre outros. Nota-se que o gênero também atende a necessidades pessoais daqueles que nele figuram, especialmente quando se refere às colunas sociais nas mídias de pequenas cidades. De acordo com José Henrique Gonçalves (1999, p. 41), tais publicações divulgam padrões (de comportamento, de beleza, etc.) e abrigam uma disputa de vaidades:

Os titulares das páginas de disse-me-disses, exibicionismos e quejandos não estão apenas veiculando padrões de conduta e disseminando entre as massas leitoras alguns objetos de inveja. Também asseguram os quinze minutos de fama e exibição que alguns pobres e membros das classes médias remediadas cobijam com tanto fervor. (GONÇALVES, 1999, p. 41).

Essa característica permanece no colunismo social praticado nos dias atuais, e as pessoas que aparecem nele são mostradas como referência, sempre sob descrições positivas e adjetivadas, construindo uma imagem de indivíduo cujo comportamento e estilo de vida são considerados ideais. A receita se repete nas colunas sociais do estado do Maranhão, nas quais figuram indivíduos pertencentes às classes dominantes. Assim como nas colunas dos grandes centros, o espaço contribui para conferir prestígio aos que o protagonizam, demarcando posições na sociedade e alimentando vaidades, ao mesmo tempo em que desperta no público o desejo de usufruir de uma vida igualmente *glamourosa*.

## 2.4 Colunismo social no Maranhão

O início do colunismo social no Maranhão é contemporâneo ao surgimento deste segmento no Brasil. Os periódicos O Imparcial, Jornal do Dia e Jornal do Povo foram os primeiros a incluir as crônicas sociais em suas publicações, encontrando aí uma oportunidade de ampliar suas tiragens, ao mesmo tempo em que buscavam acompanhar as tendências praticadas por veículos dos grandes centros.

Segundo Buzar (2015), o Jornal do Povo, que circulou em São Luís-MA por aproximadamente 14 anos<sup>11</sup>, foi o primeiro a adotar este tipo de jornalismo, que trouxe à cena o pioneiro Benito Neiva, que se inspirava no carioca Jacinto de Thormes – pseudônimo de Maneco Müller –, assemelhando-se inclusive na forma como se vestia. O Jornal do Povo fechou em abril de 1964, sob repressão da ditadura militar, e Benito Neiva passou a trabalhar no jornal O Estado do Maranhão, porém não obteve o mesmo sucesso que tinha no veículo anterior.

Percebendo a nova tendência da imprensa brasileira, o jornal O Imparcial também investiu na crônica social como meio de atrair o público leitor, trazendo a repórter Maria Inês Saboya, que inspirou a célebre Flor de Lyz, como colunista social do veículo.

O Jornal do Dia, no entanto, teve uma experiência pouco positiva com o colunismo social. Um dos jornalistas responsáveis por esta seção do periódico, o caxiense Vitor Gonçalves Neto, tinha um perfil um pouco diferente dos colunistas sociais já conhecidos:

O Jornal do Dia foi outro que não ficou à margem dessa inovação jornalística. Alguns jornalistas foram convocados a assumir a titularidade da coluna social do JD.

<sup>11</sup> De acordo com o Catálogo de Jornais Maranhenses do Acervo da Biblioteca Pública Benedito Leite, 2007.

Um deles, o irreverente cronista caxiense Vitor Gonçalves Neto. O perfil de colunista social passou longe dele. Pela maneira debochada de escrever e do tratamento dispensado à elite maranhense, fez o jornal perder mais leitores do que ganhar. Só deixou de criar problemas à direção do JD ao ser mandado de volta a Caxias. (BUZAR, 2015).

Com a experiência malsucedida, o Jornal do Dia incumbiu Gerd Pflueger como colunista substituto. O jornalista criou a coluna Passarela e se consolidou na área. Outros nomes como Lucy Teixeira, Genu Moraes, Genoveva Ayres, Porfírio Serra de Castro, Mary Magalhães, Maria Bogéa, Janete Trinta, Irtes Cavanhak, Flor de Lyz, Mário Lincoln, Ribamar Silva também se destacaram na imprensa de colunas sociais do Maranhão.

Um dos principais nomes da crônica social do Maranhão, a icônica Flor de Lyz Fialho Félix tornou-se a colunista social com mais tempo de trabalho no estado, completando 55 anos de carreira. Falecida em 2011, aos 82 anos, a colunista trabalhou nos jornais O Imparcial e O Pequeno e foi a primeira colunista social a ter um programa de TV - iniciado em 1973, na TV Difusora, afiliada do SBT. Flor de Lyz teve influência dos pioneiros Benito Neiva e Maria Inês Sabóia, com quem aprendeu o ofício.

Flor de Lyz iniciou sua carreira na década de 1960, em pleno período militar, escrevendo sobre bailes de debutantes e festas da alta sociedade. Ela também promovia ações beneficentes, desfiles, jantares e outros eventos que reuniam o chamado *café society* maranhense. Durante muito tempo também foi responsável pela organização do concurso de Miss Maranhão, outra pauta recorrente nas colunas sociais e que, na época em que Flor de Lyz iniciou sua carreira, gerava grande mobilização no público.

Em entrevista dada em 2001, e republicada no blog O Redemoinho, em 2011, Flor de Lyz contou sobre seu trabalho e sua trajetória, destacando sua afinidade com a dita “alta sociedade”, bem como sua articulação nos concursos de Miss, conforme se verifica no trecho abaixo:

Agora, escrevo a minha página social uma vez por semana, aos domingos, o que aliás acho chiquérrimo uma colunista social na minha idade, que já escreveu tanto diariamente, ter o luxo de escrever só aos domingos, a minha página bonita, bem feita, só moças da alta sociedade, 15 anos, casamentos lindíssimos... E viajo também, vou ao Rio, faço casamentos, trago para o meu programa social [na TV Difusora]. Não paro, vou buscar Miss Brasil. Inclusive estou com a ganhadora do Miss Brasil aqui no Maranhão. Todo ano vou para o Miss Brasil em São Paulo, no Rio, trago a fita e faço aquele escândalo jornalístico. O concurso é lindo, a Miss Brasil é linda. Sabe aquela Miss Brasil que fez mil operações? Ela vem pra cá para essa festa minha. Ela vai desfilas de biquíni para todo mundo ver que ela não tem uma marca sequer no corpo. (LIMA, 2011).

Na entrevista, a colunista também falou sobre suas afinidades políticas e da sua boa relação com nomes conhecidos da política maranhense, tais como Roseana Sarney, Manoel Ribeiro e Nice Lobão:

— Mas a senhora faria campanha política para alguém?

Flor de Lys: Faria campanha pra [governadora do Maranhão] Roseana Sarney, para o presidente da Assembléia Legislativa do Estado, Manoel Ribeiro, que é muito meu amigo, gente fina. Eu amo ele! Amo ele, a mulher dele, os filhos! Por isso faço campanhas. Subo em palanques, se for possível. Dona Nice Lobão! Trabalhei muito por ela porque a adoro. Criatura maravilhosa! Então, acho que minha vida é muito boa. Tenho tudo o que quero e não exploro ninguém. Se é para cobrir um casamento, vou fazer, não mando a conta. Tudo é de graça. Arrumo os meus patrocinadores. São fracos, mas dá pra passar. (LIMA, 2011).

Ao que indica, Flor de Lys estava alinhada com o poder dominante. Na ocasião da morte da colunista, em 2011, a então governadora Roseana Sarney divulgou nota de pesar em que expressava sua boa relação com Flor de Lys:

Bastante consternada, Roseana Sarney ressaltou o trabalho de Flor de Lys e sua trajetória no colunismo, onde atuou por décadas e retratou a sociedade maranhense de um jeito genuíno e irreverente.- Flor de Lys era muito querida por todos nós e deixou sua marca no colunismo maranhense, onde conquistou leitores e telespectadores fiéis com seu trabalho e pioneirismo. Sua trajetória será lembrada pra sempre - declarou a governadora. (SOBRINHO, 2011).

Outro nome de destaque no colunismo social maranhense é Pergentino Holanda, que deu início à sua carreira no fim dos anos 1960. Com quase 50 anos de atividade, o jornalista começou como cronista social substituto em *O Imparcial* e em *Jornal do Dia*. Atualmente, mantém coluna no jornal *O Estado do Maranhão*, pertencente ao principal grupo midiático do estado – Sistema Mirante de Comunicação. Pergentino Holanda, conhecido como PH, também possui relações de amizade com importantes figuras políticas do estado, tal como a ex-governadora Roseana Sarney.

No Maranhão, é possível identificar algumas publicações que seguem o modelo de colunismo social, voltado para temas como eventos sociais (casamentos, aniversários, inaugurações, etc.), moda, decoração, beleza e outras variedades. O segmento também tem sido amplamente utilizado como ferramenta de *marketing* por empresários, personalidades públicas como políticos, celebridades e *socialites*, que encontram nesses espaços uma oportunidade de divulgar ações e produtos.

Nesse aspecto, destaca-se a revista *Deluxe* – publicação de São Luís-MA, com nova edição a cada quatro meses e que tem buscado se adaptar à era da Internet, mantendo-se presente nas redes sociais, como o Instagram, por exemplo, onde são publicados conteúdos

semelhantes aos apresentados no veículo impresso. Grande parte das matérias são protagonizadas por mulheres, que são retratadas em situações diversas como festas de casamento, aniversário, formatura, inauguração e divulgação de empreendimentos – recorrente nas páginas da revista –, o que a enquadra no segmento imprensa feminina com foco em colunismo social.

O colunismo social surge no Brasil, e consequentemente no estado do Maranhão, como resultado de diversos acontecimentos históricos e sociais. O momento político e cultural que a sociedade experimentava na década de 1950 – governo JK e emergência de “novos ricos”, popularização dos concursos de miss, etc – viabilizou a consolidação do gênero na imprensa nacional. As colunas sociais brasileiras, que se inspiravam no modelo norte-americano, caminhavam em sentido oposto às novas técnicas adotadas no jornalismo informativo: enquanto este buscava dar ênfase à notícia, tratando os fatos com o máximo de objetividade e impessoalidade possível, o colunismo social dava espaço à subjetividade, à opinião e ao personalismo.

Integrando o dispositivo mídia e atuando como elemento produtor de verdades, o colunismo social produz subjetividades por meio do seu discurso, na medida em que as celebridades que estampam as páginas de jornais e revistas desse gênero compartilham a vontade de verdade sobre aquilo que é dito sobre si, como também o colunismo social influencia na criação de subjetividades no público, que se vê instigado a desejar um estilo de vida semelhante aos personagens que aparecem nas colunas sociais.

Para Foucault (1995, p. 231), a subjetivação é uma forma de poder que faz com que os indivíduos se tornem sujeitos, classificando-o, marcando-o em sua própria identidade, impondo-lhe uma lei de verdade. Dessa forma, o sujeito se constitui por meio da sujeição do indivíduo, seja a outro indivíduo, por meio do controle e dependência, seja quanto à sua própria identidade, por meio da consciência e de autoconhecimento, sendo estes dois modos de poder que subjuga e sujeita os indivíduos. Tal percepção dialoga com as ideias de biopoder, biopolítica e governamentalidade, segundo as quais os sujeitos estão submetidos a regras que controlam e disciplinam seus corpos, e que são tratadas no próximo capítulo.

### 3 GOVERNAMENTALIDADE E BIPODER: SOBRE O CORPO DA MULHER EMPRESÁRIA

Neste capítulo, apresentamos uma discussão sobre governamentalidade, biopoder e biopolítica, a fim de compreender como os corpos dos indivíduos estão submetidos às disciplinas, a regras de comportamento, que os conduzem à docilização e normatização. Pretendemos, ainda, identificar as regras de controle e disciplinaridade que se associam à figura da mulher empresária bem-sucedida, por meio de estratégias discursivas e relações de saber-poder presentes na anátomo-política e a biopolítica que associam o indivíduo mulher como empresária bem-sucedida.

Em *História da Sexualidade I - Vontade de Saber* (1988), Foucault fala do direito de vida e de morte como característica fundamental do poder soberano no século XVI, por meio do qual uma autoridade poderia decidir sobre a morte de seus filhos e escravos – suas propriedades – assim como a de súditos que o desobedecessem e pusessem sua vida em risco.

O poder real também se expressava por meio de punições aplicadas aos corpos dos rebeldes, e práticas como torturas e suplícios configuravam métodos de punição de criminosos. O poder materializava-se no corpo do rei e, dessa maneira, a prática de crimes, a desobediência às leis significavam ataque à pessoa do rei, devendo o criminoso “pagar” por meio de seu próprio corpo.

E talvez se devesse relacionar essa figura jurídica a um tipo histórico de sociedade em que o poder se exercia essencialmente como instância de confisco, mecanismo de subtração, direito de se apropriar de uma parte das riquezas: extorsão de produtos, de bens, de serviços, de trabalho e de sangue imposta aos súditos. O poder era, antes de tudo, nesse tipo de sociedade, direito de apreensão das coisas, do tempo, dos corpos e, finalmente, da vida; culminava com o privilégio de se apoderar da vida para suprimi-la. (FOUCAULT, 1988, p. 128).

Havia, portanto, um controle sobre a vida e sobre os corpos físicos, sendo dado ao Estado o direito de decidir quem deveria viver ou morrer. No decorrer da história, esta concepção sofreu modificações, de modo que o ato de causar a morte de indivíduos como forma de punição e controle deu lugar ao disciplinamento dos corpos com o objetivo de prolongar sua vida e produtividade.

Esse sistema de poder sobre a vida, ao qual Foucault denomina *biopoder*, aparece a partir do século XVII, sob duas formas essenciais e inter-relacionadas: *a anátomo-política do corpo humano*, que se concentra no disciplinamento e docilização do corpo, de maneira que suas habilidades se desenvolvam e sua força seja otimizada, tornando-o mais produtivo; e a

*biopolítica da população* em que as estruturas de poder trabalham no controle das populações, regulando as taxas de natalidade e mortalidade, saúde e longevidade, etc:

[...] tais processos são assumidos mediante toda uma série de intervenções e controles reguladores: *uma bio-política da população*. As disciplinas do corpo e as regulações da população constituem os dois pólos em torno dos quais se desenvolveu a organização do poder sobre a vida. A instalação – durante a época clássica, desta grande tecnologia de duas faces – anatômica e biológica, individualizante e especificante, voltada para os desempenhos do corpo e encarando os processos da vida – caracteriza um poder cuja função mais elevada já não é mais matar, mas investir sobre a vida, de cima abaixo. (FOUCAULT, 1988, p. 131, grifos do autor).

Há, assim, uma normalização dos comportamentos e regras de controle dos corpos visando à disciplina e ampliação de sua utilidade, de modo a promover uma ordem social. Tais intervenções se inserem na discussão sobre *governamentalidade*, em que os indivíduos são levados a cumprir normas de autocontrole e autocuidado que os inserem em uma sociedade disciplinar, contribuindo com a manutenção da ordem estabelecida pelo biopoder.

Foucault (1988, p. 130) ressalta que tanto a *anátomo política* – direcionada ao disciplinamento do indivíduo e seu corpo – quanto a *biopolítica das populações* – normalização e controle da sociedade –, são as duas formas como o biopoder se desenvolve e que ambas dialogam entre si, organizando assim o poder sobre a vida.

A *anátomo política* baseia-se na percepção do corpo como uma espécie de máquina, tornando-se necessário estimulá-lo a otimizar seu desempenho, treiná-lo e condicioná-lo a explorar ao máximo sua força. É preciso que o corpo do indivíduo esteja sujeito a determinadas normas que os adestre e docilize, de modo a oferecer o melhor de suas energias e de seu trabalho. Já a *biopolítica das populações* volta-se para o corpo enquanto espécie, com regulação de processos biológicos tais como a reprodução, taxas de natalidade e de mortalidade, longevidade, índices de saúde e tempo de vida, etc. É o controle dos corpos em sua coletividade e em busca de um ideal de funcionamento da sociedade.

O biopoder estabelece normas que definem e exigem a saúde e prolongamento da vida útil dos sujeitos, visando a sua produtividade. Dessa forma, se associa ao desenvolvimento do sistema capitalista, pois instiga que os corpos dos indivíduos e a população em geral se adequem a uma estrutura econômica focada na produção. Os indivíduos são submetidos a estratégias de poder que os tornam dóceis e úteis para o processo de produção, ao mesmo tempo em que ampliam suas forças e habilidades, de modo a extrair deles o máximo do seu potencial.

[...] os rudimentos de anátomo e de biopolítica, inventados no século XVIII como técnicas de poder presentes em todos os níveis do corpo social e utilizadas por instituições bem diversas [...], agiram no nível dos processos econômicos, do seu desenrolar, das forças que estão em ação em tais processos e os sustentam; operaram, também, como fatores de segregação e de hierarquização social, agindo sobre as forças respectivas tanto de uns como de outros, garantindo relações de dominação e efeitos de hegemonia; o ajustamento da acumulação dos homens à do capital, a articulação do crescimento dos grupos humanos à expansão das forças produtivas e a repartição diferencial do lucro, foram, em parte, tornados possíveis pelo exercício do biopoder com suas formas e procedimentos múltiplos. O investimento sobre o corpo vivo, sua valorização e a gestão distributiva de suas forças foram indispensáveis naquele momento. (FOUCAULT, 1988, p. 132).

Foucault apresenta a noção de governamentalidade em seus cursos ministrados no Collège de France, na década de 1970, especialmente em *Segurança, Território e População* (1978) e *Nascimento da Biopolítica* (1978-1979). No primeiro, as reflexões sobre biopoder conduzem à definição sobre governamentalidade e a gestão das populações – biopolítica.

Dessa forma, a governamentalidade se define por três aspectos que dialogam entre si: i. é um conjunto formado por instituições, procedimentos, técnicas que permitem o exercício do poder sobre a população, em torno da economia política e por meio de dispositivos de segurança; ii. é a linha de força que continuamente leva ao predomínio do poder relacionado ao governo sobre os outros, possibilitando o desenvolvimento de uma série de aparelhos específicos de governo e de uma série de saberes; iii. é o processo ou resultado do processo por meio do qual o Estado de justiça da Idade Média tornou-se Estado administrativo, assumindo perfil de “governamentalizado”, nos séculos XV e XVI (FOUCAULT, 2008d, p. 143-144).

A ideia de governamentalidade, portanto, se relaciona com o nascimento do Estado de governo, assim como as práticas governamentais; nomeia o sistema de poder e as propriedades das tecnologias que dele fazem parte e se direcionam à população. A noção de governamentalidade de Foucault, porém, não se limita ao surgimento do Estado administrativo/Moderno e às tecnologias de governo que se associam a ele, mas também ao processo de condução e controle do comportamento dos indivíduos.

Trata do governo dos corpos, de suas forças, gestos, movimentos, em seu aspecto individual e coletivo: “nunca se governa um Estado, nunca se governa um território, nunca se governa uma estrutura política. Quem é governado são sempre as pessoas, são homens, são indivíduos, são coletividades” (FOUCAULT, 2008d, p. 164).

O governo sobre as pessoas, sobre o qual se debruça Foucault, é uma ideia que tem origens muito antigas e remonta ao Oriente das eras pré-Cristã e Cristã. Nessa época, imperava a ideia de *poder pastoral*, baseada na relação entre pastores de animais e seus

rebanhos, utilizada como metáfora religiosa para designar a relação entre Deus e os homens. “É um poder religioso que tem seu princípio, seu fundamento, sua perfeição no poder que Deus exerce sobre seu povo” (FOUCAULT, 2008d, p. 167-168).

Por meio do *poder pastoral* se estabeleciam normas que moldavam a conduta dos indivíduos, persuadindo-os que tais regras eram estabelecidas pela divindade; buscava-se, então, conduzir não somente o corpo, mas também a consciência e a alma das pessoas (FOUCAULT, 2008d, p. 166).

A expansão da Igreja Cristã e sua chegada no Ocidente traz também o *poder pastoral* como ferramenta de governo de pessoas, que apresenta quatro traços específicos que o definem: primeiro, é um poder que se manifesta e se exerce sobre pessoas, não sobre um território. É um poder exercido sobre um “rebanho”, sobre um conjunto de indivíduos que, além disso, se encontram em movimento constante, que se deslocam de um lugar a outro.

A segunda característica do *poder pastoral* é a inclinação ao bem-fazer, à prática de boas ações, ao cuidado com o outro. É um poder de cuidado, e tem o intuito de salvar o rebanho. O terceiro traço específico desse poder é a sua manifestação na forma de dever de zelo que o pastor possui em relação ao rebanho. É sua missão zelar e preservar o rebanho de quaisquer males, cuidando de cada um dos animais que o compõem, de modo a afastar qualquer ameaça que possa atingi-los. O pastor “vai zelar para que as coisas corram o melhor possível para cada um dos animais do rebanho” (FOUCAULT, 2008d, p. 170).

Por fim, o *poder pastoral* é caracterizado por sua ação individualizante. Ao pastor cabe zelar pela totalidade do rebanho, ao mesmo tempo em que deve vigiar e cuidar de cada animal que faz parte do rebanho, de modo individual. O pastor se sacrifica pelo rebanho, em sua essência coletiva, e, se preciso, sacrifica todo o rebanho para garantir que todas as ovelhas estejam bem e a salvo.

Em suma, podemos dizer o seguinte: a ideia de um poder pastoral é a ideia de um poder que se exerce mais sobre uma multiplicidade do que sobre um território. É um poder que guia para um objetivo e serve de intermediário rumo a esse objetivo. É, portanto, um poder finalizado, um poder finalizado sobre aqueles mesmos sobre os quais se exerce, e não sobra uma unidade de tipo, de certo modo, superior, seja la na cidade, o território, o Estado, o soberano [...] É, enfim, um poder que visa ao mesmo tempo todos e cada um em sua paradoxal equivalência, e não a unidade superior formada pelo todo. (FOUCAULT, 2008d, p. 173).

A reflexão acerca do *poder pastoral* e suas especificidades dá suporte à noção de governo sobre os indivíduos apresentada por Foucault. Dessa tecnologia de poder se desmembram os formatos de governo modernos, que também buscam o gerenciamento da

coletividade e de cada indivíduo ao mesmo tempo. Suas técnicas de poder encontram base nos princípios de obediência, conhecimento e responsabilidade, que devem conduzir o comportamento e a consciência dos indivíduos. Desse modo, a *governamentalidade* da qual trata Foucault tem como foco as forças, os poderes e as tecnologias que delineiam e estabelecem o governo e o Estado, e não o Estado por si só. A *governamentalidade* diz respeito à forma como o comportamento dos indivíduos é dirigido, observa as relações de poder, mecanismos e estratégias que moldam as condutas e constituem os sujeitos.

