



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Letras

Virgínia Carollo da Costa Dias

**Na batalha do mercado, eles lutam pra vencer, elas lutam pra entrar:  
uma análise discursiva do sujeito “profissional” em NOVA e VOCÊ S.A**

Rio de Janeiro

2018

Virgínia Carollo da Costa Dias

**Na batalha do mercado, eles lutam pra vencer, elas lutam pra entrar:  
uma análise discursiva do sujeito “profissional” em NOVA e VOCÊ S.A**



Dissertação apresentada, como requisito parcial a obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Linguística.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Angela Corrêa Ferreira Baalbaki

Rio de Janeiro

2018

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

D541 Dias, Virgínia Carollo da Costa.  
Na batalha do mercado, eles lutam pra vencer, elas lutam pra entrar: uma análise discursiva do sujeito “profissional” em NOVA e VOCÊ S.A / Virgínia Carollo da Costa Dias. - 2018.  
142 f. : il.

Orientadora: Angela Corrêa Ferreira Baalbaki.  
Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.

1. Análise crítica do discurso – Teses. 2. Gênero – Teses. 3. Mulheres – Aspectos sociais – Teses. 4. Periódicos para mulheres – Teses. I. Baalbaki, Angela Corrêa Ferreira. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.

CDU 82.085:396(051)

Bibliotecária: Eliane de Almeida Prata. CRB7 4578/94

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Virgínia Carollo da Costa Dias

**Na batalha do mercado, eles lutam pra vencer, elas lutam pra entrar: uma análise discursiva do sujeito “profissional” em NOVA e VOCÊ S.A**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Linguística.

Aprovada em 27 de março de 2018.

Banca Examinadora:

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Angela Correa Ferreira Baalbaki (Orientadora)  
Instituto de Letras - UERJ

---

Prof. Dr. Décio Orlando Soares da Rocha  
Instituto de Letras - UERJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Silmara Cristina Dela da Silva  
Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro

2018

## **DEDICATÓRIA**

À memória de minha avó Alaydes Baptista Carollo, mulher, negra, costureira.

## AGRADECIMENTOS

A Angela Baalbaki, minha orientadora, uma das melhores e mais dedicadas professoras que conheci ao longo da vida, sempre disposta a ouvir e a ensinar e que, mesmo em condições de trabalho muito, mas muito difíceis, sempre esteve presente e disponível.

À professora Silmara Dela da Silva, pelas ricas contribuições na banca de qualificação e por ter aceitado o convite para compor a banca de defesa.

Aos professores Décio Rocha, Poliana Arantes e Raphael Trajano, por terem aceitado tão prontamente o convite para compor a banca de defesa.

Aos meus pais, Martha e Virgílio, por terem insistido em me ensinar a importância da educação e por sempre me apoiarem em minhas escolhas, mesmo quando lhes parecem absurdas.

A Marcelle, minha amiga e fiel escudeira, que acompanhou de perto esse meu projeto de vida maluco de sair da Engenharia para entrar em Letras.

Aos amigos Steffi, Marlon e Raphael, que cruzaram meu caminho durante o curso de Letras e continuaram ao meu lado, acolhendo meus momentos de desespero no decorrer desses dois anos.

Ao meu companheiro de vida Fábio Gil, pelo carinho, apoio e compreensão ao longo desse difícil período.

A toda comunidade da UERJ, que resiste e luta incansavelmente para manter essa instituição viva.

Seja qual for o seu uso nas sociedades civilizadas, os espelhos são essenciais para todas as ações violentas e heroicas. É por isso que tanto Napoleão quanto Mussolini insistiam tão enfaticamente na inferioridade das mulheres, pois, se elas não fossem inferiores, eles deixariam de crescer.

*Virginia Woolf.*

## RESUMO

DIAS, Virgínia Carollo da Costa. *Na batalha do mercado, eles lutam pra vencer, elas lutam pra entrar*: uma análise discursiva do sujeito “profissional” em NOVA e VOCÊ S.A. 2018. 142f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