Foucault também apresenta a noção de governamentalidade na obra *Vigiar e Punir* (1975), na qual explica que existe um sistema que atua na gestão dos corpos dos indivíduos, permeado por técnicas de poder que os sujeitam, normatizam e docilizam, as denominadas “disciplinas”. Tais mecanismos se manifestam como tecnologias, estratégias, técnicas e métodos de controle e sujeição dos corpos, ampliando suas forças e utilidade, efetivando o exercício do poder.

A “disciplina” não pode se identificar com uma instituição nem com um aparelho; ela é um tipo de poder, uma modalidade para exercê-lo, que comporta todo um conjunto de instrumentos, de técnicas, de procedimentos, de níveis de aplicação, de alvos; ela é uma “física” ou uma “anatomia” do poder, uma tecnologia. (FOUCAULT, 2014, p. 208).

A sujeição dos indivíduos por meio das disciplinas, inicialmente, visava conter inconveniências, aplacar perigos e controlar populações consideradas inúteis ou agitadas. No entanto, verificou-se nelas uma importante ferramenta não apenas para suprimir ameaças e controlar os indivíduos, mas também para aumentar a utilidade e produtividade de seus corpos, num processo que Foucault denomina *inversão funcional das disciplinas* (FOUCAULT, 2014, p. 203).

Assim, as disciplinas incidem sobre os corpos e os moldam buscando torná-los tanto obedientes quanto úteis, de modo que os dois processos (docilização e ampliação da utilidade) se intensifiquem na mesma proporção. O corpo, submetido a uma política das coerções, é manipulado minuciosamente em seus elementos, gestos e comportamentos: “O corpo entra numa maquinaria de poder que o esquadriha, o desarticula e o recompõe” (FOUCAULT, 2014, p. 135).

Por meio da atuação das disciplinas surge a *anatomia política*, que também constitui uma tecnologia de poder e determina formas de dominar os corpos de outras pessoas, levando-as não somente a fazer aquilo que se deseja, mas também determinando como fazer; com os métodos, a agilidade, o tempo e a eficácia estabelecidos.

A disciplina fabrica assim corpos submissos e exercitados, corpos “dóceis”. A disciplina aumenta as forças do corpo (em termos econômicos de utilidade) e diminui essas mesmas forças (em termos políticos de obediência). Em uma palavra: ela dissocia o poder do corpo; faz dele por um lado uma “aptidão”, uma “capacidade” que ela procura aumentar; e inverte por outro lado a energia, a potência que poderia resultar disso, e faz dela uma relação de sujeição estrita. (FOUCAULT, 2014, p. 135-136).

As disciplinas funcionam por meio da articulação de quatro características principais. A primeira delas diz respeito à disposição dos corpos dos indivíduos no espaço, de modo a individualizá-los, classificá-los e hierarquizá-los. A colocação do indivíduo nesse espaço o adapta para que consiga cumprir diferentes funções, de acordo com o que se deseja que ele faça.

As disciplinas se vinculam ao isolamento, ao enclausuramento, em um sistema no qual cada indivíduo é destinado a um lugar específico, e cada lugar disciplinar é reservado a um indivíduo, como se este estivesse envolto por uma cerca. A esse princípio, Foucault (2014, p. 140) denomina *localização imediata* ou *quadriculamento*, que busca “evitar as distribuições por grupos; decompor as implantações coletivas; analisar as pluralidades confusas, maciças ou fugidias.” É uma forma de controle dos indivíduos, que permite conhecê-los, dominá-los e utilizá-los, medir as qualidades e os méritos de cada um, ao mesmo tempo em que se evitam comportamentos considerados inoportunos.

Há também o atributo relacionado à regra das *localizações funcionais*, segundo a qual existem lugares que se configuram não apenas para atender à necessidade de vigiar, mas também para estabelecer um espaço útil. A estrutura física desses lugares é, assim, organizada com o intuito de servir para diferentes usos. Além disso, as disciplinas se constituem por elementos intercambiáveis, dispostos em uma *fila*. Os corpos são ordenados em determinadas posições e são estas que os definem, assim como a distância que os separam dos demais. A disciplina, portanto, utiliza a localização para individualizar os corpos, distribuindo-os no espaço e fazendo com que circulem em uma teia de relações.

As disciplinas, organizando “celas”, os “lugares” e as “fileiras” criam espaços complexos: ao mesmo tempo arquiteturais, funcionais e hierárquicos. São espaços que realizam a fixação e permitem a circulação; recortam segmentos individuais e estabelecem ligações operatórias; marcam lugares e indicam valores; garantem a obediência dos indivíduos, mas também uma melhor economia dos tempos e dos gestos. (FOUCAULT, 2014, p. 145).

A segunda característica do funcionamento da disciplina está associada ao controle do tempo. Dos corpos, sujeitos ao tempo, é exigido rendimento máximo no menor tempo possível; devem produzir muito, com qualidade e de maneira rápida. Enquanto o tempo passa, o corpo precisa dedicar-se à sua atividade e apresentar resultados satisfatórios.

A sujeição do corpo ao tempo também resulta na elaboração do ato, e os elementos que o integram são esmiuçados e descompostos. Ao corpo, então, é estabelecida uma posição, e cada parte dele, cada membro e articulação deve colocar-se de determinada maneira. Cada gesto e movimento do corpo precisa ser adequado ao tempo, com direção, dimensão e duração determinadas, obedecendo uma sequência (FOUCAULT, 2014, p. 149).

O poder disciplinar estabelece controle sobre o corpo não só adestrando-o e impondo-lhe uma sequência de gestos e movimentos a ser cumprida de determinada forma, mas também instituindo a melhor maneira de exercê-la. Além disso, a disciplina designa uma *articulação corpo-objeto*, definindo as relações a serem mantidas entre o corpo e o objeto a ser manipulado, firmando uma ligação entre eles. A disciplina opera ainda, com o princípio da *utilização exaustiva*, que procura organizar uma economia positiva em torno do tempo. A ideia deixa de apresentar teor negativo, em que o ócio é condenado por ser desperdício de tempo, e passa a propor a utilização crescente do tempo, buscando extrair dele o máximo de instantes possíveis e utilizá-los para produzir mais (FOUCAULT, 2014, p. 151).

O terceiro instrumento de controle da disciplina é a *vigilância* permanente sobre os corpos, de modo que o poder exerce domínio sobre eles e os induz à obediência não por repressão ou força física, mas por meio de estratégias e jogos de espaços, levando ao exame e autogerenciamento dos indivíduos. O exercício da disciplina supõe um dispositivo que obrigue pelo jogo do olhar: um aparelho no qual as técnicas que permitem ver induzam a efeitos de poder, e no qual, em troca, os meios de coerção tornem claramente visíveis aqueles sobre quem se aplicam (FOUCAULT, 2014).

A disciplina, que deve adentrar os corpos, espaços e estruturas, utiliza-se da vigilância para adestrar, se apropriar e extrair dos corpos sua melhor performance e produção. Não suprime forças, mas as concatena para multiplicá-las e utilizá-las; os indivíduos são alvo e instrumento de seu exercício, e seus corpos são transformados de maneira a torná-los eficientes e produtivos.

O disciplinamento ocorreria, ainda, por meio de um mecanismo com apenas um foco de exame, que percebe e vigia tudo continuamente, tal como o modelo panóptico de Bentham.

Um aparelho disciplinar perfeito capacitaria um único olhar tudo ver permanentemente. Um ponto central seria, ao mesmo tempo, fonte de luz que iluminasse todas as coisas e lugar de convergência para tudo o que deve ser sabido: olho perfeito a que nada escapa e centro em direção ao qual todos os olhares convergem. (FOUCAULT, 2014, p. 170).

Tais mecanismos de controle e sujeição dos corpos se mostram importantes para a consolidação e manutenção do sistema capitalista. Na proporção em que a máquina de produção se amplia, ao mesmo tempo em que aumenta a quantidade de operários e há divisão social do trabalho, a vigilância funciona como parte essencial do processo de produção e como um mecanismo de exercício do poder disciplinar.

Por fim, a quarta característica do funcionamento da disciplina está associada ao registro constante do conhecimento, visto que a produção de poder e a produção de saber são interligadas e simultâneas. Esta percepção relaciona-se com a ideia de exame que, segundo Foucault (2014, p. 183), supõe um mecanismo que conecta determinado tipo de formação de saber a determinada forma de exercício do poder.

O exame “inverte a economia da visibilidade no exercício do poder” (FOUCAULT, 2014, p. 183) e vai de encontro à noção de que se trata de algo a ser mostrado e visto; por meio do exame, o poder disciplinar age de modo invisível e torna obrigatoriamente visíveis aqueles que estão sujeitos a ele. A imposição à visibilidade contínua mantém os indivíduos submetidos ao disciplinamento e garante o exercício do poder sobre eles: “E o exame é a técnica pela qual o poder, em vez de emitir os sinais de seu poderio, em vez de impor sua marca a seus súditos, capta-os num mecanismo de objetivação” (FOUCAULT, 2014, p. 183).

Foucault (2014) ressalta, ainda, que o exame também faz com que a individualidade adentre uma área documentária, resultando em um arquivo completo e detalhado, no qual os corpos e os dias são registrados continuamente. Ao inserir os indivíduos num campo de vigilância, o exame os coloca também em uma malha de anotações escritas, de tal maneira que se constitui um “poder de escrita”, fundamental para a estrutura e funcionamento da disciplina. O exame carrega em si um aparato de escrita, o que lhe concede a existência de duas possibilidades semelhantes: uma em que o indivíduo é constituído como objeto de descrição e análise e outra em que se constitui um sistema comparativo de mensuração, descrição e caracterização voltado para o coletivo, os grupos, a distribuição dos indivíduos numa população (FOUCAULT, 2014).

Envolto por várias estratégias documentárias, o exame torna cada indivíduo um caso, e este representa tanto um objeto a ser conhecido quanto uma tomada de poder:

O caso não é mais, como na casuística ou na jurisprudência, um conjunto de circunstâncias que qualificam um ato e podem modificar a aplicação de uma regra, é o indivíduo tal como pode ser descrito, mensurado, medido, comparado a outros e isso em sua própria individualidade; e é também o indivíduo que tem que ser treinado ou retreinado, tem que ser classificado, normalizado, excluído, etc. (FOUCAULT, 2014, p. 187).

Por algum período da história, o processo de observação e descrição esteve voltado para os detentores do poder, um privilégio que envolvia a escrita de sua biografia, documentando seus feitos para a posterioridade. Os jogos disciplinares, no entanto, aparecem como modificadores dessa dinâmica e colocam os indivíduos comuns, os súditos, sob exame e como objetos de descrição; funcionando assim como método de controle e de dominação, com a elaboração de documentos que possam ser utilizados em algum momento: “Esta transcrição por escrito das existências reais não é mais um processo de heroificação; funciona como um objeto de objetivação e sujeição” (FOUCAULT, 2014, p. 187). Por meio da observação, do exame, o indivíduo é posto como objeto e como resultado de poder e de saber.

As disciplinas se apresentam como métodos que possibilitam o controle do corpo, de seus gestos e movimentos em seus pormenores, sujeitando suas forças e tornando-o dócil e útil. Os indivíduos resultam da atuação da disciplina, “uma realidade fabricada por essa técnica específica de poder” que os torna, ao mesmo tempo, objetos e ferramenta de seu exercício. O poder e seus efeitos se manifestam na produção de realidade, e é dessa produção que nasce o indivíduo e o saber que se obtém acerca dele. (FOUCAULT, 2014, p. 189).

A noção de governamentalidade, sobretudo no que diz respeito à docilização e controle dos corpos sob ação das disciplinas e tecnologias de poder, será suporte de análise para nosso trabalho de pesquisa, que dará enfoque ao biopoder relacionado à *anátomo política* do corpo e disciplinaridade do corpo do sujeito mulher empresária, mostrada como bem-sucedida pelo discurso da revista *Deluxe*.

### **3.1 O sujeito mulher empresária: dócil politicamente e útil economicamente**

São vários os mecanismos de disciplinamento do sujeito a fim de torná-lo dócil politicamente e útil economicamente. Foucault considera que os indivíduos constituem-se sujeitos a partir de diferentes modos como se percebem e como são percebidos pelos outros. O sujeito está submerso na história, que influencia na sua constituição e na forma como ele se vê e como vê o mundo ao seu redor. Para Foucault, existem dois processos por meio dos quais o indivíduo se institui como sujeito: a *objetivação*, em que o indivíduo é discursivizado pela

ciência, cumprindo papel de objeto de estudo e, portanto, alvo de produção de saberes sobre ele; e a *subjetivação*, em que o indivíduo reconhece a si mesmo como sujeito de discurso, assumindo uma posição dentro dele.

A noção de discurso destacada em Foucault (2008a, p. 133) considera que existe um conjunto de regras anônimas e históricas que definem as condições da função que o enunciado exerce em determinada época. Há, portanto, um entrelaçamento de enunciados que se reúnem dentro do que o teórico denomina *formação discursiva*.

Neste sentido, Gregolin (2007, p. 15) pontua que a discursividade é dotada de *espessura histórica* e que analisar discursos é sinônimo de compreender as condições de produção e enunciação das verdades. É preciso considerar, portanto, que existem fatores externos, sociais e históricos ao discurso que condicionam sua produção e circulação de determinada maneira. Desse modo, existem mecanismos que se articulam para formar o discurso acerca de determinado sujeito, objetivando-o.

A ideia de objetivação se associa à noção de sujeito, que em Foucault constitui um lugar que pode ser ocupado por indivíduos distintos e que passa por transformações e deslocamentos no decorrer de diferentes momentos históricos, permitindo que o sujeito assuma diversas posições em uma série enunciativa (BARACUHY; SOUSA, 2015, p. 133). Existe, dessa maneira, um conjunto de mecanismos que se aliam para formar a discursividade sobre um sujeito. A Análise do Discurso propõe reconhecer as posições do sujeito e os deslocamentos na história, isto é, as formas como o sujeito é objetivado por meio da prática discursiva.

Foucault (2014) pontua ainda que há estruturas que visam ao disciplinamento dos corpos dos sujeitos, transformando-os em objetos de modo a possibilitar o seu controle, tornando-os submissos ao poder e economicamente úteis:

[...] o corpo também está diretamente mergulhado num campo político; as relações de poder têm alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais. Este investimento político do corpo está ligado, segundo relações complexas e recíprocas, à sua utilização econômica; é, numa boa proporção, como força de produção que o corpo é investido por relações de poder e de dominação; mas em compensação sua constituição como força de trabalho só é possível se ele está preso num sistema de sujeição (onde a necessidade é também um instrumento político cuidadosamente organizado, calculado e utilizado); o corpo só se torna força útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso. (FOUCAULT, 2014, p. 29).

O controle por meio do disciplinamento encontra suporte na objetivação do sujeito, isto é, na transformação de seu corpo em objeto submetido a uma norma. A objetivação está

vinculada à forma como o sujeito é discursivizado por determinado dispositivo – neste caso, como a *mulher empresária bem-sucedida* se constitui objeto de discurso da mídia, aqui considerada a revista *Deluxe*. A que sistemas de sujeição esse corpo – da mulher empresária bem sucedida – está preso?

Uma série de enunciados, provenientes de diferentes lugares, históricos e sociais, se alinham para constituir a objetivação a respeito desse sujeito e é função da AD identificar tais articulações e deslocamentos. Essa objetificação mantém uma relação com o modo como é realizada; identifica-se, na materialidade do discurso da revista *Deluxe* acerca da mulher empreendedora, o aparecimento regular de determinados enunciados que associam a mulher empresária a temas como família, caridade/fé/cuidado com o próximo, formação/estudos, trabalho e saúde/beleza.

Os corpos dos indivíduos funcionam tanto como objetos sobre os quais se produzem saberes, quanto como meios de manifestação de discursos, carregando em si enunciados e sendo submetidos a regras e relações de poder que os inserem em um sistema de governamentalidade, em que são controlados e levados a cumprir determinadas normas de disciplinaridade.

Nesse sentido, o corpo do sujeito mulher é posto como alvo de diferentes produções discursivas, estando inserido em um arquivo, que fazem circular verdades sobre o que é ser mulher bem-sucedida e o colocam em um sistema de normatização que dita como ela deve ser e agir. Esse corpo foi sendo fabricado e educado para a vida em sociedade. Ao longo da história, especialmente das civilizações ocidentais, a mulher foi/é, repetidamente discursivizada a partir de enunciados que se relacionam com determinados saberes, associando-a a ideias como a de maternidade, trabalho doméstico, docilidade e fragilidade, por exemplo.

O processo de subjetivação permite aos indivíduos se constituírem como sujeitos de uma identidade que ele reconhece como sua, como iremos observar em nossas análises. Lembrando que o sujeito é considerado uma categoria discursiva que não coincide com o sujeito empírico. Tais processos – de subjetivação e de objetivação<sup>12</sup> – não estão isentos das relações de saber-poder, que formam seus objetos.

Os indivíduos têm existência empírica, mas ao assumirem um lugar discursivo tornam-se sujeitos de um discurso e de uma verdade. Assim é que o sujeito mulher, ao se subjetivar

<sup>12</sup> O conceito de objetivação e subjetivação, em Foucault, não tem um sentido único. Algumas vezes parecem designar fenômenos semelhantes, outras vezes diferentes aspectos de um mesmo fenômeno e, ainda, designam fenômenos distintos.

pelo discurso de *empreendedora bem-sucedida*, ocupa uma posição no discurso que instituiu esse objeto, jogando com os saberes que o constituem, apropriando-se deles.

O controle por meio da disciplinaridade encontra suporte na objetivação do sujeito, isto é, na transformação de seu corpo em objeto submetido a uma norma. A objetivação está vinculada à forma como o sujeito é discursivizado por determinado dispositivo e, neste caso, como a mulher empresária se constitui objeto de discurso por meio da revista *Deluxe*. Um conjunto de enunciados, provenientes de diferentes lugares históricos e sociais, se alinha para constituir a objetivação a respeito desse sujeito.

Observando a série de oito matérias sobre mulheres empreendedoras, publicada na edição especial da revista *Deluxe* (nº 37, 2016), é possível perceber um conjunto de enunciados sobre as mulheres que se repetem. No geral, são destacados, além da competência e talento para empreender, a formação acadêmica dessas mulheres, sua atuação no mercado, a conciliação deste papel com os cuidados com a família e com a saúde, por exemplo, apresentando uma regularidade enunciativa que se relaciona com diferentes saberes e memórias.

## 4 A MULHER EMPRESÁRIA NA REVISTA DE COLUNISMO SOCIAL *DELUXE*

Nos primeiros capítulos deste trabalho, articulamos discussões baseadas nas principais noções-conceito presentes nas três “fases” do trabalho de Foucault: Genealogia, Arqueologia e Governamentalidade.

No capítulo 1, apresentamos uma genealogia do Colunismo Social e os acontecimentos que engendram o surgimento desse segmento da mídia no mundo, assim como sua difusão no Brasil e posteriormente no Maranhão. Com essa discussão, buscamos compreender as estratégias discursivas que constituem o corpo da mulher empresária apresentada como bem-sucedida pela revista *Deluxe*. Inserida no segmento de colunismo social, a revista atua como elemento do dispositivo mídia, que por sua vez produz discursos e, por meio de mecanismos de poder, os estabelece como verdade.

No capítulo 2, apresentamos reflexões que envolvem governamentalidade, biopoder e biopolítica, que embasam o entendimento acerca da sujeição dos corpos dos indivíduos por meio dos processos de disciplinaridade, normalização e docilização. Em conformidade com essa discussão, apresentamos também reflexões alicerçadas no método arqueológico, com as noções-conceito que fundamentam a produção de saber/verdade. Com o objetivo de utilizá-las como subsídio teórico para as análises, buscamos entender as relações de poder-saber-verdade que se manifestam para constituir o discurso e como elas atuam para constituir o sujeito; a associação de enunciados para construir uma formação discursiva e os saberes e poderes que lhe dão suporte.

Neste capítulo 3, desenvolvemos a análise do *corpus*, composto por um conjunto de matérias que integram a série especial sobre mulheres empreendedoras da revista *Deluxe*, buscando reconhecer, no discurso que objetiva o sujeito *mulher empresária bem-sucedida*, as regularidades e as relações de poder/saber que envolvem os enunciados presentes nas formações discursivas que atravessam esse dispositivo. Com base nas noções de *governamentalidade*, *biopoder* e *anátomo política*, pretendemos identificar quais estratégias e tecnologias de poder incidem sobre o corpo desse sujeito discursivizando-o segundo um determinado discurso e não outro.

A mulher bem-sucedida é parte de um corpo produtivo que está preso a um sistema de sujeição, ou seja, está preso às exigências do mercado de trabalho, que faz dela uma empresária que precisa ter visibilidade. Ao mesmo tempo esse corpo está submisso a um sistema que a vê como mulher bem-sucedida porque é um corpo supliciado a esse sistema de

trabalho; é um corpo sujeito a cerimônias que implicam ser bonita, ser saudável, cuidar do próximo, ser dedicada à família, ter formação acadêmica.

As matérias são iniciadas com apresentação das características pessoais das empresárias, tendo como destaque atributos positivos que contribuem para tecer também sua imagem profissional, tais como ser otimista, determinada, líder, disciplinada, sofisticada, alto astral. No decorrer das matérias é possível verificarmos uma normalização que incide sobre o corpo da mulher empresária e ajuda a construir um ideal a ser alcançado, e conforme já mencionado, por meio de cinco temas principais: trabalho, estudos, família, saúde/beleza e dedicação ao próximo. Esses temas se desdobram em elementos que funcionam como disciplinadores do corpo desse sujeito e o conduzem a formas e gestos específicos, relacionados aos cuidados com o corpo e à saúde, beleza/estética, formação acadêmica, atuação profissional, produtividade, relações pessoais e sociais. Tais elementos funcionam como tecnologias de poder que sujeitam o corpo da mulher à normalização que a instiga a ser um exemplo de mãe/esposa, exemplo de cristã que pratica a caridade, de mulher que cuida da sua saúde e da aparência, de profissional que se destaca no mercado e que se qualifica por meio dos estudos.

Procederemos à leitura/análise dos enunciados numa relação “descrição e interpretação” (PÊCHEUX, 2006). Nesse sentido, destacamos que a *Deluxe* abre a matéria do número especial sobre as mulheres empreendedoras com a foto (Figura 1) em formato de mosaico que reúne as oito mulheres homenageadas. Da esquerda para a direita, são elas: Guga Fernandes, Andrea Nunes, Danielle Braide, Patrícia Heluy, Andreia Ramada, Daniela Fiquene, Raquel de Carvalho e Valéria Coutinho.

Figura 1



FONTE: Revista Deluxe, p. 07, ed. 37, 2016

Com o enunciado “Histórias de empreendedoras reais”, a foto mostra mulheres de aparência elegante, com postura confiante e em ambientes sofisticados. Bem-vestidas, penteadas e maquiadas, suas imagens harmonizam com o cenário luxuoso, com móveis e decoração repleta de arranjos de flores, castiçal, quadros e cortinas que demonstram requinte. Na sequência, são apresentadas, individualmente, as matérias sobre as empresárias, que atuam em diversos setores do mercado. Em cada uma delas alternam-se comentários sobre a empresária com a sua própria fala. Citamos como exemplo a Figura 2<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> As demais imagens encontram-se nos Anexos.

Figura 2



FONTE: Revista *Deluxe*, edição nº 37, ano 2016, pág. 09.

Ao longo de nossa leitura do *corpus* desta pesquisa, observamos que as superfícies de emergência que colaboram na produção do objeto sujeito mulher-empresária-bem-sucedida se localizam no âmbito familiar, na esfera do trabalho, na formação acadêmica/estudos, no âmbito da caridade/fé/cuidado com o próximo, da beleza/saúde. E será a partir dessas superfícies que procederemos às análises.

Adotamos, para nossa análise, a seleção de temas que consideramos mecanismos de disciplinamento do sujeito, que agrupamos a seguir: Mulher empreendedora e beleza/saúde, Mulher empreendedora e família, Mulher empreendedora e caridade/fé/cuidado com o próximo, Mulher empreendedora e trabalho, Mulher empreendedora e formação acadêmica/estudos.

#### 4.1 Mulher empreendedora e beleza/saúde

Na revista *Deluxe*, o conhecimento e cuidado com o corpo está associado à estética: é preciso cuidar do corpo e da saúde para estar bonita. Percebemos que o corpo da mulher empresária é constituído também por outros eixos disciplinares que o sujeitam e categorizam.

À regra relacionada à saúde/cuidados físicos associa-se à beleza/estética. Cuidar da saúde vai além de manter as funcionalidades do corpo: visa também atender a normas estéticas que determinam o que é ser uma mulher bonita.

Observamos esse discurso presente em cinco das matérias, conforme o Quadro 1 (grifos nossos):

Quadro 1

| <b>Empresária</b>      | <b>Beleza/saúde</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Raquel Carvalho</b> | <p>[...] A paixão em cuidar da <b>beleza</b> associada à <b>saúde</b> e <b>bem-estar</b> fez de Raquel Carvalho uma empresária de sucesso. [...]</p> <p>Além de proprietária da loja <i>Ilha Verde Orgânicos &amp; Naturais</i> é franqueada da <i>Acqualive Group</i>, marca referência no incentivo ao consumo de Água Alcalina para melhorar a <b>saúde</b>.</p> <p>Formada em <b>Estética e Cosmetologia</b>, pós-graduada em <b>Ortomolecular</b> e cursando uma segunda graduação em <b>Biomedicina</b> [...]</p> <p>Seu cuidado com o <b>bem-estar</b> vai além dos <b>exercícios físicos</b>. Como <b>profissional de saúde</b> e com <b>expertise</b> avançada quando o assunto é o <b>conhecimento com o corpo</b>, toma a medida certa que o corpo precisa de Água Alcalina, diariamente, e suplementos com nutrientes otimizados e síntese de nutrição celular. Tudo isso, sem abrir mão de <b>exames periódicos</b>.</p> <p>A corrida vida de empresária, reuniões, viagens e vida social só são possíveis por causa desses <b>cuidados com o corpo e com a mente</b>.</p> <p>[...] “<b>Não permita</b> que seu <b>corpo domine seu cérebro</b> e sim que seu <b>cérebro</b> possa <b>dominar seu corpo</b>”.</p> |
| <b>Danielle Braide</b> | <p>[...] <b>Cuidar da mente</b> e do <b>corpo</b> também é necessário para esta empreendedora bem sucedida. <b>Atividades físicas</b> e <b>cuidados com a saúde</b> não faltam. E são essas suas dicas. “<b>Correr na praia</b>, passar <b>protetor solar</b> diariamente, beber <b>água de coco</b>, sorrir sempre e estar de bem com a vida, receber de braços abertos o nascer e o pôr do sol, <b>praticar esportes</b>, <b>beber muita água</b> e comer <b>comidas saudáveis</b>”. [...]</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Andrea Nunes</b>    | <p>[...] E para aguentar todas as atividades diárias e a responsabilidade de estar sempre à frente de um mercado promissor, Andrea Nunes não descuida da <b>alimentação</b> e pratica <b>atividades físicas</b> regularmente. [...]</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Guga Fernandes</b>  | <p>[...] A paixão por uma <b>vida saudável</b> e moda faz com que Guga divida seu tempo entre os negócios associados a essas duas áreas e o escritório de consultoria empresarial. [...]</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Andreia Ramada</b>  | <p>[...] uma pessoa alto astral, moderna, atualizada que nunca se permitiu ficar na “zona de conforto” [...]</p> <p>Com uma rotina de muito trabalho, reuniões, viagens, vida social e pessoal, a dedicação à <b>saúde</b> não fica de lado. A empresária faz todas as <b>consultas médicas</b> regulares, não falta às visitas ao <b>nutrólogo</b> e faz acompanhamento <b>ortomolecular</b>, além de praticar <b>exercícios físicos</b>. [...]</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

FONTE: A autora (2020)

No Quadro 1, apresentamos os enunciados que se associam ao tema beleza/saúde e que mantêm uma regularidade discursiva.

No perfil da empresária Raquel de Carvalho, nota-se que é destacado o empreendimento da mulher, cuja proposta é fornecer produtos orgânicos e naturais para alimentação e nutrição saudáveis. O texto também frisa que a empresária possui formação acadêmica na área de Estética e Cosmetologia, e que “a paixão em cuidar da beleza associada à saúde e bem-estar fez de Raquel Carvalho uma empresária de sucesso”. O zelo com o corpo, portanto, parte da ideia de que saúde e beleza estão entrelaçadas; que para alcançar um corpo bonito, é preciso que este seja também sadio. Cuidado com exercícios físicos, alimentação saudável e acompanhamento médico se complementam nesse empreendimento para com o corpo.

Observando as fotos, verificamos as posições sujeito que definem o que pode ou não ser dito em relação à aparência da *mulher empresária bem-sucedida*. Os dizeres, já ditos em outros momentos e sob outras condições, aparecem sob uma nova roupagem e se integram à rede de memória que envolve a formação discursiva que constitui esse sujeito. Esses enunciados são postos em circulação e imprimem as posições sujeito tanto da revista, que constrói uma discursividade a partir de um lugar institucional, que se insere no dispositivo mídia, quanto a posição sujeito da própria mulher discursivizada pela *Deluxe*, a partir de um lugar de fala. Ambas as posições sujeito se fundem para constituir o que deve ou não ser dito em relação à *mulher empreendedora e bem-sucedida*. Para a *Deluxe*, é importante destacar todos os elementos que positivizam a mulher-bem-sucedida; para essa mulher, se reconhecer nessa condição é ver-se como exemplo para as demais.

Na perspectiva das curvas de enunciação (DELEUZE, 1996), entendemos que os discursos que produzem a positivação do que é ser uma empresária bem-sucedida se ligam a acontecimentos que autorizam seu aparecimento mantendo, ainda, uma regularidade. Significa que, na dispersão dos dizeres sobre a mulher que alcançou visibilidade no mercado, há uma regularidade que se mantém segundo uma ordem do discurso: a mulher bem-sucedida é bonita, saudável, opondo-se àquelas que não se adequam a essa “ordem”. Essa visibilidade faz emergir e circular a formação discursiva que vincula a mulher empresária a um padrão estético, incluindo esse discurso em uma regularidade. Não se diz dos homens, por exemplo, que ele deva ter esse padrão para ser bem-sucedido. Na opinião de Biroli (2014, p. 117), existe uma “permanência de padrões desiguais de gênero”:

As expectativas sociais de que o investimento na autoapresentação seja prioritário são dirigidas às mulheres, não aos homens. Em seguida, o maior ou menor sucesso nos resultados dos esforços para aproximar-se dos padrões vigentes de beleza é mobilizado em julgamentos que têm efeito nas oportunidades das mulheres, na construção das suas carreiras. Assim, a ideologia da beleza colabora para convencer

as mulheres de que elas têm pouco controle sobre a própria vida e poucas opções, numa dinâmica em que os ambientes de trabalho “as recompensam indiretamente como se estivessem vendendo seus corpos”, enquanto as limitam a empregos nas áreas tradicionalmente definidas como femininas, a empregos de salto alto e *status* baixo.

Assim, as curvas de visibilidade, que permitem mostrar ou esconder os objetos, apresentam esse sujeito a partir de determinados enunciados e restringe a eles a ideia de mulher bonita. O jogo de luz que compõe o dispositivo mídia coloca no escuro outros enunciados relacionados à aparência física. Nas matérias analisadas não se verifica, por exemplo, mulheres gordas ou de pele negra, nem com traços que estejam associados à negritude como cabelo crespo, lábios carnudos ou ainda mulheres orientais, mulheres da camada popular que alcançaram sucesso em seu negócio.

A atuação dessas curvas de enunciação e de visibilidade são atravessadas por linhas de força e permitem ao dispositivo configurar disciplinas que ajudam a produzir verdades e estabelecer poder. A disciplina na qual o corpo desse sujeito está inscrito determina que a mulher empresária é necessariamente bonita e que existem regras específicas para ser considerada bonita (ser magra, branca, ter cabelos lisos, usar maquiagem, ter simpatia, etc.).

Esse mecanismo de poder é normalizante e também docilizante: a mulher é levada a preocupar-se com sua aparência, esforçar-se para atender às regras estéticas e normalizadoras, sob risco de não ser considerada “aceitável”. É uma forma de controle que ajuda a manter as estruturas do poder patriarcal, de onde irradia essa forma de disciplinamento. Nele, a mulher possui um papel auxiliar e o homem é a figura central, sendo necessária a existência de mecanismos que sustentem essa estrutura. A preocupação com a aparência física funciona, desse modo, como meio de sujeição da mulher a esse poder, posto que, enquanto ela ocupa-se em atender à norma, mantém-se dependente do olhar e julgamento dos outros.

Os enunciados que emergem a partir dessa disciplina podem ser encontrados em outros momentos e sob outras condições discursivas, em um arquivo que comporta diferentes formas de enunciar sobre a aparência da mulher no decorrer da história. Neste sentido, Perrot (2018, p. 50) destaca que, especialmente no período renascentista, entre os séculos XIV e XVII, predominava uma divisão sexual que exigia das mulheres a beleza física, enquanto aos homens, a força. A autora aponta que a beleza é manifestada como mandamento principal para as mulheres: “‘Seja bela e cale-se’, é o que se lhe impõe, desde a noite dos tempos talvez”. Além da beleza, também lhe é exigido o silêncio, posto que sua função é apenas obedecer.

A mulher é, antes de tudo, uma imagem. Um rosto, um corpo, vestido ou nu. A mulher é feita de aparências. E isso se acentua mais porque, na cultura judaico-cristã, ela é constrangida ao silêncio em público. Ela deve ora se ocultar, ora se mostrar. Códigos bastante precisos regem suas aparições assim como as de tal ou qual parte de seu corpo. (PERROT, 2018, p. 49-50).

Foucault (2014) considera que os indivíduos são uma realidade produzida por meio da disciplina e que essa é uma tecnologia específica de poder. A mulher empresária, discursivizada na Revista *Deluxe*, sujeita a esse mecanismo que fabrica realidades e saberes, está submetida ao discurso normalizante relacionado à beleza, em que é estabelecido um padrão acerca do que é considerado “mulher bonita”. Desse modo, o conjunto de regras que constituem o eixo disciplinar da beleza/estética visa à sujeição da mulher ao poder econômico, que a induz a consumir bens e serviços que prometem torná-la bonita, de acordo com os parâmetros previamente determinados pela norma.

A docilização dos corpos das mulheres, nesse sentido, funciona como artifício para expansão do mercado. Os saberes fabricados por essa disciplina fazem circular enunciados que persuadem as mulheres de que seu valor individual está associado à sua aparência física, e as levam ao consumo de aparatos que contribuem para moldar seus corpos e encaixá-los em um padrão estético. Conforme destaca Perrot (2018, p. 50),

As feias caem em desgraça até que o século XX as resgate: todas as mulheres podem ser belas. É uma questão de maquiagem e cosméticos, dizem as revistas femininas. De vestuário também, daí a importância da moda, que, num misto de prazer e tirania, transforma modelando as aparências. (...) Em suma, ninguém tem o direito de ser feia. A estética é uma ética. (PERROT, 2018, p. 50).

O discurso que exige beleza sob determinados parâmetros a serem seguidos apresenta modificações que decorrem de transformações históricas, formando um arquivo de discursos em que a beleza é posta como norma tanto para submeter a mulher ao poder patriarcal quanto ao poder do mercado. As linhas que compõem o dispositivo interligam as curvas que fazem aparecer os enunciados que dizem ser necessário agradar aos homens e que é preciso consumir para conseguir isso.

Ao observar as fotografias que mostram empresárias que protagonizam a série de matérias, também é possível identificar especificidades nas imagens que colaboram na construção do discurso acerca desse sujeito: a mulher empresária é competente, bonita, realizada pessoalmente e profissionalmente, inteligente, líder. Sua postura e gestos comunicam autoconfiança, poder e força; ao mesmo tempo em que o rosto sorridente reflete a amabilidade que é apresentada às mulheres como critério de feminilidade.

Outro aspecto que chama atenção é que a estética na qual a mulher está inserida também lhe exige traços de sensualidade, evidenciando seu corpo: roupas decotadas, transparência, cintura marcada, pele à mostra, olhos em destaque. A norma que instiga a mulher ao esmero com a aparência contribui para o disciplinamento que coloca seu corpo não só como objeto estético, mas também como ferramenta de sedução.

A beleza da mulher constitui o que Perrot (2018, p. 50) define como “capital na troca amorosa ou na conquista matrimonial”. Assim, a mulher é posta em estado de constante vigilância de sua própria aparência, buscando corresponder à norma estética que lhe promete a aceitação social. O corpo da mulher está sujeito a regras que não apenas o controlam, mas o docilizam para agradar o olhar do outro. Neste ponto, reside a estratégia de tornar seu corpo um instrumento de sedução.

A fim de tornar mais didática nossa compreensão, destacamos no Quadro 2, abaixo, como esse mecanismo de disciplinamento se mostra presente nas fotografias reunidas na Figura 1, que também ilustram as matérias:

Quadro 2

| <b>Aparência/<br/>estética</b> | <b>Cabelo</b>              | <b>Pele</b> | <b>Biotipo</b> | <b>Maquiagem</b>          | <b>Acessório</b>         | <b>Roupas</b>                              |
|--------------------------------|----------------------------|-------------|----------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Raquel Carvalho</b>         | Cabelos loiros, ondulados. | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos        | Pedras grandes           | Colorida, decote, colo à mostra.           |
| <b>Danielle Braide</b>         | Cabelos loiros, lisos.     | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos e boca | Pedras grandes           | Claras, mangas compridas.                  |
| <b>Andrea Nunes</b>            | Loiros e ondulados         | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos        | Dourados                 | Escuras, mangas compridas e transparência  |
| <b>Guga Fernandes</b>          | Cabelos loiros, lisos.     | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos        | Dourados                 | Escuras, decote, saltos finos e altos      |
| <b>Andreia Ramada</b>          | Cabelos escuros, lisos     | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos e boca | Pedra grandes com brilho | Escuras, mangas compridas e transparência. |
| <b>Daniella Fiquene</b>        | Cabelos escuros, lisos,    | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos        | Dourados                 | Escuras e com transparência.               |
| <b>Patrícia Heluy</b>          | Cabelos loiros, lisos.     | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos        | Pedras grandes           | Colorida, ombros à mostra.                 |
| <b>Valéria Coutinho</b>        | Cabelos loiros, lisos.     | Clara       | Magro          | Destaque aos olhos        | Metal brilhante          | Escuras, ombros e colo à mostra.           |

FONTE: A autora (2020)

Os enunciados que associam a mulher empresária à beleza e a um padrão estético estão no campo do não verbal e emergem por meio das fotografias. Há uma regularidade no aparecimento de determinadas características físicas nas oito imagens. A textura e cor dos cabelos, da pele, o biotipo físico, a roupa obedecem a um padrão. A maior parte das mulheres (cinco, no total), vestem roupas pretas, que remetem à elegância, ao luxo, ao mistério. A cor das roupas de gala, dos trajes “black tie” (HELLER, 2013, p. 251). São, ainda, roupas decotadas, com transparências, rendas, ombros e colo à mostra, expressando sensualidade.

A maquiagem que destaca especialmente os olhos também compõe a imagem de mulher refinada, elegante e de sensualidade sutil. Seus braços, mãos, pescoços e orelhas são adornados com metais dourados, pedras brilhantes, reforçando a ideia de nobreza e sofisticação.

A materialidade que envolve essa discursividade se constitui pelas imagens que ilustram as matérias, de modo não verbal, e também pelas próprias matérias, de modo verbal. Imagem e texto se correlacionam em um domínio de memória que define qual aparência a *mulher empresária bem-sucedida* deve apresentar e, ao mesmo tempo, associam a beleza/estética aos cuidados com a saúde e bem-estar.

Há no enunciado de Raquel Carvalho, por exemplo, a atuação de uma disciplinarização relacionada à saúde/cuidados com o corpo, em que a mulher se subjetiva seguindo um conjunto de regras que normatizam o que é considerado um corpo saudável e os meios para alcançá-lo, ao mesmo tempo em que reitera essa necessidade por meio de seu discurso, ancorado no saber/poder médico.

Inicialmente, nota-se uma forma de promover não somente a imagem da mulher empreendedora, mas também a empresa e o produto/serviço que ela fornece, dando ênfase aos benefícios destes para a saúde. No decorrer do texto, destaca-se que a empresária possui formação acadêmica na área de estética e saúde - portanto é detentora de saber sobre o tema, seu lugar de fala a autoriza a dizer o que é recomendável para a saúde e beleza, a legitimar o discurso que associa esses dois elementos.

São elencados os cuidados que a empresária toma para manter seu corpo saudável e em plena atividade. Práticas como exercícios físicos, exames médicos, cuidados nutricionais e com a mente são mostrados como fatores essenciais para assegurar a saúde e a qualidade de vida, elementos igualmente apresentados pela Medicina, saber que classifica os corpos como saudáveis ou doentes.

A noção de monstro é essencialmente uma noção jurídica - jurídica, claro, no sentido lato do termo, pois o que define o monstro é o fato de que ele constitui, em sua existência mesma e em sua forma, não apenas uma violação das leis da sociedade, mas uma violação das leis da natureza. Ele é, num registro duplo, infração às leis em sua existência mesma. (FOUCAULT, 2001, p. 69).

Em *História da Sexualidade – Vontade de Saber*, Foucault (1988, p. 132) trata do biopoder como mecanismo de desenvolvimento do capitalismo, “que só pôde ser garantido à custa da inserção controlada dos corpos no aparelho de produção e por meio de um ajustamento dos fenômenos de população dos processos econômicos”. Segundo ele, para atender às necessidades do sistema capitalista, foi preciso promover a otimização dos corpos, de modo a ampliar suas forças e habilidades ao mesmo tempo em que viabilizava a sujeição deles.

Neste sentido, o enunciado mostra uma mulher empresária cuja vida social é bastante ativa, em que ela cumpre diversos papéis e exerce todos com excelência: “A corrida vida de empresária, reuniões, viagens e vida social só são possíveis por causa desses cuidados com o corpo e a mente”. A mulher é apresentada como profissional exemplar, que atende aos requisitos do mercado para ser considerada como tal; utiliza seu tempo e sua força para gerar e fazer circular capital. Seu corpo está submetido a uma disciplinaridade que a categoriza como saudável e produtiva e isto é alcançado por meio de sua própria ação de cuidar de si, do seu corpo e mente.

Foucault (2019) considera que as disciplinas são detentoras de discurso e criam seu próprio aparelho de saber. Elas veicularão um discurso que será o da regra “natural”, daquilo que é convencionado como “norma”. Existem fatores biológicos que precisam ser levados em consideração para uma gestão econômica eficiente e, por causa disso, há a necessidade de se estabelecer um dispositivo que sujeite a população de modo a ampliar sua utilidade.

A incidência de certas disciplinas e de uma normalização do corpo do sujeito *mulher empresária bem-sucedida*, objetivado pela revista analisada, está associada ao processo de otimização do corpo visando ampliar suas forças e produtividade. É recorrente, por exemplo, o enunciado que enfatiza a habilidade da mulher em administrar bem o seu tempo, de modo a realizar todos os seus compromissos profissionais e pessoais com excelência, agregando jornada dupla ou mesmo tripla. Em pelo menos sete das oito matérias que constituem o *corpus* de análise destaca-se a rotina repleta de atividades e a capacidade que a empresária demonstra para cumprir e conciliar todos os compromissos e fazer seu tempo ser proveitoso.

É interessante pontuar que a fala da empresária Raquel de Carvalho atribui a si a responsabilidade por cuidar de sua saúde, devendo aprender a controlar seu corpo e sua mente

de maneira harmônica: “Não permita que seu corpo domine seu cérebro, mas que seu cérebro possa dominar seu corpo”. A declaração alinha-se com as noções de autocuidado e autocontrole que permeiam a governamentalidade, em que os indivíduos são postos em estado de vigilância de si mesmos, buscando atender à disciplinaridade e normalização estabelecidas, neste caso, pelo poder Econômico.

O corpo, submetido a normas que o controlam, delimitam e constituem, é atravessado pelas relações de saber-poder-verdade, produz discursos, ao mesmo tempo em que é objeto no qual eles incidem.