Tendo como base o arcabouço teórico da Análise de Discurso Materialista, o presente trabalho tem como objetivo analisar os efeitos de sentidos produzidos para os sujeitos “profissional” e “profissional-mulher” em reportagens de caráter prescritivo, retiradas das revistas VOCÊ S.A e NOVA/COSMOPOLITAN, sobre comportamento no ambiente corporativo. Busca-se mais especificamente identificar que imagem de “mulher” atrelada ao sujeito “profissional-mulher” em cada uma das revistas e, também, identificar se a posição “profissional” em VOCÊ S.A é atravessada por alguma formação discursiva gendrada. A partir do conceito de trajeto temático, organiza-se o *corpus* em três grupos: “chefia”, “comunicação virtual” e “medo/insegurança”. Cada grupo é composto por duas matérias de mesmo tema, uma tendo o sujeito “profissional” ocupando a posição de formação imaginária “leitor” e a outra o sujeito “profissional-mulher”. Nos trajetos temáticos “chefia” e “comunicação virtual” faz-se uma análise comparativa entre as matérias de NOVA/COSMOPOLITAN, destinadas a “profissionais-mulheres”, e de VOCÊ S.A, destinada a “profissionais”. Já no trajeto temático “medo/insegurança”, comparam-se duas matérias de VOCÊ S.A, sendo uma destinada a “profissionais” e outra a “profissionais-mulheres”. No decorrer das análises observa-se que, mesmo nas matérias de VOCÊ S.A que possuem como formação imaginária o sujeito “profissional”, encontra-se uma imagem de “profissional-mulher” atravessando o discurso. Constata-se que, para todas as matérias analisadas de ambas as revistas, a imagem de “mulher” que constitui o sujeito “profissional-mulher” se inscreve em uma formação discursiva sexista e que, o sujeito “profissional” de VOCÊ S.A se inscreve nessa mesma formação discursiva como sujeito “homem”. Além disso, também é possível observar que, enquanto o sujeito “profissional-mulher” se mantém na posição “sujeito-leitora” de NOVA/COSMOPOLITAN, ou seja, como um “sujeito-leitor” de revista feminina, o discurso sexista funciona produzindo e determinando sentidos para “mulher” como se fosse único, de forma pacífica, sem estabelecer relação de tensão com outros discursos. Entretanto, quando o sujeito “profissional-mulher” se desloca para ocupar a posição de “sujeito-leitor” de VOCÊ S.A, isto é, quando esse sujeito passa a ocupar a posição de “profissional”, observa-se que o discurso sexista da revista estabelece uma relação de tensão com os elementos de saber de uma formação discursiva antagônica, a formação discursiva feminista. Como considerações finais, tem-se que, no discurso das matérias analisadas, o “homem” é “sempre-já” sujeito “profissional”, destino a ele determinado como condição natural pelo discurso sexista. Já o sujeito “profissional-mulher” é um sujeito que está em condição de “tornar-se” “profissional”, e para isso precisa superar sua condição de mulher. Entretanto, quando o “profissional-mulher” se reivindica como “profissional” em uma condição de igualdade, o discurso feminista funciona de forma a coloca-la novamente em seu lugar “natural”, o de mãe e esposa.

Palavras chave: Análise do Discurso. Gênero. Profissional. Revistas



## RÉSUMÉ

DIAS, Virgínia Carollo da Costa. *Dans la bataille du marché , ils luttent pour vaincre, elles se battent pour y entrer: une analyse discursive du sujet « professionnel » dans NOVA et VOCÊ S.A .* 2018.142f . Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

À partir de la théorie de l'Analyse du Discours Matérialiste, ce travail a pour but d'analyser des différents effets de sens produits pour les sujets «professionnel» et «femme professionnel» dans des articles retirés des magazines NOVA et VOCÊ S.A traitant des règles de conduite et du comportement dans le milieu corporatif. Il s'agit ici d'identifier quelle est l'image de «femme» liée au sujet «femme professionnelle» dans chaque magazine et de vérifier si la position de sujet «professionnel» dans VOCÊ S.A est traversée par une formation discursive genrée. Ayant pour base le concept de trajet thématique, on organise le corpus en trois catégories, selon les thèmes : «leadership», «communication virtuelle» et « peur/insécurité». Chaque catégorie est composée de deux articles traitant d'un même thème, mais, dans un article de chaque catégorie, la position imaginaire de «lecteur» est occupée par le sujet «professionnel» ; dans l'autre article, c'est le sujet «femme professionnelle» qui constitue l'image de «lecteur». Pendant que dans les trajets thématiques «leadership» et « communication virtuelle» on fait une analyse comparative entre les articles de NOVA/COSMOPOLITAN, destinés aux «femmes professionnelles», et ceux de VOCÊ S.A, destinés aux «professionnels», dans le trajet thématique «peur/insécurité» on a comparé deux articles de la même magazine, VOCÊ S.A, l'un étant destiné aux «professionnels» et l'autre étant destiné aux «femmes professionnelles». On constate que même les articles de VOCÊ S.A, qui ont le sujet «professionnel» comme formation imaginaire de «lecteur», présentent une image de «femme professionnelle» traversant le discours. On constate encore que, dans tous les articles analysés l'image de «femme» constituant le sujet «femme professionnelle» s'inscrit dans une formation discursive sexiste, et que le sujet « professionnel » de VOCÊ S.A s'inscrit aussi dans cette même formation discursive sexiste en tant que sujet «homme». D'ailleurs, on observe que, tandis que le sujet «femme-professionnelle» se maintient dans la position «sujet-lectrice» de NOVA/COSMOPOLITAN , le fonctionnement du discours sexiste consiste à produire et à déterminer des sens pour «femme» présentés comme uniques n'établissant pas des relations de tension avec d'autres discours. Pourtant, lorsque le sujet «femme professionnelle» se déplace et occupe la position de «sujet-lecteur» de VOCÊ S.A on observe que le discours sexiste établit une relation de tension avec les éléments de savoir d'une formation discursive antagoniste : la formation discursive féministe. Pour conclusion, on a que, dans le discours des articles analysés, d'un côté, l'«homme» est le «toujours déjà-là» sujet «professionnel», cette position étant attribuée à lui comme une condition naturelle par le discours sexiste ; d'autre côté, le sujet «femme-professionnelle» est un sujet en train de «devenir professionnel». Mais pour que le sujet «femme professionnelle» devienne «professionnel», il lui faudrait surmonter la condition de «femme». Cependant, au moment où la «femme professionnelle» revendique la position de sujet «professionnel» sur un pied d'égalité avec les hommes, le discours féministe fonctionne de manière à la mettre de nouveau à sa place «naturelle» de mère et épouse.