Falar da constituição do corpo, significa, também, dizer as verdades que permeiam sua pele e enterram seus ossos, características biopolíticas no controle histórico da vida, que nos surpreende e nos atordoa em liberdade ou servidão, tornando-se temas centrais para a sociedade contemporânea. (MILANEZ, 2006, p. 53).

A disciplinaridade que envolve a normalização e otimização do corpo por meio de cuidados com a saúde está presente também nas demais matérias que compõem a série especial sobre mulheres empreendedoras. No enunciado sobre a empresária Danielle Braide, dona de um conceituado salão de beleza, a revista associa o sucesso profissional aos cuidados com a saúde: “Cuidar da mente e do corpo também é necessário para esta empreendedora bem sucedida. Atividades físicas e cuidados com a saúde não faltam”. Esse enunciado é reafirmado como verdade pelo discurso do próprio sujeito, que se reconhece como alguém que cuida de si. Ela descreve as atividades que pratica para manter a saúde e o bem-estar: “Correr na praia, passar protetor solar diariamente, beber água de coco, sorrir sempre e estar de bem com a vida, receber de braços abertos o nascer e o pôr do sol, praticar esportes, beber muita água e comer comidas saudáveis.”

O cuidado com a saúde e o corpo é apresentado como fator indispensável para que a mulher empreendedora alcance realização pessoal e profissional. Sobre a empresária Andrea Nunes: “E para aguentar todas as atividades diárias e a responsabilidade de estar sempre à frente de um mercado promissor, Andrea Nunes não descuida da alimentação e pratica atividades físicas regularmente”. Esse enunciado também aparece, sendo a base de um dos negócios administrados pela empresária Guga Fernandes: “A paixão por uma vida saudável e moda faz com que Guga divida seu tempo entre os negócios associados a essas duas áreas e o escritório de consultoria empresarial”.

Da mesma forma, o que é dito sobre a empresária Andreia Ramada é estruturado a partir de enunciados semelhantes. Caracterizada como “uma pessoa alto astral, moderna, atualizada que nunca se permitiu ficar na ‘zona de conforto’”, a empresária é representada não

só por sua competência profissional, mas também por sua capacidade de aliar seu trabalho com os cuidados com a saúde e com o corpo: “Com uma rotina de muito trabalho, reuniões, viagens, vida social e pessoal, a dedicação à saúde não fica de lado”.

As consultas médicas, os cuidados com a alimentação, os exercícios físicos, também compõem o sujeito mulher empresária apresentado na *Deluxe*. É possível observar uma prática que a insere em uma norma. Os cuidados com a saúde e com o corpo refletem ações de um sujeito que, ao aderir a uma prática de subjetivação, insere-se em um formato de saúde e beleza produzido pelo saber médico e estético. Assim, são estabelecidas normas para o bom funcionamento do corpo e definidos os limites entre o que é considerado “normal e aceitável” e “anormal”.

#### 4.2 Mulher empreendedora e família

A disciplina que se relaciona com a ideia de família/maternidade, que incide sobre o corpo da mulher empresária presente em uma prática discursiva que se reflete no discurso da revista *Deluxe*, é outro elemento de objetivação desse sujeito e pode ser verificada com regularidade nas matérias analisadas. Vejamos como esse elemento se apresenta, a partir do Quadro III:

Quadro 3

| <b>Empresária</b>       | <b>Maternidade/Família</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Patrícia Heluy</b>   | (...) a <b>família é sempre prioridade</b> . “O convívio permanente com meu <b>marido</b> , Heitor Heluy Filho, e meus <b>filhos</b> , Mariana e Matheus, <b>é o que me dá energia</b> para lidar com uma rotina tão atribulada e vontade de ser cada vez melhor, em todos os segmentos da minha vida!”<br><br>O trabalho e dedicação também são fundamentais, segundo Patrícia Heluy, para o sucesso profissional. “Meu <b>pai</b> , Ricardo Costa, tem 81 anos e até hoje trabalha como se tivesse 18 anos! Ele é minha <b>grande referência</b> na vida, ao lado do meu <b>irmão</b> , Ricardo Medeiros, que é <b>exemplo</b> de profissional e líder” |
| <b>Andrea Nunes</b>     | Gerenciar um negócio não é fácil, ainda mais quando se é <b>casada e mãe de três filhos</b> . O desafio de desempenhar as três funções de empresária, <b>mãe e mulher</b> não impediu que Andrea acreditasse nos seus sonhos e conciliasse a vida profissional e pessoal. O resultado do esforço é uma <b>família unida</b> e um negócio próspero.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Valéria Coutinho</b> | Sua <b>fonte de inspiração pessoal é a família</b> . “Eles me dão coragem e capacidade de enfrentar desafios pela simples presença na minha vida. Isso é uma espécie de milagre e sorte ao mesmo tempo”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Danielle Fiquene</b> | (...) se dedica com empenho e carinho à <b>família, seu bem mais precioso</b> .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Danielle Braide</b> | A <b>maior inspiração</b> da empresária sempre foi a <b>família</b> , que desde sempre apoiou suas decisões. Seus <b>pais</b> ensinaram a trilhar o caminho certo com bons exemplos e conselhos, os <b>filhos e o marido são alicerces de suas conquistas</b> e Francisca Lima Silva, a mulher que ajudou e ajuda até hoje a cuidar da <b>sua maior riqueza, os filhos</b> . |
| <b>Guga Fernandes</b>  | A <b>família é seu ponto de partida</b> para todas as empreitadas. <b>Dos filhos recebe altas doses de vigor</b> para buscar sempre algo novo e transformador e <b>do marido</b> José Ribamar Pires de Castro Filho, o <b>apoio incontestável</b> .                                                                                                                          |
| <b>Raquel Carvalho</b> | Seu <b>marido</b> , o também empresário Guilherme Cortez é o melhor parceiro de negócios que poderia ter.                                                                                                                                                                                                                                                                    |

FONTE: A autora (2020)

Há, nos enunciados do Quadro 3, tecnologias do poder que estabelecem como condição para ser uma mulher empresária bem-sucedida a missão de constituir uma família. A matéria destaca que a família é fonte de força e inspiração para a mulher. A mulher se reconhece nesse discurso: “Além disso, diz a empresária [Patrícia Heluy], a família é sempre prioridade. ‘O convívio permanente com meu marido, Heitor Heluy Filho, e meus filhos, Mariana e Matheus, é o que me dá energia para lidar com uma rotina tão atribulada e vontade de ser cada vez melhor, em todos os segmentos da minha vida!’”.

E complementa que tem no pai e no irmão a principal referência acerca de trabalho e liderança. “O trabalho e dedicação também são fundamentais, segundo Patrícia Heluy, para o sucesso profissional. ‘Meu pai, Ricardo Costa, tem 81 anos e até hoje trabalha como se tivesse 18 anos! Ele é minha grande referência na vida, ao lado do meu irmão, Ricardo Medeiros, que é exemplo de profissional e líder’.”

As mulheres demonstram habilidade para conciliar o papel de mãe, esposa e profissional empreendedora: “O desafio de desempenhar as três funções de empresária, mãe e mulher não impediu que Andrea acreditasse nos seus sonhos e conciliasse a vida profissional e pessoal. O resultado do esforço é uma família unida e um negócio próspero”. A família é mostrada como a principal riqueza, o alicerce e a motivação que as empresárias possuem para buscar ir cada vez mais longe.

As estratégias de objetivação descrevem o corpo do sujeito, submetem-no a regras de controle e criam para ele uma identidade. O sujeito *mulher empresária bem-sucedida* é submetido à norma que o associa à maternidade e dedicação à família. Esse sujeito, por sua vez, se identifica com essa representação; vejamos a fala de Valéria Coutinho: “Eles me dão coragem e capacidade de enfrentar desafios pela simples presença na minha vida. Isso é uma espécie de milagre e sorte ao mesmo tempo”. O sujeito mulher constrói, assim, sua subjetivação com enunciados semelhantes aos que a revista propaga por meio de sua prática discursiva, e se reconhece nesse papel como a mãe dedicada e que valoriza a família.

O enunciado se repete em outras matérias, sempre apresentando a família como elemento prioritário na vida de cada uma das empresárias: “(...) se dedica com empenho e carinho à família, seu bem mais precioso” (empresária Daniella Fiquene). Também na prática discursiva que objetiva a empresária Danielle Braide: “A maior inspiração da empresária sempre foi a família, que desde sempre apoiou suas decisões. Seus pais ensinaram a trilhar o caminho certo com bons exemplos e conselhos, os filhos e o marido são alicerces de suas conquistas e Francisca Lima Silva, a mulher que ajudou e ajuda até hoje a cuidar da sua maior riqueza, os filhos”. Na prática discursiva sobre Guga Fernandes: “A família é seu ponto de partida para todas as empreitadas. Dos filhos recebe altas doses de vigor para buscar sempre algo novo e transformador e do marido José Ribamar Pires de Castro Filho, o apoio incontestável”.

As normas que se impõem na constituição do sujeito *mulher empresária bem-sucedida* atuam como instrumento de sujeição e controle em função do poder religioso. Nele, a mulher é inserida numa esfera privada, em que a família é sua base e seu destino: seus papéis fundamentais designados por Deus são o de mãe, esposa e filha, devendo assumir a função de auxiliar do homem e cuidadora do lar.

Ápice do “estado de mulher”, o casamento é a condição normal da grande maioria das mulheres (da ordem de 90% por volta de 1900 na França, um pouco menos na Grã-Bretanha). A porcentagem seria mais elevada ainda nos países do Islã ou na África, que ignoram o celibato, instituído pelo cristianismo como via de perfeição. Não é mais o caso do século XIX, que faz apologia da maternidade e da utilidade. O celibato é considerado a situação das “desprezadas”, das “solteironas”, que serão boas tias (deixando herança) os intrigantes temíveis (*La Cousine Bette* de Balzac). O celibato é uma escolha difícil que supõe uma certa independência econômica. (PERROT, 2018, p. 46, grifos da autora).

O acontecimento discursivo vinculado a esse enunciado se organiza em torno de práticas institucionalizadas no período medieval, com a hegemonia da Igreja Católica, que defendia o papel da mulher obrigatoriamente como de procriadora para constituição da família. Os saberes que essa instância de delimitação organizava em torno desse sujeito-objeto estabeleciam verdades que determinavam normas de comportamento para as mulheres. Era defendida a sacralidade da figura materna, na qual a pureza, sujeição e amabilidade eram atributos femininos fundamentais. A família deveria ser a base e o objetivo de vida para as mulheres.

A organização dessa prática discursiva como mecanismo de sujeição se relaciona com a discussão acerca da atuação das disciplinas e construção de uma anatomia política do corpo, em que este é submetido a um controle que o direciona a agir de acordo com o que o poder

estabelece como ideal, tanto na forma quanto na velocidade de atuação, com a eficácia que se deseja (FOUCAULT, 2014).

Essa discussão abrange também o domínio do corpo no que diz respeito à reprodução: o corpo da mulher é submetido a disciplinas que exigem dele a capacidade de procriação, devendo esta ser exercitada dentro de parâmetros específicos (em um casamento heteronormativo, por exemplo, com sexualidade a ser exercitada somente para este fim), num processo de normalização e docilização que determina que a mulher, para ser considerada realizada, bem-sucedida, precisa também ser mãe.

A sujeição do corpo da mulher às diretrizes estabelecidas pela Igreja está em consonância com o que Foucault compreende como *poder pastoral*, em que a governamentalidade se estrutura por meio do controle individual das pessoas, numa analogia com a relação pastor-rebanho, popular entre os povos da Antiguidade, e bastante difundida entre os adeptos do cristianismo.

A relação pastoral, em sua forma plena e em sua forma positiva, é portanto, essencialmente, a relação entre Deus e os homens. É um poder de tipo religioso que tem seu princípio, seu fundamento, sua perfeição no poder que Deus exerce sobre seu povo. (FOUCAULT, 2008d, p. 167).

A Igreja, detentora de poder sobre os indivíduos, busca o controle sobre seus corpos, legitimada pelo discurso de que é representante de Deus na Terra. Esse tipo de governamentalidade ocupa-se em disciplinar a vida e os comportamentos de maneira particular, determinando como devem ser as condutas morais, por exemplo. Nessa esteira, o controle e sujeição do corpo da mulher empresária, conforme se verifica no *corpus* analisado, ocorre com a ação moralizante desse poder pastoral, que determina sua conduta e caminho a seguir: a mulher deve dedicar-se à família, assumindo o papel de mãe e esposa, pois esta é a vontade de Deus.

Durante muito tempo acreditou-se que o corpo feminino era destinado primordialmente à reprodução e, caso isso não ocorresse, a natureza e as divindades lançavam sobre ele doenças como forma de punir a mulher por não cumprir sua missão. O conhecimento sobre o funcionamento do corpo e da saúde feminina limitava-se às suas funções reprodutivas:

Havia, na intenção da medicina, o desejo de curar, mas de curar para que as mulheres estivessem prontas para procriar, para que suas *madres* estivessem ativas e os homens pudessem continuar, assim, traçando uma representação idealizada e pacificadora do corpo feminino. (PRIORE, 2018, p. 100, grifo da autora).

Saber religioso e saber médico se complementavam para constituir o discurso estabelecido como verdade entre os séculos XVI e XVIII. A ciência se apoiava na ideia de que a mulher era destinada à maternidade, funcionando como mero artefato de reprodução, que receberia a substância vital do homem e se encarregaria de “alimentar” e fazer desenvolver o feto. Esta concepção estava alinhada com o que a Igreja, detentora de grande poder, entendia como a missão das mulheres dada por Deus: ser mãe, cuidar dos filhos e do marido, ser submissa e amável. O discurso médico contribuía para manter os corpos femininos na estrutura de controle em que a mulher estava posta como inferior ao homem.

Muitas doenças, especialmente mentais, como melancolia, histeria, loucura, eram associadas ao funcionamento do útero, e defendia-se que tais males afetavam aquelas mulheres cujo corpo não obedecia aos desígnios divinos de reprodução, um castigo para as mulheres que não procriavam conforme a natureza ordenava. Esse era um mecanismo de controle e sujeição dos corpos femininos, que, com medo de doenças provenientes da ira divina, tendiam a submeter-se à missão da maternidade.

Mas, na segunda metade do século XVIII, algumas mudanças ocorreram, e os médicos passaram a substituir o temor pelo cuidado, uma forma, aliás muito melhor de controle desse corpo peculiar e surpreendente. É importante lembrar que, à época, a ciência médica começava a adquirir a imagem de um saber devotado e infalível, que impunha progressivamente as normas da vida saudável, assumindo, por fim, uma função de vigilância social e moral. Contra esse pano de fundo, uma espécie de ternura patética tomou conta da pluma dos médicos, que procuraram descrever a mulher como um ser frágil, carente de vontade, amolengada por suas qualidades *naturais* que seriam a fraqueza, a minoridade intelectual, a falta de musculatura, a presença da menstruação. Melhor submeter-se *docilmente* à servidão que a natureza impunha ao gênero feminino. (PRIORE, 2018, p. 104-105, grifos da autora).

Nas matérias analisadas, a realização profissional da empresária Guga Fernandes está vinculada ao suporte familiar que ela recebe. “A maior inspiração da empresária sempre foi a família, que sempre apoiou suas decisões”; “A família é seu ponto de partida para todas as empreitadas. Dos filhos recebe altas doses de vigor para buscar sempre algo novo e transformador e do marido José Ribamar Pires de Castro Filho, o apoio incontestável”.

Este acontecimento discursivo passou a circular recentemente e abriga um entrecruzamento de enunciados que positiva a aliança entre a vida profissional e a vida privada para as mulheres: a empresária bem-sucedida é realizada em todos os campos de sua vida, possui múltiplos papéis e consegue exercer todos eles com perfeição. No entanto, o arquivo que abriga as enunciações relacionadas ao trabalho feminino mostra que, até o início

do século XX, predominava um discurso um pouco diferente: o trabalho da mulher fora de casa era considerado imoral e conflitante com seu papel de pilar da família.

Muitos acreditavam, ao lado dos teóricos e economistas ingleses e franceses, que o trabalho da mulher fora de casa destruiria a família, tornaria os laços familiares mais frouxos e debilitaria a raça, pois as crianças cresceriam mais soltas, sem a constante vigilância das mães. As mulheres deixariam de ser mães dedicadas e esposas carinhosas, se trabalhassem fora do lar; além do que um bom número delas deixaria de se interessar pelo casamento e pela maternidade. (RAGO, 2018, p. 585) .

O enunciado que positiva o trabalho da mulher e a possibilidade de conciliá-lo com a maternidade e cuidados com a família resulta de uma descontinuidade na história, a partir de transformações sociais e culturais (legitimação da mulher no mercado, conquista de direitos políticos, etc). Esse acontecimento também permite visualizar a atuação da tecnologia de poder que busca otimizar os corpos e aumentar sua produtividade. A mulher, que agora ocupa legitimamente os espaços públicos, trabalha e produz riqueza, tem voz ativa na sociedade, precisa, também, gerenciar seu tempo para cumprir seus compromissos profissionais sem, no entanto, deixar lacunas na sua atuação como mãe e esposa. O tempo da mulher empresária deve ser minuciosamente planejado e bem aproveitado para que ela continue a produzir no trabalho e continue a cuidar bem da família.

Considerando o jogo de aparecimentos e apagamentos estabelecidos pelas curvas de enunciação e visibilidade que compõem um dispositivo, verificamos que a ideia de família que é apresentada na revista, ou seja, que tem visibilidade, é a família nuclear e heteronormativa, correspondente à norma da doutrina cristã. A prática discursiva recorrente na revista está sob princípios de coerção que fazem emergir o enunciado referente ao modelo pai-mãe-filhos, não aparecendo outros formatos de família (famílias com mães solteiras ou com casais não heteronormativos, como mulheres homossexuais, por exemplo).

#### **4.3 Mulher empreendedora e caridade/fé/cuidado com o próximo**

A teia de enunciados que envolvem o sujeito-objeto *mulher empresária bem-sucedida* numa formação discursiva que a relaciona à maternidade e à família também é atravessada por discursos que a vinculam ao cuidado com o próximo. Assim, as matérias recorrentemente destacam a atuação social das empresárias por meio da caridade. O discurso acerca desse sujeito é perpassado, então, por uma disciplinaridade que engloba as noções de beleza/saúde, família/maternidade, caridade/fé/cuidado com o próximo, trabalho e educação.

Verificamos novamente a atuação de linhas de força irradiadas pelo poder religioso, que estabelece que a mulher tenha predisposição à caridade. Segundo Perrot (2018, p. 44), as meninas são associadas à religião desde muito cedo, de modo que estas cresçam seguindo os preceitos da Igreja: “A piedade, para elas, não é somente um dever: é o seu *habitus*.” Às mulheres é ensinado que se dediquem ao próximo; se preciso, abram mão de suas próprias necessidades em prol das necessidades do outro.

Para Foucault (2014, p. 205), o exercício da caridade também constitui um procedimento disciplinar da população:

Vemos também se difundirem os procedimentos disciplinares, não a partir de instituições fechadas, mas de foco de controle disseminadas na sociedade. Grupos religiosos, associações de beneficência muito tempo desempenharam esse papel de “disciplinamento” da população. Desde a Contrarreforma até à filantropia da monarquia de julho, multiplicaram-se iniciativas desse tipo; tinham objetivos religiosos (a conversão e a moralização), econômicos (o socorro e incitação ao trabalho), ou políticos (tratava-se de lutar contra o descontentamento ou a agitação).

Este mecanismo normalizador é percebido no decorrer das matérias, que destacam a face altruísta das empresárias, em que a fé e a caridade aparecem como características fundamentais desse sujeito. São mulheres engajadas nas causas filantrópicas, que organizam ações beneficentes e defendem que é preciso dedicação de tempo e envolvimento nas causas. Aliado a esse enunciado, encontramos o que está vinculado ao cuidado com o próximo, não só por meio da caridade, mas também pela dedicação às relações pessoais, incluindo família, amigos e equipe de trabalho, conforme verificamos no Quadro 4 (grifos nossos):

Quadro 4

| <b>Empresária</b>      | <b>Caridade/Cuidados com o próximo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Andrea Ramada</b>   | Em sua jornada, a empresária sempre busca <b>ajudar o próximo</b> através de <b>campanhas, bazares e leilões beneficentes</b> com <b>doações</b> de peças da loja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Patrícia Heluy</b>  | Apesar de viver correndo para aproveitar cada minuto do seu dia, Patrícia Heluy ainda consegue espaço na agenda para se <b>dedicar ao próximo</b> , por essa razão é frequentemente vista na organização de <b>ações beneficentes</b> . “Não só <b>ajudo</b> como participo. Entendo que <b>doar</b> não é simplesmente assinar um cheque ou <b>mandar cestas básicas</b> a uma igreja ou <b>entidade beneficente</b> . Para que seu ato seja eficaz, é preciso participar” |
| <b>Danielle Braide</b> | Nos momentos de lazer, (...) gosta de <b>reunir os amigos</b> para uma boa conversa<br>O sucesso depende da <b>ajuda e confiança de pessoas especiais</b> para conquistá-lo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Guga Fernandes</b>   | (...) tem a medida certa do <b>carinho à equipe de trabalho e à família</b> , como se um fosse a extensão do outro, uma linha contínua.<br><br>“(...) Aprender sobre liderança por meio dos ensinamentos bíblicos faz de você um líder mais preciso, honesto, sensato em suas escolhas, faz você saber o que tem e amar o que tem.”                                                              |
| <b>Valéria Coutinho</b> | Já na vida profissional, atribui à força de vontade da equipe que faz a Amorim Coutinho a vontade de tornar a empresa uma referência não só na engenharia, mas também no <b>cuidado com as pessoas</b> . “Me inspiro sempre naqueles que estão trabalhando e produzindo na empresa. Saber que essas pessoas gostam da Amorim Coutinho e trabalham com garra e determinação é muito gratificante” |

FONTE: A autora (2020)

A mulher que divide seu tempo entre trabalho, vida pessoal e cuidado com a saúde também encontra tempo para ajudar o próximo: “Em sua jornada, a empresária [Andrea Ramada] sempre busca ajudar o próximo através de campanhas, bazares e leilões beneficentes com doações de peças da loja”.

De modo semelhante, a empresária Patrícia Heluy é uma mulher cheia de compromissos que consegue administrar bem o seu tempo para praticar a caridade: “Apesar de viver correndo para aproveitar cada minuto do seu dia, Patrícia Heluy ainda consegue espaço na agenda para se dedicar ao próximo, por essa razão é frequentemente vista na organização de ações beneficentes”. A empresária, por sua vez, reafirma sua dedicação em cumprir essa missão com empenho: “Não só ajudo como participo. Entendo que doar não é simplesmente assinar um cheque ou mandar cestas básicas a uma igreja ou entidade beneficente. Para que seu ato seja eficaz, é preciso participar”.

Os processos de objetivação e subjetivação que se constroem acerca do sujeito *mulher empresária bem-sucedida* no veículo de mídia analisado, que atua como parte de um dispositivo, também estão atravessados por uma disciplinaridade histórica, segundo a qual as mulheres têm seus corpos impelidos a seguir a regra da caridade e cuidado com o outro, pois esta é uma regra à qual as mulheres devem obedecer, segundo o poder/saber religioso.

O cuidado com o outro é exercido não apenas por meio da caridade, mas em todos os níveis de relações dessas mulheres. A atenção e o carinho também são direcionados aos amigos e à equipe de trabalho, que também são mostrados como elementos fundamentais para alcançar a realização pessoal e profissional. A empresária Danielle Braide ressalta a importância de zelar pelas relações de amizade: “Nos momentos de lazer, (...) gosta de reunir os amigos para uma boa conversa”; “O sucesso depende da ajuda e confiança de pessoas especiais para conquistá-lo”.

A empresária Guga Fernandes dedica igual atenção e cuidado à equipe de trabalho e à família: “(...) tem a medida certa do carinho à equipe de trabalho e à família, como se um fosse a extensão do outro, uma linha contínua”. A fala da empresária demonstra que esse sujeito se identifica com a discursivização que a revista constrói sobre ela e tem suporte no saber religioso. A sua dedicação e bom relacionamento com a equipe de trabalho é estruturada a partir da sua fé: “(...) Aprender sobre liderança por meio dos ensinamentos bíblicos faz de você um líder mais preciso, honesto, sensato em suas escolhas, faz você saber o que tem e amar o que tem.”

Sobre a empresária Valéria Coutinho, a matéria ressalta que um dos pilares da sua empresa é o cuidado com as pessoas que fazem parte dela: “Já na vida profissional, atribui à força de vontade da equipe que faz a Amorim Coutinho a vontade de tornar a empresa uma referência não só na engenharia, mas também no cuidado com as pessoas”. A empresária, por sua vez, assume uma posição-sujeito que se alinha com o que é dito sobre ela. Para ela, é importante saber que sua equipe de trabalho se sente bem dentro da empresa: “Me inspiro sempre naqueles que estão trabalhando e produzindo na empresa. Saber que essas pessoas gostam da Amorim Coutinho e trabalham com garra e determinação é muito gratificante”.

O corpo do sujeito *mulher empresária bem-sucedida* é normalizado a ser caridoso e abnegado, docilizado a submeter-se a essa regra com prazer e por vontade própria, chegando a incluir essa norma na subjetivação que ela constrói sobre si. Tem também suas forças otimizadas, de maneira que esse sujeito consiga conciliar todas as suas atividades (trabalho, estudos, cuidados com a saúde/corpo) com a sua missão de ajudar e cuidar do próximo, tanto por meio da filantropia quanto por meio da atenção e valorização das pessoas que lhe rodeiam (equipe de trabalho, amigos, família, etc.).

#### **4.4 Mulher empreendedora e trabalho**

O corpo humano, segundo Courtine (2013, p. 78), sempre foi repleto de signos, “mesmo se a natureza destes, o olhar que os decifra, a posição de quem os interpreta, e a intenção de quem os exprime se modificaram historicamente.” Ao longo do tempo, o olhar sobre o corpo da mulher e as próprias regras que o normalizam foram alvo de inúmeras transformações. Se alguns signos ainda permanecem desde a Antiguidade, outros foram sendo apagados e dando lugar a novos que emergiram em decorrência de mudanças sociais e culturais.

O corpo da mulher que protagoniza as páginas da revista *Deluxe* carrega em si signos historicamente consagrados como intrínsecos à mulher (maternidade, beleza, caridade, etc.) e também outros que foram inseridos a partir das novas configurações sociais: trabalho, liderança, estudos.

O exame do corpo, por meio do qual se estabelece a descrição e objetivação dos sujeitos, se configura como um controle normalizante, um conjunto de “técnicas da hierarquia que vigia e as da sanção que normaliza” (FOUCAULT, 2014, p. 181). É por meio do exame que os indivíduos são visibilizados, diferenciados e sancionados; e assim os dispositivos de disciplina conseguem sujeitar os indivíduos, controlá-los e enquadrá-los numa norma.

A objetivação que a revista constrói acerca da mulher empresária é atravessada por um processo de disciplinamento do corpo desse sujeito. A ele são apresentadas regras normalizantes que devem ser observadas; é examinado, descrito e lhe são exigidas certas habilidades e gestos para que seja mostrado como exemplo do que é ser uma *mulher empreendedora e bem-sucedida*.

Neste aspecto, percebe-se a atuação de uma tecnologia de poder que atua em função da otimização dos corpos e ampliação de sua utilidade. Com a legitimação do trabalho assalariado das mulheres, que começa a se efetivar a partir da Revolução Industrial, entre os séculos XVIII-XIX, elas passam a ser consideradas força de trabalho útil e produtoras de lucro. Essa ruptura faz emergir o acontecimento discursivo que coloca o trabalho das mulheres como algo positivo. Até então, o trabalho feminino era considerado secundário, geralmente ligado às tarefas domésticas. Nas camadas mais pobres da sociedade, por exemplo, era comum que as mulheres trabalhassem como lavadoras, costureiras e babás para ajudar nas despesas de casa.

As trabalhadoras pobres eram consideradas profundamente ignorantes, irresponsáveis e incapazes, tidas como mais irracionais que as mulheres das camadas médias e altas, as quais, por sua vez, eram consideradas menos racionais que os homens. No imaginário das elites, o trabalho braçal, antes realizado em sua maior parte pelos escravos, era associado à incapacidade pessoal para desenvolver qualquer habilidade intelectual ou artística e à degeneração moral. Desde a famosa “costureirinha”, a operária, a lavadeira, a doceira, a empregada doméstica, até a florista e a artista, as várias profissões femininas eram estigmatizadas e associadas a imagens de perdição moral, de degradação e de prostituição. (RAGO, 2018, p. 589).

O mercado começa a incorporar a mão de obra feminina, ainda que as colocando em posições pouco privilegiadas, oferecendo-lhes baixos salários e más condições laborais.

Atualmente, as mulheres ocupam 44,1% dos postos de trabalho formais no Brasil<sup>14</sup>, e delas se exige qualificação e excelência, de modo que sejam plenamente produtivas e contribuam para o desenvolvimento da economia.

A mulher empresária que aparece nas matérias da revista *Deluxe* está submetida ao poder disciplinante que se liga ao fator econômico e mercadológico. Essas mulheres são donas de empresas líderes de mercado, com trajetória profissional mostrada como resultado de dedicação e talento para empreender. Todas elas ocupam cargos de direção na Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA), entidade fundada em 2015, que reúne mulheres empresárias de diferentes setores do mercado e propõe oferecer suporte e estimular o desenvolvimento de suas associadas e respectivas empresas. Vejamos o Quadro 5:

Quadro 5

| <b>Empresária</b>       | <b>Trabalho</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Patrícia Heluy</b>   | Sócia de um centro automotivo e revendedora de pneus. Trabalha com Marketing. Vice-presidente da AME-MA. Conquistou o primeiro emprego formal aos 20 anos. Em 2000 ela e a irmã montaram uma loja de multimarcas.<br><br>[...] [o pai] tem 81 anos e até hoje trabalha como se tivesse 18 anos! Ele é minha grande referência de vida [...]                                                                           |
| <b>Andreia Ramada</b>   | Saiu do serviço público e dedicou-se a empreender na área de moda/multimarcas. Conselheira Fiscal da AME-MA.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Guga Fernandes</b>   | Administra uma distribuidora de produtos saudáveis, um escritório de consultoria empresarial e negócios na área de moda. Fundadora da AME-MA.                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Daniela Fiquene</b>  | Montou sua empresa aos 23 anos, diretora da uma empresa de consultoria. Diretora de Ações Sociais da AME-MA.<br><br>Imersa nas inúmeras decisões que precisa tomar diariamente, pode parecer impossível que Daniella tenha tempo para fazer outra coisa. Mas ela encontra: para a leitura – atualmente lê ‘Poder do Hábito de Charles Duhigg’ e adora viajar com o marido Aristobulo Fiquene, engenheiro e empresário |
| <b>Andrea Nunes</b>     | Lidera a empresa da família e também montou sua própria empresa. Presidente do Conselho Fiscal da AME-MA.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Danielle Braide</b>  | Dona de um salão de beleza. Diretora de Marketing da AME-MA.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Raquel Carvalho</b>  | Dona de uma loja de produtos naturais. Teve a primeira experiência como empresária há dez anos. Diretora de eventos sociais da AME-MA.                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Valéria Coutinho</b> | Dona de uma construtora. Diretora cultural da AME-MA.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

FONTE: A autora (2020)

A empresária Patrícia Heluy, sócia de um centro automotivo e revendedor de pneus, começou a trabalhar aos vinte anos, chegou a montar um empreendimento junto com a irmã e é responsável pelo setor de Marketing da empresa da família.

<sup>14</sup> Fonte: Relatório Anual de Informações Sociais, do Programa de Disseminação de Estatísticas do Trabalho, da Secretaria do Trabalho/ Ministério da Economia, 2018.

A valorização de seu desempenho profissional ressalta fatores que funcionam como normas que controlam os corpos a fim de aprimorar suas forças e utilidade, nesse caso, em prol do mercado: espírito de liderança, talento para empreender, visão de oportunidades e dedicação aos negócios. É interessante apontar também a fala da empresária em relação a seu pai: “[...] tem 81 anos e até hoje trabalha como se tivesse 18 anos! Ele é minha grande referência de vida [...]”. Neste ponto, nota-se a corroboração da ideia de corpo útil e prolongamento da produtividade, em que o indivíduo mantém-se disposto ao trabalho pelo máximo de tempo possível. O trabalho até a velhice é apresentado de maneira positiva, sinônimo de força, dedicação e também como chave para o sucesso.

A matéria sobre Andreia Ramada mostra que a empresária abdicou de um emprego no serviço público para dedicar-se a sua própria empresa, uma loja de roupas femininas. O sujeito mulher é apresentada, inicialmente, como “uma pessoa alto astral, moderna, atualizada que nunca se permitiu ficar na ‘zona de conforto’”. Ela é provocada a mudar afinal é dona de uma personalidade empreendedora cujo empreendimento é direcionado “para a mulher moderna”. Andreia é “precursora da marca [*TheLure*] em todo o Nordeste”.

Esse sujeito empreendedor é objetivado segundo práticas divisoras, que o divide no interior dele mesmo assim como em relação ao outro: ele sai de uma condição acomodada para a de empreendedor, diferenciado, do setor de moda. Profissional, Andreia Ramada encara a recessão econômica no país como uma oportunidade para que grandes empreendedoras mostrem sua competência para driblar a crise. A empresária mostra que sabe aproveitar as oportunidades, uma das características que compõem o perfil de um empreendedor (IBQP; SEBRAE, 2012). Esse sujeito se divide em relação ao outro a partir de seu diferencial: não se deixa abater pela crise, encarando-a de forma positiva.

A maquinaria de poder, aqui engendrada pelo dispositivo mídia, esquadrinha, desarticula o corpo da mulher para depois recompor no corpo da empresária bem-sucedida. Esse processo provoca, ainda, uma estética da existência, na medida em que constrói novas subjetividades: essa mulher, por meio das curvas de enunciação, vai se reconhecendo no discurso da revista e se coloca como alguém que se destaca no mercado por meio de sua dedicação ao trabalho, ao mesmo tempo em que precisa cuidar da beleza e da saúde, da família, do próximo, em que precisa ter uma formação acadêmica, saber administrar seu tempo e ser produtiva, etc.

É a partir do exame, esquadrinhamento dos corpos, que os processos de disciplina efetivam a sujeição dos corpos percebidos como objetos e a objetivação dos que se sujeitam (FOUCAULT, 2014, p. 181). O que é dito sobre Guga Fernandes exemplifica esse processo

que envolve o exame, desarticulação, objetivação por meio do discurso e a subjetivação desse sujeito. Na matéria, a prática discursiva da revista ressalta, além dos atributos particulares da empresária (alegre, otimista, espontânea, inquieta, dedicada, disciplinada, etc.), sua competência para empreender e ser referência no mercado.

Esse sujeito é objetivado por enunciados que mostram a empresária como profissional dedicada, visionária e incansável. Destaca-se sua capacidade para driblar a crise econômica e sobressair-se no mercado apesar das adversidades: “Crise econômica, recessão? Nada tira o sossego de Guga Fernandes. Para ela o atual momento é indispensável a todos que se consideram empreendedores”. Nesse processo de objetivação, o exame se apresenta como mecanismo fundamental, por constituir “um controle normalizante, uma vigilância que permite qualificar, classificar e punir” (FOUCAULT, 2014, p. 181).

O exame do corpo do sujeito mulher, por meio do dispositivo mídia, aqui representado pela revista *Deluxe*, o desmonta e recompõe no corpo da empresária determinada, talentosa, que não se abala diante de crises, pois sabe superar seus limites. Ao mesmo tempo, a empresária se reconhece nessa categorização traçada pela revista e manifesta isso por meio de sua fala: “A turbulência precisa existir para nos deixar preparados para superá-la. As dificuldades vão sempre existir, são a mola propulsora, a adrenalina que gera o entusiasmo para o empresário prosperar.” A empresária se identifica e se identifica como a mulher que a revista discursiviza e ocupa a posição que lhe é atribuída: empreendedora competente, que vê os problemas como desafios e como oportunidade para progredir, alinhando o seu discurso com o que é dito sobre ela.

O enunciado que associa a mulher empresária à habilidade para encontrar novas oportunidades e fortalecer seu empreendimento em um cenário de crise se repete em mais da metade das matérias do *corpus* analisado, como é possível verificar no Quadro 6, abaixo. Nele, os discursos da revista e da empresária mantêm um alinhamento:

Quadro 6

| Empresária            | O que a revista diz                                                                                                                                    | O que o sujeito diz                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Andreia Ramada</b> | Uma análise feita pela franqueada da <i>The lure</i> mostra que a atual recessão econômica no país é o momento para revelar as grandes empreendedoras. | “Não vejo a recessão econômica como um problema para meu negócio, ao contrário, vejo como uma oportunidade de mudança e de investimento naquilo que ninguém aposta no momento com novas propostas e novos projetos. Sempre vai existir consumidor para o seu produto, principalmente se você tem algum diferencial”. |
| <b>Guga Fernandes</b> | Crise econômica, recessão? Nada disso                                                                                                                  | “A turbulência precisa existir para nos deixar                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|                         |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                    |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | tira o sossego de Guga Fernandes. Para ela o atual momento é indispensável a todos que se consideram empreendedores.                                                 | preparados para superá-la. As dificuldades vão sempre existir, são a mola propulsora, a adrenalina que gera o entusiasmo para o empresário prosperar”.             |
| <b>Patrícia Heluy</b>   | A empresária diz que a essência do empreendedorismo está no aproveitamento de novas oportunidades.                                                                   | “É por isso que enxergo a atual recessão econômica do país uma grande chance de buscar novas alternativas para o negócio, mesmo com os altos impostos e desafios”. |
| <b>Danielle Braide</b>  | Entretanto, mesmo com um horizonte tão seguro, a crise econômica fez com que Danielle se exigisse mais.                                                              | “Junto com minha equipe, temos conseguido driblar ameaças, diminuir nossa fraqueza e aprimorar nossas qualidades.”                                                 |
| <b>Valéria Coutinho</b> | O mercado imobiliário é muito promissor para um grande ciclo de atividades econômicas e, em tempos de recessão, a empresária vê grandes oportunidades e não ameaças: | “O importante em tempos mais apertados é antever que algo poderá acontecer e se preparar para isso. E nesse ponto que a recessão passa a ser oportunidade.”        |

FONTE: A autora (2020)

A descrição que a revista, como parte de um dispositivo de poder (mídia), faz acerca das mulheres que protagonizam as matérias, as discursivizam como empreendedoras talentosas e de postura inovadora. Simultaneamente, as mulheres se identificam com o que a revista diz sobre elas e reafirmam ter posicionamento firme e estrategista diante da crise. O processo de subjetivação dessas mulheres, portanto, ocorre em consonância com a objetivação que a revista constrói acerca delas, reforçando o discurso de empresárias decididas, visionárias e com grande aptidão para transformar os obstáculos impostos pela crise econômica em oportunidades de crescimento, inovação e oportunidade para se destacar no mercado.

O corpo do sujeito *mulher empresária bem-sucedida*, submetido ao exame pelo dispositivo de poder, é posto como objeto descritível, que tem acentuados seus traços singulares, suas habilidades, e é controlado por um saber permanente; assim como é descrito, classificado e agrupado por meio de estratégias de comparação (FOUCAULT, 2014). Desse modo, a mulher empresária, posta como objeto de exame e descrição na revista *Deluxe*, tem seu corpo esmiuçado e classificado a partir de suas aptidões e capacidades particulares, para em seguida ser categorizada e incluída em um grupo específico: o das *mulheres empreendedoras bem-sucedidas*, que sabem lidar com uma situação de crise e vencer desafios.

Em todas as matérias, os enunciados também ressaltam a rotina repleta de atividades e compromissos que as empresárias precisam administrar. São mulheres que trabalham muito, têm uma agenda corrida todos os dias e, ainda assim, encontram tempo para cuidar de seus

interesses pessoais: do corpo, da saúde, das relações afetivas/familiares, fazer coisas que gostam (ler, viajar, etc.), praticar caridade.

A trajetória da empresária Daniella Fiquene tem como destaque sua habilidade para gerenciar seu tempo e exercer suas atividades profissionais e pessoais de maneira equilibrada: “Imersa nas inúmeras decisões que precisa tomar diariamente, pode parecer impossível que Daniella tenha tempo para fazer outra coisa. Mas ela encontra: para a leitura – atualmente lê ‘Poder do Hábito de Charles Duhigg’ e adora viajar com o marido Aristobulo Fiquene, engenheiro e empresário”. Ao longo de todas as matérias, é possível verificarmos as linhas de força que atravessam os enunciados e convergem em uma disciplinaridade que instiga a produtividade por meio da habilidade em gerir o tempo e realizar múltiplas tarefas.

#### 4.5 Mulher empreendedora e formação acadêmica/estudos

As matérias também enfatizam a formação acadêmica da mulher, todas graduadas em cursos superiores e com pós-graduações. Também é ressaltado o interesse de manterem-se atualizadas e informadas sobre as demandas do mercado, o que as leva a participar de palestras, *workshops*, cursos de aperfeiçoamento, etc. Este ponto também pode ser considerado parte do disciplinamento do corpo em função do controle e da expansão de sua utilidade. Foucault (2014, p. 203-204) resalta que, no início da Revolução Francesa, ocorrida no século XVIII, o ensino tinha como objetivo “‘fortificar’, ‘desenvolver o corpo’, dar-lhe ‘uma capacidade de visão rápida e global, uma mão firme, hábitos rápidos’”.

Vejamos o Quadro 7:

Quadro 7

| <b>Empresária</b>       | <b>Estudos/Formação</b>                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Danielle Braide</b>  | Graduada em Administração pela PUC-Camp, pós-graduada em Marketing pela ESPM, tem formação em Marketing pela Universidade da Califórnia.<br><br>A empresária sempre quis ser uma mulher independente e viu nos estudos a melhor ponte para a profissionalização. |
| <b>Andreia Ramada</b>   | Graduada em Turismo, pós-graduada em Planejamento de RH e cursando o último ano de Direito.                                                                                                                                                                      |
| <b>Valéria Coutinho</b> | Graduada em Engenharia Civil pela UFC, MBA em Gestão Empresarial (FGV), MBA em Finanças, Controladoria e Auditoria (FGV), pensa em um terceiro MBA.<br><br>“Adoro estudar, aprender!”                                                                            |
| <b>Andrea Nunes</b>     | Graduada em Administração de Empresas e em Direito. Participa de cursos no Sebrae, frequenta palestras, busca conselhos de coach.                                                                                                                                |
| <b>Daniela Fiquene</b>  | Saiu da casa dos pais aos 16 anos para estudar. Graduou-se aos 22, possui MBA em Gestão de Pessoas.                                                                                                                                                              |

|                        |                                                                                                                                        |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Guga Fernandes</b>  | Graduada em Ciências Contábeis, com mestrado em Auditoria Contábil, formação em Jornalismo de Moda e Figurino de TV Digital.           |
| <b>Patrícia Heluy</b>  | Graduada em Serviço Social da Ufma, busca estar atualizada com as demandas do mercado, participa de palestras de coaching e workshops. |
| <b>Raquel Carvalho</b> | Graduada em Estética e Cosmetologia, pós-graduada em Ortomolecular, cursando uma segunda graduação em Biomedicina.                     |

FONTE: A autora (2020)

Para Foucault (2014), as disciplinas intensificam-se como técnicas para produzir indivíduos úteis e, nessa perspectiva, a sujeição ao ensino formal funciona como mecanismo disciplinar para aumento da produtividade dos corpos. A formação superior e a constante participação em cursos de capacitação para o mercado se voltam para a profissionalização da mulher e ampliação de seu potencial intelectual, assim como de sua força produtiva. A escolarização, neste caso, manifesta-se como uma forma de otimização do corpo e do trabalho realizado por ele, outra vez em prol do poder mercadológico.

A normalização do corpo do sujeito mulher empresária se estabelece por meio de tecnologias do poder que definem o que é ser empreendedora bem-sucedida e quais regras devem ser cumpridas para ser considerada como tal. A governamentalidade que incide sobre o corpo da mulher empresária presente na prática discursiva da revista *Deluxe* se estabelece tanto por meio de saberes como a medicina, o mercado, a igreja, dentre outros que o controlam e categorizam, quanto por meio do próprio indivíduo, levado a vigiar-se e cuidar de si e da sua conduta.

Conforme destaca Foucault (1995), os mecanismos de objetivação e de subjetivação, respectivamente, tendem a tornar o indivíduo, enquanto dinâmica de poder, útil economicamente, e se referem aos processos que em nossa sociedade fazem do homem um sujeito preso a uma identidade que lhe é atribuída como sua.

Em nossas análises, é possível observar um poder que estabelece para o sujeito um estatuto de verdade (“ser mulher empresária é...” sempre algo positivo, valorizado), em segundo lugar, o sujeito se reconhece como uma mulher empreendedora que não tem medo do desafio que é o empreendedorismo: “É por isso que enxergo a atual recessão econômica do país uma grande chance de buscar novas alternativas para o negócio, mesmo com os altos impostos e desafios” (empresária Patrícia Heluy). Esse estatuto de verdade é percebido na construção do sujeito mulher empreendedora, exemplificado na matéria que apresenta a empresária Danielle Braide.

O investimento nos estudos como porta para o sucesso compõe as práticas de objetivação da mulher empreendedora: “(...) mulher independente e viu nos estudos a melhor ponte para a profissionalização. Bacharel em Administração de Empresas pela PUC – Campinas e pós-graduada em Marketing pela ESPM tem ainda formação em marketing pela Universidade da Califórnia.” Soma-se a isso o lugar que a empresária ocupa como Diretora de Marketing na Associação de Mulheres Empreendedoras no Maranhão (AME-MA).

Sobre a empresária Andreia Ramada, verificamos que a estrutura de enunciados que compõem a objetivação acerca dessa mulher procura enaltecer sua visão empreendedora e sua formação acadêmica. Essa mulher que empreende ganha destaque pelos investimentos que faz em sua formação acadêmica (Graduada em Turismo, pós-graduada em Planejamento de Recursos Humanos e cursando o último ano do curso de Direito) e pelo lugar que ocupa no mercado (dona de uma loja de roupas de grife, Conselheira Fiscal na Direção da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão).

A valorização da ideia de autonomia da mulher, especialmente ligada à sua profissionalização e desenvolvimento intelectual, aparece repetidamente nas matérias da revista, como também é possível verificar na matéria sobre a empresária Valéria Coutinho. A matéria evidencia a atuação profissional da mulher, colocando-a como empresária competente e líder de mercado, ao mesmo tempo em que ressalta sua formação acadêmica – graduada e pós-graduada em duas especialidades diferentes, planeja a terceira, e frisa o prazer que encontra nos estudos: “Adoro estudar, aprender!”. O sucesso e capacitação da empresária estão associados, desse modo, à aquisição de conhecimento acadêmico, enunciado que emergiu há pouco tempo, considerando a história da escolarização das mulheres.

No Brasil, o ensino formal tem início com a chegada dos colonizadores portugueses e ficou sob encargo da Igreja Católica, especialmente dos jesuítas (STAMATTO, 2002, p. 01). A educação era direcionada aos homens, ficando as mulheres excluídas desse processo e recebendo ensinamentos apenas sobre trabalhos domésticos, que as preparassem para o casamento. O convento era um dos poucos locais onde as mulheres tinham acesso aos estudos:

Sabemos que desde a chegada dos colonizadores o ensino concentrou-se nas mãos da Igreja, especialmente dos jesuítas, mas igualmente outros religiosos como os franciscanos também vieram ao país. Este ensino ministrado pelas ordens religiosas nas missões e nos colégios fundados por elas destinava-se fundamentalmente à catequese e à formação das elites no Brasil. Desde a primeira escola de ler e escrever, erguida incipientemente lá pelos idos de 1549, pelos primeiros jesuítas aqui aportados, a intenção da formação cultural da elite branca e masculina foi nítida na obra jesuítica. As mulheres logo ficaram exclusas do sistema escolar estabelecido na colônia. Podiam quando muito, educar-se na catequese. Estavam destinadas ao lar: casamento e trabalhos domésticos, cantos e orações, controle de pais e maridos.

Atualmente, o acesso à educação e desenvolvimento intelectual de mulheres é um dos pilares do discurso relacionado à equidade de gênero e “empoderamento feminino” que, de acordo com os princípios estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), envolve a promoção da educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres<sup>15</sup>.

Esse enunciado associa-se ao saber sociopolítico inerente ao movimento feminista, que se consolida no mundo ocidental no século XX, defendendo bandeiras como direito ao voto, à educação e equiparação de direitos entre homens e mulheres: “É assim, por exemplo, que a demanda por educação tem objetivo exclusivo de permitir o livre desenvolvimento da mulher como ser racional, fortalecendo a virtude por meio do exercício da razão e tornando-a plenamente independente” (MIGUEL, 2014, p. 21).

A escolarização também está associada à capacitação profissional, qualificação da mão de obra. Há, de certo modo, uma categorização e hierarquização em que os indivíduos com mais escolaridade são considerados mais capacitados do que aqueles que tiveram pouco acesso à educação formal. A formação superior, assim, também funciona como artifício de legitimação da mulher no mercado de trabalho, considerando a histórica discriminação que a coloca como menos inteligente e menos capaz que o homem. Por muito tempo, acreditou-se que o conhecimento era incompatível com a natureza da mulher. Segundo Perrot (2019, p. 93), “Ao longo do século XIX, reitera-se a afirmação de que a instrução é contrária tanto ao papel das mulheres quanto a sua natureza: feminilidade e saber se excluem. A leitura abre as portas perigosas do imaginário. Uma mulher culta não é uma mulher.”

Nos dias atuais, as mulheres são em maior número de matrículas em cursos superiores no Brasil, porém ainda têm média salarial menor que a dos homens e representam a minoria em cargos de liderança. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2016, elas ocupavam 39,1% dos cargos gerenciais de empresas e instituições públicas e, no geral, seus rendimentos correspondiam a 76,5% do valor pago aos homens, índice que cai para 63,4%, quando comparados apenas os cargos que exigem formação superior.

A discursividade que se constrói em relação às mulheres empresárias valoriza a capacidade intelectual e a trajetória profissional delas, evidenciam o espírito de liderança que elas possuem, o talento para empreender e a dedicação aos negócios. São profissionais que procuram se atualizar com as demandas do mercado e sabem aproveitar as oportunidades que

<sup>15</sup>Disponível em <https://www.onumulheres.org.br>

ele oferece, sabem driblar a crise e ameaças aos negócios. Ao mesmo tempo, sabem gerenciar o tempo e os inúmeros compromissos que possuem, cumprindo com eficiência cada um deles e mantendo o equilíbrio entre o trabalho, estudos, relações pessoais (família, amigos, etc.), cuidados consigo (saúde, beleza, etc.) e com o próximo (caridade).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trabalhando sob a perspectiva foucaultiana da Análise do Discurso, em que o método arqueogenealógico propõe a compreensão das relações de saber-poder que se fazem presentes na constituição dos discursos, analisamos neste trabalho os mecanismos de forças e saberes que permeiam o discurso acerca da *mulher empresária bem-sucedida*, enunciado que aparece com regularidade na formação discursiva da revista *Deluxe* de São Luís-MA.

Inicialmente, trazemos reflexões relacionadas à imprensa e a produção de discursos acerca da mulher, considerando que esses discursos se transformam e se readequam, acompanhando as mudanças que ocorrem na sociedade e na forma como esse sujeito atua e é visto no decorrer da história.

Considerando isso, apresentamos no primeiro capítulo uma visão geral sobre o método genealógico de Foucault e como ele contribui para entender a constituição do discurso acerca da *mulher empresária bem-sucedida* na imprensa de colunismo social, aqui representada pela revista *Deluxe*. A partir da perspectiva genealógica, apresentamos uma discussão de como o dispositivo mídia constrói um discurso sobre a mulher na contemporaneidade. Construimos uma genealogia sobre o colunismo social, que, como parte do dispositivo mídia, atua na produção de saberes, promovendo a emergência de determinados enunciados e apagamento de outros. Traçamos um panorama sobre o colunismo social no Brasil e no mundo, bem como a trajetória desse gênero jornalístico na imprensa maranhense.

Atravessado por diversos acontecimentos históricos e sociais, o surgimento do colunismo social no Brasil e no Maranhão funcionou - e ainda funciona - como instrumento de demarcação de poder, que prestigia determinados grupos da sociedade e os consagra como “elite”. O caráter especialmente opinativo e personalista do colunismo social transparece a subjetividade de quem o produz e faz circular, ao mesmo tempo em que influencia na construção da subjetividade de quem o consome; estimulando no público o desejo de ter uma vida parecida com a das pessoas que protagonizam as notícias envoltas em *glamour*. Por meio do seu discurso, o colunismo social - que integra o dispositivo mídia -, produz saberes, verdades e subjetividades.

A revista, como prática discursiva do dispositivo mídia, ajuda a produzir objetivação acerca do sujeito mulher empresária, cujo corpo é apresentado como produto e como instrumento de discurso, simultaneamente. Há um conjunto de subjetividades, enunciados e normas que definem o que é ser uma *empresária bem-sucedida* e tais elementos integram estratégias de controle e disciplinamento dos corpos, o que Foucault entende por governamentalidade e biopoder.

No segundo capítulo, a discussão sobre Governamentalidade, biopoder e biopolítica apresenta as noções de disciplinaridade, normalização e docilização dos corpos dos indivíduos. As reflexões sobre o método arqueológico e a produção de saber/verdade também dão suporte ao terceiro e último capítulo, em que analisamos o *corpus* e identificamos as regras de controle que incidem sobre o corpo da *mulher empresária bem-sucedida* e as estratégias e relações de saber-poder que se manifestam na constituição desse sujeito. Por meio do método arqueológico, identificamos os enunciados que estão dispersos na história e a quais saberes estão vinculados para constituir e difundir a imagem de uma mulher bem-sucedida.

É por meio do discurso que os saberes são produzidos e por meio deles se estabelecem verdades. O discurso, por sua vez, é moldado a partir de forças que o atravessam e designam aquilo que é dito e não outra coisa em seu lugar. Há, portanto, uma série de forças que se manifestam e estabelecem o discurso acerca da mulher empresária bem-sucedida a partir de determinados enunciados no lugar de outros.

Verificamos, então, que o sujeito mulher empresária, mostrada como ideal a ser seguido, tem seu corpo atravessado por diferentes saberes e poderes que estabelecem o que é ser uma empreendedora bem-sucedida. O corpo desse sujeito é, assim, submetido a uma *anátomo-política* que o controla, dociliza e prolonga sua produtividade, instituindo regras relacionadas à saúde e aparência (corpo), ao trabalho, aos estudos, fé e dedicação ao próximo, família/maternidade.

O dispositivo mídia, que tem como suporte a edição nº 37, 2016, do veículo analisado, é composto de práticas que subjetivam e objetivam o sujeito mulher e reúne um conjunto heterogêneo que engloba discursos, proposições morais, sociais, filantrópicas. A mulher empresária é aquela que possui bons princípios no mercado, pois respeita a concorrência, que dedica o seu curto tempo a serviços sociais, à caridade, tem habilidades empreendedoras para se manter no mercado, apesar da crise, investe em sua profissão a fim de ter autonomia.

Há uma regularidade de enunciados que se manifestam na prática discursiva do veículo e que convergem na construção de uma discursividade, colocando essa mulher como referência de sucesso: empresária, independente, bonita, inteligente, com família e carreira

profissional consolidadas. Essas mulheres são apresentadas como exemplo, como forma de conduzir a conduta de outras mulheres. Tais enunciados retomam um arquivo de discursos que emergiram em outros momentos históricos e em diferentes cenários sociais e culturais.

Esses discursos se constituem a partir de saberes relacionados a saberes como o sociopolítico, o religioso, médico, econômico e estético. O corpo desse sujeito deve estar de acordo com o que o poder/saber médico define como “saudável”, devendo ser cuidado com exercícios físicos, boa alimentação, acompanhamento médico, etc. Ao mesmo tempo, há uma valorização da aparência física por meio das fotografias que ilustram as matérias: a mulher empresária é, além de tudo, bonita e vaidosa. Sua posição de mulher bem-sucedida é expressa na aparência que, em geral, adequa-se ao padrão estético vigente.

Observando as imagens, identificamos uma regularidade de enunciados que definem a norma para ser considerada uma mulher bonita: magra, pele clara, cabelos lisos ou modelados, rosto sorridente, maquiagem, etc. As curvas de enunciação e de visibilidade que se manifestam na objetivação da *mulher empresária bem-sucedida* não fazem aparecer, por exemplo, mulheres gordas ou de pele negra.

A disciplina submete o corpo da mulher empresária à norma da beleza e estabelece regras a serem seguidas para que ela seja considerada bela. Essas regras de controle não apenas normalizam o corpo desse sujeito como também o docilizam; estimulando-o a ocupar-se com a aparência e colocar-se como alvo de exame e julgamento do olhar dos outros.

Verificamos quais poderes atuam para fazer emergir o enunciado de que a mulher empreendedora e bem-sucedida é invariavelmente bonita e elegante. Existe um jogo de poderes que define o que deve ser considerado *mulher bonita*, estabelecendo um modelo a ser seguido, e tais poderes carregam linhas de força irradiadas pelo mercado (é necessário consumir determinados produtos para ser considerada bonita) e pelo sistema patriarcal (a preocupação com a aparência física como forma de controle e dominação dos homens sobre as mulheres).

Esse corpo também é submetido à norma da maternidade e dedicação à família, instituído pelo poder/saber religioso. Por meio dela, a mulher é inserida em uma estrutura de controle que lhe atribui como missão principal a de ser mãe e esposa, cuidadora do lar e das pessoas ao seu redor. Aparece, então, outro enunciado que associa a mulher à caridade e cuidado com o outro; o corpo da mulher empresária precisa ter suas forças e habilidades otimizadas para que ela consiga cumprir todas as suas missões (trabalho, estudos, cuidado consigo, família e relações pessoais, etc) com a de ajudar e cuidar do próximo.

A otimização do corpo desse sujeito também exige que esteja submetido a disciplinas que ampliem sua utilidade e produtividade, como os estudos de formação superior e participação em cursos de capacitação e atualização. Funciona como mecanismo para desenvolver e ampliar o potencial intelectual da mulher, tornado-a mais produtiva e útil ao poder/saber econômico/mercadológico. As matérias valorizam a trajetória profissional das mulheres e evidenciam a capacidade de liderança que elas possuem, a vocação para empreender e a dedicação aos negócios. A valorização do trabalho, do espírito de liderança, da capacidade para administrar o tempo, o talento para empreender e para driblar a crise também funcionam como força normalizadora e de controle do corpo para que este produza cada vez mais e melhor.

O corpo do sujeito *mulher empresária bem-sucedida* está submetido a um sistema de sujeição que lhe exige determinados gestos e formas; preso às exigências do mercado de trabalho, que faz dela uma empresária que precisa se destacar. Esse sistema a objetiva como empresária bem-sucedida, ao mesmo tempo em que suplicia seu corpo e o sujeita a regras e cerimônias para que se constitua como tal (ser bonita e saudável, ter formação acadêmica, dedicada à família, ser caridosa, competente no trabalho, etc).

É interessante pontuar também que a empresária objetivada pelo discurso da revista corresponde a um modelo que se relaciona com as classes mais ricas da sociedade: dona de loja de grife, de salão de beleza conceituado, de empresas que são referência no mercado. A ideia de empresária bem-sucedida está associada à ideia de prestígio social, e não a donas de lojas de bairro populares, que ofereçam produtos e serviços baratos. O jogo de aparecimento e silenciamento de enunciados converge em uma discursividade que relaciona a mulher empresária e bem-sucedida ao fator financeiro e ao saber produzido no interior de uma sociedade capitalista e de bases patriarcais: essa mulher é necessariamente magra, branca, cristã, monogâmica e heterossexual, rica ou, pelo menos, pertencente à classe média.

Podemos considerar que o dispositivo mídia “opera na constituição de sujeitos e subjetividades na sociedade contemporânea”, produzindo “imagens, significações, enfim, saberes que de alguma forma se dirigem à ‘educação’ das pessoas, ensinando-lhes modos de ser e estar [...]” (FISCHER, 2002, p. 153). A mídia constrói um sujeito mulher, propondo-lhe uma multiplicidade de regras e “práticas de si”, em conformidade com as normas estabelecidas pela sociedade sobre o que é ser uma mulher empresária de sucesso.

A produção discursiva sobre a mulher empresária faz ver e faz falar o sujeito bem-sucedido pois orienta sua conduta e o seu discurso. Ser mulher empresária é ser reconhecida por suas qualidades como a de ser empreendedora e é também reconhecer que

o sucesso depende de investimentos na formação profissional, que ele está relacionado a uma boa visão de negócios, é também reconhecer que precisa se inserir em um estatuto de verdade que a faz reconhecer a necessidade de ser bonita, saudável, de cuidar do corpo, de ter vida pessoal, de ter apoio da família. Essas práticas estão ligadas à constituição de saberes sobre esse sujeito empreendedor que o tornam dócil politicamente e útil economicamente.

Tais elementos, ao mesmo tempo em que tornam evidente uma mulher visionária, confiante e atualizada, estabelecem uma relação com saberes já cristalizados na sociedade sobre a relação entre mulher e sucesso: não basta ter espírito empreendedor, precisa reunir um conjunto de práticas como beleza, elegância, inteligência, saúde, personalidade equilibrada, apoio da família e dedicação a ela, valores incontestáveis na sociedade e que legitimam saberes sobre os sujeitos.

Ao mesmo tempo em que é assim discursivizado pela ótica da revista, o corpo da mulher também produz e reproduz discurso e saberes que ajudam a normatizar o que deve ser considerado empresária bem-sucedida. A mulher se reconhece nessa categorização e, por meio da sua fala, alinha seu discurso ao que é dito sobre ela, se posiciona como a empreendedora talentosa, inteligente e visionária, ao mesmo tempo em que é mãe/esposa dedicada, caridosa, com vida pessoal em harmonia com sua atuação profissional.

O sujeito que, na revista *Deluxe*, aparece como autorizado a dizer o que é ser uma *empresária bem-sucedida* é representado por mulheres cujos negócios deram certo, que são referência no mercado. São mulheres bonitas, brancas, classe média alta, casadas, em sua maioria. O lugar de fala que elas ocupam coincide com a posição-sujeito em que elas se colocam, reconhecendo-se na figura da mulher competente e bem-sucedida que a revista discursiviza e põe em circulação.

O status desse sujeito mulher se modificou ao longo do tempo; passou de um sujeito sem direito a um trabalho remunerado, a um trabalho em que recebia baixa remuneração, depois a um trabalho em que somente algumas delas ganham mais. As mulheres objetivadas pela revista *Deluxe* estão categorizadas como parte do grupo que ganha mais, devido à sua dedicação, habilidades e qualificação.

As mulheres são mostradas como empresárias que se destacam no mercado, em seus diferentes ramos de atuação. Todas elas são caracterizadas por sua competência, determinação, habilidade para inovar, aproveitar oportunidades, dentre outras características que as colocam como líderes de mercado.

A empresária Andrea Nunes administra a empresa da família - uma lavanderia -, e também uma loja de fardamentos. Andrea Ramada deixou o trabalho como servidora pública

para empreender com uma loja de multimarcas. Daniella Fiquene gerencia uma empresa de consultoria. Danielle Braide é dona de um salão de beleza, líder no segmento. Guga Fernandes administra uma distribuidora de produtos e alimentos saudáveis, um escritório de consultoria empresarial e também trabalha como blogueira de moda. Patrícia Heluy é sócia de um centro automotivo e revendedor de pneus, empresa da família, onde trabalha com Marketing e relacionamento. Raquel de Carvalho é dona de uma loja de produtos orgânicos e naturais e franqueada de uma famosa marca da água alcalina. Valéria Coutinho é dona de uma construtora, líder de mercado.

Na revista, o sujeito mulher - as oito que ganham destaque no número que aqui analisamos - não tem interditada sua modalidade enunciativa, as empresárias posicionam-se e enunciam a partir de um lugar de fala, ao mesmo tempo em que são colocadas como objeto de destaque como mulheres bem-sucedidas.

Os processos de subjetivação/objetivação sempre são históricos e, nesse sentido, devem ser vistos “em sua ampla diversidade, nos modos de existência que produzem, conforme a época e o tipo de formação social que estejam sendo considerados” (FISCHER, 2002, p. 154) Isso implica dizer que “modos de existência, aprendidos nas mais diferentes dinâmicas de poder e saber, jamais são totalmente compactos e definitivos; pelo contrário, sempre há neles interstícios, fendas, possibilidades éticas e estéticas não pensadas pelos saberes e poderes em jogo” (FISCHER, 2002, p. 154). Assim, nosso olhar sobre o dispositivo mídia e a produção discursiva sobre a mulher empresária, aqui analisada, apresenta-se como uma dentre várias possibilidades de leitura sobre a subjetivação/objetivação desse sujeito.

O dispositivo mídia, por meio da revista *Deluxe*, examina o corpo do sujeito mulher e o submete à desarticulação, reconstituindo-o em seguida e objetivando o corpo do sujeito mulher empresária competente e que sabe aliar seus compromissos, objetivos e prazeres. Ao mesmo tempo, a mulher constrói sua subjetivação em sintonia com a objetivação que a revista apresenta sobre ela, identificando-se com a norma que define o que é ser uma *mulher empresária bem-sucedida*.

De um modo geral, todas as matérias que compõem a série especial sobre mulheres empreendedoras (um total de oito) apresentam estrutura semelhante, com temáticas que aparecem em todas elas. Há pelo menos cinco elementos que se repetem em todas as matérias e que contribuem para construir a ideia de *mulher empreendedora bem-sucedida*: trabalho, formação acadêmica, cuidados com a saúde/beleza, maternidade/família, caridade/fé/dedicação ao próximo. Cada um desses elementos se apresenta como fundamental para a constituição desse sujeito.

## REFERÊNCIAS

- AMÉRICO, Juliana. Por que a diversidade importa? **Você S/A**, 2020. Disponível em: <https://vocêsa.abril.com.br/mercado-vagas/diversidade-tecnologia/> Acesso em: 14 fev. 2020
- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A História em jogo**: a atuação de Michel Foucault no campo da historiografia. In: \_\_\_\_\_. **História**: a arte de inventar o passado – *Ensaio de teoria da história*. – Bauru: EDUSC, 2007. 256 p.
- ARAÚJO, Inês Lacerda. Foucault, um arqueogenealogista do saber, do poder e da ética. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, n. 35, p. 37-55, 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacfh/article/view/25396/22322> Acesso em: nov 2018.
- AZZI, Riolando. **História da Igreja no Brasil**: ensaio de interpretação a partir do povo. Terceira época: 1930-1964. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BARACUHY, Regina; SOUSA, Claudemir **Biopolítica, biopoder e cuidado de si na campanha antitabagista das embalagens de cigarro**. *Ilha Desterro*. vol.68, n.3, p.131-146, 2015. Disponível: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-80262015000300131&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-80262015000300131&lng=en&nrm=iso) Acesso em: 25 mai. 2018.
- BATISTA, Eraldo Leme; CLARK, Jorge Uilson; PADILHA. **As relações entre educação e trabalho sob a perspectiva do ideário nacional-desenvolvimentista no governo Juscelino Kubitschek (1956-1961)**. In: Seminário do Trabalho: Trabalho, Economia e Educação, 6., 2008, Marília: Universidade Estadual Paulista. Anais do VI Seminário do Trabalho, 2008.
- BAZZA, Adéli Bortolon. A constituição da subjetividade no discurso do idoso sobre si. **Revista Linguagem em (Dis)curso** – LemD, Tubarão, SC v.16, n. 3, p. 449 a 464, 2016. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-76322016000300449&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322016000300449&lng=en&nrm=iso) Acesso em: set. 2018
- BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe Miguel. **Feminismo e Política**: uma introdução. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2014.
- BOM, Olga. Vestindo a modernidade: revistas ilustradas, moda e consumo no Rio de Janeiro. **Revista Mediação**, Belo Horizonte, v.20, n. 27, p. 149-166, 2018. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/6187/pdf> Acesso em: 08 set. 2020.
- BUZAR, Benedito. O colonismo social antes e depois de Gerd. In: Blog do Buzar. **Blogs O Estado**. São Luís, 21 de junho de 2015. Disponível em <https://www.blogsoestado.com/buzar/2015/06/21/o-colunismo-social-antes-e-depois-de-gerd/> Acesso em: 14 set. 2018.
- BITTONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.
- BITTONI, Dulcília. **Mulher de Papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. 2ª ed. São Paulo: Editora Summus, 2009.
- Café Filho, golpe na transição, e Juscelino Kubitschek, Brasília e dívidas. Produção e locução de Rodrigo Vizeu. Presidente da Semana: Folha de São Paulo, 23 jul. 2018. *Podcast*. Disponível em: [https://open.spotify.com/episode/1ZxD3JpFecSimbpqc8hUCI?si=6cdCjN61RtO\\_21wFuEG6uA](https://open.spotify.com/episode/1ZxD3JpFecSimbpqc8hUCI?si=6cdCjN61RtO_21wFuEG6uA) Acesso em: 07 mai. 2019.

CARDOSO JR, Hélio Rebello; LEMOS, Flavia Cristina Silveira. A genealogia em Foucault: uma trajetória. *Psicol. Soc.* [online] vol.21, n.3, pp.353-357, 2009. Disponível em <https://www.scielo.br/pdf/psoc/v21n3/a08v21n3.pdf> Acesso em: 08 set. 2018.

Catálogo de jornais maranhenses do acervo da biblioteca pública Benedito Leite: 1821-2007. São Luís: Edições Secma, 2007. Disponível em: <http://casas.cultura.ma.gov.br/portal/bpbl/acervodigital/> Acesso em: 15 fev. 2020.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 1995.

COSTA, Simone da Silva. Mulher, mãe, trabalhadora, cidadã: condição feminina nas três primeiras décadas do Século XX. **Revista Paraibana de História**, ano I, n. 1, 2º semestre de 2014.

COURTINE, Jean-Jacques. **Decifrar o corpo: pensar com Foucault**. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis: Vozes, 2013.

CRUZ, Karina Garcia Santos. **Colunismo social e consagração de elites**. 2015. 113 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2015.

DELEUZE, Gilles. **Conversações - 1972-1990**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

\_\_\_\_\_. O que é um dispositivo. In: DELEUZE, G. **O mistério de Ariana**. Trad. Edmundo Cordeiro. Lisboa: Ed. Vega. 1996.

DIAS, Aline Passeri *et al.* Sobre a memória social dos “Anos Dourados”: Fusca, Copa do Mundo, Bossa Nova e Miss Brasil. **Psicologia: teoria e prática**. vol.13, n.3 p. 110-123, 2011. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-36872011000300009&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-36872011000300009&lng=pt&nrm=iso) Acesso em: 03 mai. de 2019.

DREYFUS, Hubert; RABINOW, Paul. **Michel Foucault: Uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Trad. de Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

EMERIM, Cárlica; COSTA, Luciano. Colunismo social e discurso: para quem e com quem a sociedade fala. In: **Encontro Nacional de Pesquisadores em História da Mídia**, 7., 2009. Fortaleza: Universidade de Fortaleza. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Colunismo%20social%20e%20discurso.pdf> Acesso em: 26 mar. 2019.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151-162, 2002. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1517-97022002000100011&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022002000100011&lng=en&nrm=iso) Acesso em: 24 de out. 2018.

FLOR de Lyz deixou sua marca no colunismo maranhense’. Imirante, 2011. Disponível em: <https://imirante.com/sao-luis/noticias/2011/05/30/flor-de-lyz-deixou-sua-marca-no-colunismo-maranhense.shtml> Acesso em: 14 set. 2018.

FONSECA-SILVA, Conceição. Enunciado, objetos de discursos e domínio de memória. In: MILANEZ, Nilton; GASPAR, Nádea Regina. (Orgs.) **A (des)ordem do discurso**. São Paulo, 2010.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves, 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008a.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso**. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. 5ª. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

\_\_\_\_\_. **Ditos e Escritos II: Arqueologia das Ciências e história dos sistemas de pensamento**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008b.

\_\_\_\_\_. **Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

\_\_\_\_\_. Genealogia e Poder (1976). In \_\_\_\_\_. **Microfísica do Poder**. Org. e Trad. de Roberto Machado. 9ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019.

\_\_\_\_\_. **História da loucura na Idade Clássica**. Trad. José Teixeira Coelho Netto. São Paulo: Perspectiva, 1972.

\_\_\_\_\_. **História da Sexualidade - O uso dos prazeres e as técnicas de si. v. 2**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

\_\_\_\_\_. **História da Sexualidade I: Vontade de Saber**. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 13ª ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

\_\_\_\_\_. **Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979)**. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008c.

\_\_\_\_\_. **Os anormais: curso no Collège de France (1974-1975)**. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

\_\_\_\_\_. **O nascimento da clínica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1979.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Org. e Trad. de Roberto Machado. 9ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019.

\_\_\_\_\_. Nietzsche, a Genealogia, a História (1971). In \_\_\_\_\_. **Microfísica do Poder**. Org. e Trad. de Roberto Machado. 9ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019.

\_\_\_\_\_. **Segurança, Território, População: Curso dado no Collège de France (1977-1978)**. Trad. de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008d.

\_\_\_\_\_. Soberania e Disciplina (1976). In \_\_\_\_\_. **Microfísica do Poder**. Org. e Trad. de Roberto Machado. 9ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019.

\_\_\_\_\_. Sobre a História da Sexualidade (1977). In \_\_\_\_\_. **Microfísica do Poder**. Org. e Trad. de Roberto Machado. 9ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019.

\_\_\_\_\_. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H. & RABINOW, P. **Michel Foucault. Uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-249.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir: nascimento da prisão (1975)**. Tradução de Raquel Ramalhete. 42ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

FREITAS, Leila Karla Moraes. **Discurso, mídia e memória na (re)construção da história da sexualidade feminina**. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Pau dos Ferros, 2012.

FUJISAWA, Marie Suzuki. **Das Amélias às mulheres multifuncionais**: a emancipação feminina e os comerciais de televisão. São Paulo: Summus, 2006.

GOMES, Gabriela Sousa. **Discursos de subjetivação do professor**: técnicas e biopolíticas. 2019. 108 f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Marabá, 2019.

GONÇALVES, José Henrique Rollo. **Escavando o chão da futilidade**: colunas sociais, fontes para o estudo de elites locais. *Revista de História Regional*, v.4, n.2, p. 35-59, 1999. Disponível em: <http://www.eventos.uepg.br/ojs2/index.php/rhr/article/view/2082> Acesso em: 26 mar. 2019.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso, história e identidades na mídia**. Universidade Estadual de São Paulo, Araraquara, 2007.

\_\_\_\_\_. **Análise do discurso na mídia**: a (re) produção de identidades. Universidade Estadual de São Paulo, Araraquara, 2007.

\_\_\_\_\_. **Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentido**: mídia e produção de identidades. *In*: Seminário de Análise do Discurso, 2., 2005, Porto Alegre. Atas do Seminário de Análise do Discurso, Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

GUILHAUMOU, Jacques; MALDIDIER, Denise. Efeitos do arquivo. A análise do discurso no lado da história. *In*: ORLANDI, Eni Puccinelli (Org.) [et al]. **Gestos de leitura**: da história no discurso. 3ª ed. Campinas, SP. Editora da Unicamp, 1997, p. 163 a 183.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. Trad. Maria Lúcia Lopes da Silva. 1ª ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

IBQP SEBRAE. GEM – Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. Relatório executivo. 2012. Disponível em <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/gem%20relat%C3%B3rio%20executivo%202012.pdf> Acesso em: 12 abril 2018.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. Resumo Técnico do Censo da Educação Superior 2017. Disponível em [http://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/censo\\_superior/resumo\\_tecnico/resumo\\_tecnico\\_censo\\_da\\_educacao\\_superior\\_2017.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/resumo_tecnico/resumo_tecnico_censo_da_educacao_superior_2017.pdf) Acesso em: set 2019.

LARROSA, Jorge. Tecnologias do eu e educação. *In* SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). **O sujeito da educação**: estudos foucaultianos. Petrópolis, Vozes, 1994, p. 35-86.

LEÃO, Danuza. **Na sala com Danuza**. São Paulo: Siciliano, 1992.

\_\_\_\_\_. **Quase tudo**: memórias. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LEMAN-WELTMAN, Fernando. Os anos JK: o governo de Juscelino Kubitschek. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Sociedade/Televisao> Acesso em abril de 2019.

LIMA, Cláudia Castro de; MELLO, Kátia; IODICE, Julianna. As mulheres mais poderosas do Brasil. **Forbes**, 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2019/05/as-mulheres-mais-poderosas-do-brasil-3/> Acesso em: 08 fev. 2020.

LIMA, Félix Alberto. Flor de Lyz por ela mesma. In: **Blog O Redemoinho**. São Luís, 31 de maio de 2011. Disponível em: <http://oredemoinho.blogspot.com/2011/05/flor-de-lyz-por-ela-mesma.html> Acesso em: 14 set. 2018.

LOPEZ, Laura Ancona. Para An Verhulst-Santos, presidente da L'Oreal Brasil, "toda mulher nasce CEO". **Revista Marie Claire**, 2019. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Work/noticia/2019/12/para-verhulst-santos-presidente-da-loreal-brasil-toda-mulher-nasce-ceo.html> Acesso em: 02 fev. 2020.

MARIA, Maurício de Fraga Alves. Das gossip columns às novas colunas sociais brasileiras. **Revista Histórica**, São Paulo, n. 33, 2008. Disponível em: <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao33/materia03/> Acesso em: 23 out. 2018.

MERYER, Marlise Regina. **Representações do desenvolvimento nas fotorreportagens da Revista O Cruzeiro (1955-1957)**. Tese (Doutorado em História) - Programa de Pós-Graduação em História. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

MILANEZ, Nilton. Corpo cheiroso, corpo gostoso: unidades corporais do sujeito no discurso. *Revista Language and Culture*, Maringá, v. 31, n. 2, p. 215-222, 2009. Disponível em <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciLangCult/article/view/6684> Acesso em: 16 jul. 2018.

\_\_\_\_\_. **Discurso e Imagem em Movimento: o corpo horrorífico do vampiro no trailer**. São Carlos: Claraluz, 2011.

\_\_\_\_\_. **As aventuras do corpo: dos modos de subjetivação às memórias de si em revista impressa**. 2006. 210 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa. Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2006.

MORAES, Marcos Vinicius Malheiros. 2018. *Genealogia* - Michel Foucault. In: **Enciclopédia de Antropologia**. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia. Disponível em: <http://ea.fflch.usp.br/conceito/genealogia-michel-foucault> Acesso em: 14 jan. 2020.

NETO, Sydenhan Lourenço. Modernização, crise e protesto popular: a questão do abastecimento nos anos 50. In: **Simpósio Nacional de História**, 26., 2011. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História, 2011.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. **Cidade dos Artistas: Cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2004.

PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2006.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. Trad. Ângela M.S. Corrêa. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2019.

Princípio de empoderamento das mulheres. ONU Mulheres. Disponível em <https://www.onumulheres.org.br> Acesso em 05 de agosto de 2018.

PRIORE, Mary Del. Magia e Medicina na colônia: o corpo feminino. In \_\_\_\_\_. **História das Mulheres no Brasil**. 10ª ed. São Paulo: Contexto, 2018.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. *In*: PRIORE, Mary Del (org). **História das Mulheres no Brasil**. 10ª ed. São Paulo: Contexto, 2018.

Relatório Anual de Informações Sociais 2018. Programa de Disseminação de Estatísticas do Trabalho da Secretaria do Trabalho - Ministério da Economia. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/images/rais2018/nacionais/3-sumario.pdf> Acesso em março de 2020.

REVISTA DELUXE, São Luís, Editora Deluxe, edição 37, 2016.

SOBRINHO, Pedro. Morreu aos 82 anos, a jornalista e colunista social Flor de Lyz. *In*: Imirante, 29 de maio de 2011. Disponível em: <https://imirante.com/sao-luis/noticias/2011/05/29/morreu-aos-82-anos-a-jornalista-e-colunista-social-flor-de-lys.shtml> Acesso em: 14 set. 2018.

SOUSA, Claudemir. **Governamentalidade, corpo e imagem**: a constituição do sujeito fumante em campanhas antitabagistas nas embalagens de cigarro. 2015. Dissertação (Mestrado Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

SOUZA, Rogério Martins de. A sedução do colunismo: Uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat. *In*: **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/40495660806795876579828905832247877585.pdf> Acesso em: 20 out. 2018.

STAMATTO, Maria Inês Sucupira. Um olhar na história: a mulher na escola (Brasil: 1549-1910). II Congresso Brasileiro de História da Educação, Natal, RN, 2002.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. *In*: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

## ANEXOS

ANEXO 1 - TERMO DE AUTORIZAÇÃO E REPRODUÇÃO DE CONTEÚDO  
DA REVISTA DELUXE

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE REPRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Eu, Isaluzangan Fernandes e Silva de Castro,  
editora-chefe da revista Deluxe, publicação pertencente à Deluxe  
Comunicação e Marketing Ltda., inscrita sob o CNPJ 095959160001/06,  
telefone (98) 3235-9285, localizada no endereço Av. Borborema, Quadra 18,  
nº 22, Calhau, São Luís-MA, autorizo o uso e reprodução dos conteúdos da  
edição nº 37, ano 2016, do referido veículo, a título gratuito, em análises e  
publicações acadêmicas realizadas no âmbito da pesquisa desenvolvida no  
Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal do  
Maranhão, por Leticia Maciel do Vale, RG 0215879020025, CPF  
03484303379, telefone (98) 99231-1863, residente no endereço Rua Laura  
Vasconcelos, 4, Anil. O uso acima é aplicado a todo o território nacional e no  
exterior, em plataformas de divulgação científica em todas as suas  
modalidades (revistas, livros, catálogos, eventos, etc.). Declaro, assim, que  
autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a qualquer  
título que seja sobre direitos autorais, de imagem ou a qualquer outro.

São Luís, MA, 31 de maio de 2019

Isaluzangan Fernandes e S. de Castro  
Editora-chefe da revista Deluxe

Leticia Maciel do Vale  
Leticia Maciel do Vale  
Responsável pela pesquisa

## ANEXO 2 - MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA ANDREA NUNES



FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 08.

Dinâmica, flexível e empreendedora. Essa é Andrea Cutrim de Mendonça Nunes. Crescida num ambiente onde o empreendedorismo fluía por toda a família, iniciou sua vida profissional muito cedo. À frente de uma das pioneiras e maiores lavanderias do Estado, a Lavamatic, oferece serviços que vão desde a lavagem ao conserto e ajuste de roupas. Da higienização de carrinho de bebê aos serviços de sapataria. O êxito na administração da empresa da família, mais tarde, seria o know-how para a Boutique das Fardas.

Seus conhecimentos e expertise como administradora foram adquiridos através da convivência com o pai e a graduação em administração de empresas. Formada também no curso de direito, a empresária atua como Presidente no Conselho Fiscal da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA), e para manter-se atualizada com as novidades do mercado e crescimento da empresa, a profissional participa periodicamente de cursos no Sebrae, frequenta palestras sobre gestão e empreendedorismo e busca sempre conselhos de um coach.

Para acompanhar a velocidade das informações e tendências do mercado, é preciso ter algumas habilidades essenciais, entre elas: ser crítico, selecionar informações, demonstrar personalidade, conectar-se com as pessoas e concluir suas tarefas. Essas e outras habilidades ajudaram a empresária Andrea Nunes a tornar referência no segmento em que atua.

De acordo com a proprietária da Lavamatic, não existe uma receita para o sucesso. No entanto, Andrea aponta uma característica imprescindível para alcançá-lo. “A capacidade de inovar constantemente, de andar sempre à frente da maioria, justificando a cada dia a razão de sua existência”. E para aguentar todas as

atividades diárias e a responsabilidade de estar sempre à frente de um mercado promissor, Andrea Nunes não descuida da alimentação e pratica atividades físicas regularmente.

Gerenciar um negócio não é fácil, ainda mais quando se é casada e mãe de três filhos. O desafio de desempenhar as três funções de empresária, mãe e mulher não impediu que Andrea acreditasse nos seus sonhos e conciliasse a vida profissional e pessoal. O resultado do esforço é uma família unida e um negócio próspero.

### ANEXO 3 - MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA ANDREIA RAMADA



FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 09.

Uma pessoa de alto astral, moderna, atualizada que nunca se permitiu ficar na “zona de conforto”. Andreia Ramada era funcionária pública federal, mas o seu lado empreendedor e o gosto pela moda sempre estiveram presentes nos seus pensamentos. Começou a empreender com uma loja multimarcas de moda feminina e em seguida tornou-se franqueada de *TheLure*, grife paulista de moda feminina, voltada para a mulher moderna, presente em várias cidades do Brasil, sendo precursora da marca em todo o Nordeste.

Profissional e empenhada em fazer o que gosta e atenta nas novidades, Andreia percebeu no mercado local uma oportunidade promissora para seu negócio. Graduada em Turismo, pós-graduada em Planejamento de Recursos Humanos e cursando o último ano do curso de Direito, trabalha também como Conselheira Fiscal na Direção da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA).

Uma análise feita pela franqueada da *TheLure* mostra que a atual recessão econômica no país é o momento para revelar as grandes empreendedoras: “Não vejo a recessão econômica como um problema para meu negócio, ao contrário,

vejo como uma oportunidade de mudança e de investimento naquilo que ninguém aposta no momento com novas propostas e novos projetos. Sempre vai existir consumidor para o seu produto, principalmente se você tem algum diferencial”. Com uma rotina de muito trabalho, reuniões, viagens, vida social e pessoal, a dedicação à saúde não fica de lado. A empresária faz todas as consultas médicas regulares, não falta às visitas ao nutrólogo e faz acompanhamento ortomolecular, além de praticar exercícios físicos. Em sua jornada, a empresária sempre busca ajudar o próximo através de campanhas, bazares e leilões beneficentes com doações de peças da loja.

## ANEXO 4 - MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA DANIELLA FIQUENE



FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 10.

Determinação é a sua principal característica. É uma pessoa prestativa e está sempre alegre. Daniella Andrade Fiquene saiu da casa dos pais aos 16 anos para estudar e construir uma carreira. Graduiu-se aos 22 anos e abriu seu negócio aos 23, hoje é Diretora da empresa *D. Andrade Consultoria*, especializada na prestação de serviços em qualidade de vida, gestão de pessoas e saúde ocupacional. Com MBA em gestão de pessoas a empresária ocupa a direção de Ações Sociais na Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA).

A inspiração para o seu negócio surgiu como necessidade de implantar programas de qualidade de vida para grandes empresas. Com uma visão empreendedora inovou no mercado local e no segmento de gestão de pessoas, com trabalho de recrutamento e seleção, além de inúmeras palestras e treinamento. Sua empresa especializou-se também na área de saúde ocupacional, com realização de

periódicos, exames clínicos, Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), no ambiente da organização, otimizando o tempo e conforto dos colaboradores e agilidade para as empresas.

Com potencial para ampliar suas atividades para as regiões Norte-Nordeste, a empresária tem na busca pela inovação uma de suas principais características nos negócios. “Atualmente estamos com projetos no Maranhão, Pará, Ceará e Piauí. Nossa expectativa e meta é expandir nossa atuação para os 10 estados a médio prazo”.

Imersa nas inúmeras decisões que precisa tomar diariamente, pode parecer impossível que Daniella tenha tempo para fazer outra coisa. Mas ela encontra: para a leitura – atualmente lê “Poder do Hábito de Charles Duhigg” e adora viajar com o marido Aristobulo Fiquene, engenheiro e empresário. E para manter-se atualizada sempre busca cursos e novidades na sua área. E, claro, se dedica com empenho e carinho à família, seu bem mais precioso.

## ANEXO 5 - MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA DANIELLE BRAIDE



FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 11.

Uma mulher de personalidade, feminina, sofisticada e com alguns anos bem vividos que a tornaram uma empresária de sucesso. Com uma visão empreendedora e sempre atenta às novidades do mundo da moda, Danielle Santos Braide Maciel investiu no mercado da beleza e tornou-se proprietária do *Salão de Beleza Dot Beauty*. A *Chandon Brasil* patrocina apenas um Salão de Beleza no Maranhão, o dela. Está entre os 45 melhores salões do país, segundo a *Kérastase Brasil*.

A empresária sempre quis ser uma mulher independente e viu nos estudos a melhor ponte para a profissionalização. Bacharel em Administração de Empresas pela

PUC – Campinas e pós-graduada em Marketing pela ESPM tem ainda formação em marketing pela Universidade da Califórnia. Além de administrar a empresa também é Diretora de Marketing na Associação de Mulheres Empreendedoras no Maranhão (AME-MA).

O mercado da beleza é altamente atrativo e promissor. Uma pesquisa do sindicato das empresas em estética e cosmetologia de São Paulo estimou o crescimento de 160% para o setor em 2015. Entretanto, mesmo com um horizonte tão seguro, a crise econômica fez com que Danielle se exigisse mais: “Junto com minha equipe, temos conseguido driblar ameaças, diminuir nossa fraqueza e aprimorar nossas qualidades.”

Dedicação, determinação e foco são os ingredientes indispensáveis para atingir o sucesso. “É preciso ter paixão pelo que faz, respeito por seus concorrentes”, analisa.

Cuidar da mente e do corpo também é necessário para esta empreendedora bem sucedida. Atividades físicas e cuidados com a saúde não faltam. E são essas suas dicas. “Correr na praia, passar protetor solar diariamente, beber água de coco, sorrir sempre e estar de bem com a vida, receber de braços abertos o nascer e o pôr do sol, praticar esportes, beber muita água e comer comidas saudáveis”. Nos momentos de lazer, Danielle Braide Maciel gosta de reunir os amigos para uma boa conversa com “ostras, caranguejo e chandon”.

A maior inspiração da empresária sempre foi a família, que desde sempre apoiou suas decisões. Seus pais ensinaram a trilhar o caminho certo com bons exemplos e conselhos, os filhos e o marido são alicerces de suas conquistas e Francisca Lima Silva, a mulher que ajudou e ajuda até hoje a cuidar da sua maior riqueza, os filhos. Assim como sua tia, Marlene Braide Serafim, que enquanto viveu, esteve presente na vida empresária no período que a mesma estudava em São Paulo, aprimorando seus estudos para se tornar uma grande empreendedora no seu segmento. O sucesso depende da ajuda e confiança de pessoas especiais para conquistá-lo.

## ANEXO 6 - MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA GUGA FERNANDES

MULHERES QUE EMPREENDEM

# GUGA FERNANDES

Imagine uma pessoa inquieta, de espírito leve e de um otimismo contagiante. Essa é Guga Fernandes. Alegre, espontânea, ela adora fazer novas amizades e tem no nome o que considera mais precioso, tanto que utiliza Guga Fernandes como marca. A dedicação aos inúmeros empreendimentos faz dela uma empreendedora incansável e em constante aprendizado.

Dedicada e disciplinada em igual proporção nas empresas e em suas relações pessoais, Guga Fernandes tem a medida certa do carinho à equipe de trabalho e à família, como se um fosse a extensão do outro, uma linha contínua.

Graduada em Ciências Contábeis com mestrado em Auditoria Contábil, tem ainda formação em jornalismo de moda e figurino de TV digital. Administra uma empresa especializada na distribuição de produtos e alimentos saudáveis, a *Real Distribuidora*. A paixão por uma vida saudável e moda faz com que Guga divida seu tempo entre os negócios associados a essas duas áreas e o escritório de consultoria empresarial. “Tem gente que acha que eu sou só blogueira de moda. Se pudesse, eu realmente só faria isso, mas infelizmente essa profissão não paga todas as minhas contas [risos]. E muito menos sou uma autoridade ou especialista em moda, sou sim, uma curiosa no assunto” diz.

Outro talento de Guga Fernandes é a capacidade de agregar e compartilhar prosperidade, o que fez nascer a Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA). Era a oficialização de uma associação a partir de um grupo de WhatsApp. “Saímos da rede social para o cadastro nacional de pessoas jurídicas”, resume.

Crise econômica, recessão? Nada disso tira o sossego de Guga Fernandes. Para ela o atual momento é indispensável a todos que se consideram empreendedores. “A turbulência precisa existir para nos deixar preparados para superá-la. As dificuldades vão sempre existir, são a mola propulsora, a adrenalina que gera o entusiasmo para o empresário prosperar”.

Porto seguro - A família é seu ponto de partida para todas as empreitadas. Dos filhos recebe altas doses de vigor para buscar sempre algo novo e transformador e do marido José Ribamar Pires de Castro Filho, o apoio incontestável. “No diário de vida de qualquer empresário, os erros vêm antes de todos os acertos. Ao longo do tempo aprendi que turbulências sempre irão acontecer, só depende de cada um escolher de qual lado escolher ficar”, diz a empresária, que revela, ainda, que sempre opta por seguir o caminho do otimismo, da prosperidade, da esperança e da fé. “Acredito 100% em tudo que eu faço, planejo, sigo cada detalhe, sou muito



focada e primo por detalhes que os demais não dão importância. Eu e Pires sempre nos demos bem por isso, não sei esperar, não sou acomodada, se as coisas não estão do jeito que eu quero, dou um jeito de fazer acontecer”.

Segundo Guga, o ramo empresarial costuma valorizar quem se antecipa, quem chega antes e escuta bem uma atividade, seja em casa, na empresa, em qualquer lugar. “E eu sou assim, visionária, penso sempre no resultado das minhas ações, vejo tudo na frente, sempre vou escolher o lado do fazer bem feito”.

Nos momentos de reflexão, Guga busca sempre conforto em sua fé. “Converso diariamente com Deus, sigo os ensinamentos de Jesus Cristo e procuro sempre me orientar pelo Espírito Santo. Aprender sobre liderança por meio dos ensinamentos bíblicos faz de você um líder mais preciso, honesto e sensato em suas escolhas, faz você saber o que tem e amar o que tem”, finaliza.

DELUXE BUSINESS 12

FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 12.

Imagine uma pessoa inquieta, de espírito leve e de um otimismo contagiante. Essa é Guga Fernandes. Alegre, espontânea, ela adora fazer novas amizades e tem no nome o que considera mais precioso, tanto que usa Guga Fernandes como marca. A dedicação aos inúmeros empreendimentos faz dela uma empreendedora incansável e em constante aprendizado.

Dedicada e disciplinada em igual proporção nas empresas e em suas relações pessoais, Guga Fernandes tem a medida certa do carinho à equipe de trabalho e à família, como se um fosse a extensão do outro, uma linha contínua.

Graduada em Ciências Contábeis com mestrado em Auditoria Contábil, tem ainda formação em jornalismo de moda e figurino de TV digital. Administra uma empresa especializada na distribuição de produtos e alimentos saudáveis, a *Real Distribuidora*. A paixão por uma vida saudável e moda faz com que Guga divida seu tempo entre os negócios associados a essas duas áreas e o escritório de consultoria empresarial. “Tem gente que acha que eu sou só blogueira de moda. Se pudesse, eu realmente só faria isso, mas infelizmente essa profissão não paga todas as minhas contas [risos]. E muito menos sou uma autoridade ou especialista em moda, sou sim, uma curiosa no assunto”, diz.

Crise econômica, recessão? Nada disso tira o sossego de Guga Fernandes. Para ela o atual momento é indispensável a todos que se consideram empreendedores. “A turbulência precisa existir para nos deixar preparados para superá-la. As

dificuldades vão sempre existir, são a mola propulsora, a adrenalina que gera o entusiasmo para o empresário prosperar”.

Porto seguro – A família é seu ponto de partida para todas as empreitadas. Dos filhos recebe altas doses de vigor para buscar sempre algo novo e transformador e do marido José Ribamar Pires de Castro Filho, o apoio incontestável. “No diário de vida de qualquer empresário, os erros vêm antes de todos os acertos. Ao longo do tempo aprendi que turbulências sempre irão acontecer, só depende de cada um escolher de qual lado escolhe ficar”, diz a empresária, que revela, ainda que sempre opta por seguir o caminho do otimismo, da prosperidade, da esperança e da fé. “Acredito 100% em tudo que eu faço, planejo, sigo cada detalhe, sou muito focada e primo por detalhes que os demais não dão importância. Eu e Pires sempre nos demos bem por isso, não sei esperar, não sou acomodada, se as coisas não estão do jeito que eu quero, dou um jeito de fazer acontecer”.

Segundo Guga, o ramo empresarial costuma valorizar quem se antecipa, quem chega antes e executa bem uma atividade, seja em casa, na empresa, em qualquer lugar. “E eu sou assim, visionária, penso sempre no resultado das minhas ações, vejo tudo na frente, sempre vou escolher o lado do fazer bem feito”.

Nos momentos de reflexão, Guga busca sempre conforto em sua fé. “Converso diariamente com Deus, sigo ensinamentos de Jesus Cristo e procuro sempre me orientar pelo Espírito Santo. Aprender sobre liderança por meio dos ensinamentos bíblicos faz de você um líder mais preciso, honesto, sensato em suas escolhas, faz você saber o que tem e amar o que tem”, finaliza.

## ANEXO 7- MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA PATRÍCIA HELUY

**L**iderar é saber definir alvos, orientar tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, estimular pessoas e favorecer relações equilibradas dentro da equipe de trabalho. Assim é a empresária Patrícia Costa Heluy, sócia do Centro Automotivo RIPEL e Revendedor de Pirelli Michelin. Além dessas atribuições, Patrícia também é vice-presidente da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA).

Patrícia Costa Heluy sempre foi uma pessoa de boas relações e com interesse pelas questões sociais, o que explica ter buscado uma profissão que permitisse a ela atuar em benefício do próximo: fez Serviço Social, na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Alado a essa vocação, Patrícia também sempre teve o lado empreendedor muito afeiçoado e grande interesse pela área de vendas. “É essa paixão que faz com que eu me dedique ao meu trabalho e isso me garanta ótimos resultados”, justifica.

A história profissional de Patrícia começou cedo. Aos 20 anos de idade conquistou o seu primeiro emprego formal, na Companhia Energética do Maranhão (Cemar). Foi quando começou a ganhar experiência para ajudar sua família nos negócios. Daí em diante foram desafios diários e uma rotina corrida. Em 2000, ela e a irmã decidiram montar uma loja multimarcas, com foco em roupas de banho e fitness. “Foi quando realizei o sonho de manter um contato diário com clientes e colaboradores”, revela. A RIPEL, Centro Automotivo e Revendedora de Pirelli Michelin surgiu na vida de Patrícia em 2005. “Decidi trabalhar na empresa da família e foi aqui que me realizei profissionalmente. Trabalho com marketing e relacionamento direto com os funcionários. Amo o que faço”.

Patrícia busca sempre estar atualizada com as demandas do mercado, participa de palestras de coaching e workshops. Ela afirma que não existe receita para ser bem sucedida, mas existem ingredientes comuns a todas as pessoas de sucesso. “É como preparar um bolo, cada um tem



**MULHERES QUE EMPREENDEM**

# PATRÍCIA HELUY

a sua receita e seus segredos no preparo. Assumir riscos, identificar oportunidades, buscar conhecimentos e planejar estratégias de novos negócios, esses são alguns elementos indispensáveis, porém temos que ser ousadas e corajosas”.

O trabalho e dedicação também são fundamentais, segundo Patrícia Heluy, para o sucesso profissional. “Meu pai, Ricardo Costa, tem 81 anos e até hoje trabalha como se tivesse 18 anos! Ele é minha grande referência na vida, ao lado do meu irmão, Ricardo Medeiros, que é exemplo de profissional e líder”.

A empresária diz que a essência do empreendedorismo está no aproveitamento de novas oportunidades. “É por isso que enxergo a atual recessão econômica do país uma grande chance de buscar novas alternativas para o negócio, mesmo com os altos impostos e desafios”.

Apesar de viver correndo para aproveitar cada minuto de seu dia, Patrícia Heluy ainda consegue espaço na agenda para se dedicar ao próximo, por essa razão é frequentemente vista na organização de ações beneficentes. “Não só ajudo como participo. Entendo que doar não é simplesmente assinar um cheque ou mandar entregar cestas básicas a uma igreja ou entidade beneficente. Para que seu ato seja eficaz, é preciso participar”, sentencia a empresária, que acredita, ainda, seu sucesso na vida empresarial a sua fé. “Trabalho com dedicação, determinação e amor, sempre com Jesus Cristo no comando das minhas ações”. Além disso, diz a empresária, a família é sempre prioridade. “O convívio permanente com meu marido, Hector Heluy Filho, e meus filhos, Mariana e Matheus, é o que me dá energia para lidar com uma rotina tão atribulada e vontade de ser cada vez melhor, em todos os segmentos da minha vida”.

FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 13.

Liderar é saber definir alvos, orientar tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, estimular pessoas e favorecer relações equilibradas dentro da equipe de trabalho. Assim é a empresária Patrícia Costa Heluy, sócia do Centro Automotivo RIPEL e Revendedor de Pneus Michelin. Além dessas atribuições, Patrícia também é vice-presidente da Associação de Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA).

Patrícia Costa Heluy sempre foi uma pessoa de boas relações e com interesse pelas questões sociais, o que explica ter buscado uma profissão que permitisse a ela atuar em benefício do próximo: fez Serviço Social, na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Aliado a essa vocação, Patrícia também sempre teve o lado empreendedor muito aflorado e grande interesse pela área de vendas. “É essa paixão que faz com que eu me dedique ao meu trabalho e isso garante ótimos resultados”, justifica.

A história profissional de Patrícia começou cedo. Aos 20 anos de idade conquistou seu primeiro emprego formal, na Companhia Energética do Maranhão (Cemar). Foi quando começou a ganhar experiência para ajudar sua família nos negócios. Daí em diante foram desafios diários e uma rotina corrida. Em 2000, ela e a irmã decidiram montar uma loja multimarcas, com foco em trajes de banho e fitness. “Foi quando realizei o sonho de manter o contato diário com clientes e colaboradores”, revela. A RIPEL Centro Automotivo e Revendedora de Pneus Michelin surgiu na vida de Patrícia em 2005. “Decidi trabalhar na empresa da família e foi aqui que me realizei profissionalmente. Trabalho com marketing e relacionamento direto com funcionários. Amo o que faço”.

Patrícia busca sempre estar atualizada com as demandas do mercado, participa de palestras de coaching e workshops. Ela afirma que não existe receita para ser bem-sucedida, mas existem ingredientes comuns a todas as pessoas de sucesso. “É como preparar um bolo, cada um tem a sua receita e seus segredos no preparo. Assumir riscos, identificar oportunidades, buscar conhecimentos e planejar estratégias de novos negócios, esses são alguns elementos indispensáveis, porém temos que ser ousadas e corajosas”.

O trabalho e dedicação também são fundamentais, segundo Patrícia Heluy, para o sucesso profissional. “Meu pai, Ricardo Costa, tem 81 anos e até hoje trabalha como se tivesse 18 anos! Ele é minha grande referência na vida, ao lado do meu irmão, Ricardo Medeiros, que é exemplo de profissional e líder”.

A empresária diz que a essência do empreendedorismo está no aproveitamento de novas oportunidades. “É por isso que enxergo a atual recessão econômica do país uma grande chance de buscar novas alternativas para o negócio, mesmo com os altos impostos e desafios”.

Apesar de viver correndo para aproveitar cada minuto do seu dia, Patrícia Heluy ainda consegue espaço na agenda para se dedicar ao próximo, por essa razão é frequentemente vista na organização de ações beneficentes. “Não só ajudo como participo. Entendo que doar não é simplesmente assinar um cheque ou mandar cestas básicas a uma igreja ou entidade beneficente. Para que seu ato seja eficaz, é preciso participar”, sentencia a empresária, que credita, ainda, seu sucesso na vida empresarial a sua fé. “Trabalho com dedicação, determinação e amor, sempre com Jesus Cristo no comando das minhas ações”. Além disso, diz a empresária, a família é sempre prioridade. “O convívio permanente com meu marido, Heitor Heluy Filho, e meus filhos, Mariana e Matheus, é o que me dá energia para lidar com uma rotina tão atribulada e vontade de ser cada vez melhor, em todos os segmentos da minha vida!”.

## ANEXO 8 - MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA RAQUEL CARVALHO

MULHERES QUE EMPREENDEM

# RAQUEL ARAÚJO DE CARVALHO



**R**aquel Araújo de Carvalho se define como uma pessoa da paz, e sempre em busca do conhecimento. Além de proprietária da loja *Ilha Verde Orgânicos & Naturais* é franqueada da *Acqualive Group*, marca referência no incentivo ao consumo de Água Alcalina para melhorar a saúde, a empresária trabalha também como Diretora de Eventos Sociais da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA).

A paixão em cuidar da beleza associada à saúde e bem estar fez de Raquel Carvalho uma empresária de sucesso. Formada em Estética e Cosmetologia, pós-graduada em Ortomolecular e cursando uma segunda graduação em Biomedicina, há dez anos teve a primeira experiência como empresária. Seu marido, o também empresário Guilherme Cortez é o melhor parceiro de negócios que poderia ter.

Seu cuidado com o bem-estar vai além dos exercícios físicos. Como profissional da saúde e com expertise avançada quando o assunto é o conhecimento do corpo, toma a medida certa que o corpo precisa de Água Alcalina, diariamente, e suplementos com nutrientes otimizados e síntese de nutrição celular. Tudo isso, sem abrir mão dos exames periódicos.

Determinação, dedicação, paixão e nunca desistir diante de eventuais erros ou fracassos é a sua receita de sucesso. A corrida vida de empresária, reuniões, viagens e vida social só são possíveis por causa desses cuidados com o corpo e a mente. O recado que deixa é: "Não permita que seu corpo domine seu cérebro e sim que seu cérebro possa dominar seu corpo".

FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 14.

Raquel Araújo de Carvalho se define como uma pessoa da paz, e sempre em busca de conhecimento. Além de proprietária da Loja *Ilha Verde Orgânicos & Naturais* é franqueada da *Acqualive Group*, marca referência no incentivo ao consumo de Água Alcalina para melhorar a saúde, a empresária trabalha também como Diretora de Eventos Sociais da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA).

A paixão em cuidar da beleza associada à saúde e bem-estar fez de Raquel Carvalho uma empresária de sucesso. Formada em Estética e Cosmetologia, pós-graduada em Ortomolecular e cursando uma segunda graduação em Biomedicina, há dez anos teve a primeira experiência como empresária. Seu marido, o também empresário Guilherme Cortez, é o melhor parceiro de negócios que poderia ter.

Seu cuidado com o bem-estar vai além de exercícios físicos. Como profissional da saúde e com expertise avançada quando o assunto é o conhecimento do corpo, toma a medida certa que o corpo precisa de Água Alcalina, diariamente, e suplementos com nutrientes otimizados e síntese de nutrição celular. Tudo isso, sem abrir mão dos exames periódicos.

Determinação, dedicação, paixão e nunca desistir diante de eventuais erros ou fracassos é a receita do sucesso. A corrida vida de empresária, reuniões, viagens e vida social só são possíveis por causa desses cuidados com o corpo e a mente. O recado que deixa é: "Não permita que seu corpo domine seu cérebro e sim que seu cérebro possa dominar o corpo".

## ANEXO 9 - MATÉRIA SOBRE A EMPRESÁRIA VALÉRIA COUTINHO

MULHERES QUE EMPREENDEM



**VALÉRIA  
AMORIM  
COUTINHO**

**B**aiana de alma Cearense e coração Maranhense. Com 40 anos de muito amor pela vida, dedicação ao trabalho e a família, e paixão por números, Valéria Amorim Coutinho é uma empreendedora bem sucedida no ramo da construção civil. Ela é proprietária da *Amorim Coutinho Engenharia e Construções*, a 15ª empresa no ranking das maiores construtoras do Brasil em números de lares construídos no Programa "Minha Casa Minha Vida". Quase 15 mil unidades construídas.

A empresária tem um dia agitado e trabalha quase onze horas por dia. Formada em Engenharia Civil pela Universidade Federal do Ceará, com MBA em Gestão Empresarial (FGV) e MBA em Finanças, Controladoria e Auditoria (FGV), ainda pensa em um terceiro MBA. "Adoro estudar, aprender!". Mesmo com tantas atribuições, Valéria Coutinho é Diretora Cultural da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA) a qual ajudou a fundar.

O mercado imobiliário é muito promissor para um grande ciclo de atividades econômicas e, em tempos de recessão, a empresária vê grandes oportunidades e não ameaças. "O importante em tempos mais apertados é antever que algo poderá acontecer e se preparar para isso. E nesse ponto que a recessão passa a ser oportunidade."

Sua fonte de inspiração pessoal é a família. "Eles me dão coragem e capacidade de enfrentar desafios pela simples presença na minha vida. Isso é uma espécie de milagre e sorte ao mesmo tempo". Já na vida profissional, atribui à força de vontade da equipe que faz a *Amorim Coutinho* a vontade de tornar a empresa uma referência não só na engenharia, mas também no cuidado com as pessoas. "Me inspiro sempre naqueles que estão trabalhando e produzindo na empresa. Saber que essas pessoas gostam da *Amorim Coutinho* e trabalham com garra e determinação é muito gratificante".

15 DELUXE BUSINESS

FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, página 15.

Baiana de alma Cearense e coração maranhense. Com 40 anos de muito amor pela vida, dedicação ao trabalho e à família, e paixão por números, Valéria Amorim Coutinho é uma empreendedora bem sucedida no ramo da construção civil. Ela é proprietária da Amorim Coutinho Engenharia e Construções, a 15ª empresa no ranking das maiores construtoras do Brasil em números de lares construídos no Programa "Minha Casa Minha Vida". Quase 15 mil unidades construídas.

A empresária tem um dia agitado e trabalha quase onze horas por dia. Formada em Engenharia Civil pela Universidade Federal do Ceará, com MBA em Gestão Empresarial (FGV) e MBA em Finanças, Controladoria e Auditoria (FGV), ainda pensa em um terceiro MBA. "Adoro estudar, aprender!". Mesmo com tantas atribuições, Valéria Coutinho é diretora cultural da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA) a qual ajudou a fundar.

O mercado imobiliário é muito promissor para um grande ciclo de atividades econômicas e, em tempos de recessão, a empresária vê grandes oportunidades e não ameaças: "O importante em tempos mais apertados é antever que algo poderá acontecer e se preparar para isso. E nesse ponto que a recessão passa a ser oportunidade."

Sua fonte de inspiração pessoal é a família. “Eles me dão coragem e capacidade de enfrentar desafios pela simples presença na minha vida. Isso é uma espécie de milagre e sorte ao mesmo tempo”.

Já na vida profissional, atribui à força de vontade da equipe que faz a Amorim Coutinho a vontade de tornar a empresa uma referência não só na engenharia, mas também no cuidado com as pessoas. “Me inspiro sempre naqueles que estão trabalhando e produzindo na empresa. Saber que essas pessoas gostam da Amorim Coutinho e trabalham com garra e determinação é muito gratificante”.