Mots-clés : Analyse du Discours. Genre. Professionnel(le). Magazines.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	VOCÊ S.A .....	39
Figura 2 –	NOVA/COSMOPOLITAN .....	39
Figura 3 –	Imagem do leitor de VOCÊ S.A .....	41
Figura 4 –	Imagem da leitora de NOVA/COSMOPOLITAN .....	43
Figura 5 –	O monstro do medo .....	110

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	<i>Corpus</i> de análise. ....	35
Quadro 2 –	Formações imaginárias de NOVA e VOCÊ S.A.....	38
Quadro 3 –	FD Sexista x FD Feminista.....	75
Quadro 4 –	Resistir + vontade.....	87
Quadro 5 –	Fugir + tentação.....	88
Quadro 6 –	Efeitos de sentido para formações imaginárias.....	91
Quadro 7–	Evitar x Relutar x Restringir.....	95
Quadro 8 –	Jovens x Tímidos x Mulher.....	102
Quadro 9 –	Formas de representação.....	104
Quadro 10 –	Exemplificação.....	117
Quadro 11 –	Norma identificadora.....	118
Quadro 12 –	Características biológicas: homem x mulher.....	122
Quadro 13 –	Enunciado dividido.....	131

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
1	<b>DA TEORIA A PRÁTICA</b> .....	16
1.1	<b>Teoria materialista dos processos discursivos</b> .....	18
1.2	<b>Sobre a metodologia de pesquisa em AD</b> .....	26
1.3	<b>Construindo o corpus de análise</b> .....	28
1.4	<b>Sobre o que se fala e para quem se fala</b> .....	36
2	<b>RECORTANDO UMA MEMÓRIA DISCURSIVA</b> .....	46
2.1	<b>Diferentes períodos, mesmos sentidos</b> .....	48
2.2	<b>Ressonâncias no contexto brasileiro</b> .....	61
3	<b>PROFISSIONAL VIRIL, PROFISSIONAL DE SUCESSO</b> .....	77
3.1	<b>Estreia na liderança: para elas, a insegurança, para eles o desafio</b> .....	77
3.2	<b>Falar na cara, quem encara?</b> .....	92
3.2.1	<u>Elas fogem porque são mimadas</u> .....	96
3.2.2	<u>Eles fogem porque ainda não são homens</u> .....	99
4	<b>VOCÊ TEM MEDO DE QUÊ?</b> .....	106
4.1	<b>Dois medos, duas causas, duas normas</b> .....	108
4.2	<b>Insegurança ou opressão?</b> .....	119
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	133
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	138

## INTRODUÇÃO:

E, portanto, se a sociedade de alguma maneira vai bem, quando os filhos crescem, é porque tiveram uma adequada educação e formação em suas casas. E seguramente isso quem faz não é o homem, isso quem faz é a mulher [...] Ninguém mais é capaz de indicar os desajustes, por exemplo, de preços em supermercados do que a mulher.[...] a mulher, além de cuidar dos afazeres domésticos, vai vendo um campo cada vez mais largo para o emprego.

*Michel Temer<sup>1</sup>*

O texto da epígrafe acima foi retirado do discurso proferido pelo presidente interino Michel Temer no dia 8 de março de 2017, o Dia Internacional da Mulher. Considerando apenas um contexto imediato, a fala do presidente pode ser tida como, no mínimo, uma provocação, uma piada machista às mulheres que tanto lutaram e lutam por condições de igualdade.

Entretanto, quando contextualizamos a fala de Temer em sucessão de eventos políticos, observamos que discurso do presidente funciona de forma muito mais cruel. Em 2011, presenciamos um acontecimento marcante para a História do país, pela primeira vez uma mulher toma posse do cargo de Presidente da República do Brasil. Uma vez no cargo, Dilma fez questão de ser chamada de “presidenta” e não de “presidente”, marcando sua posição enquanto mulher no cargo. Muito mais do que reivindicar uma denominação, a postura de Dilma simbolizava a reivindicação do reconhecimento de uma mulher como Presidente da República.

A partir de então não faltaram gramáticos para vociferar suas opiniões apelando para uso correto da língua portuguesa, “presidenta não existe”, alguns diziam. Muitos se recusavam a usar a palavra. A querela se estendeu, que termo usar: “presidente” ou “presidenta”? Custa-nos acreditar que tamanho incômodo se devesse apenas ao uso “incorreto” da Língua Portuguesa, o problema não estava na palavra, mas sim no que ela representava.

Enunciar “presidente” ou “presidenta” passou a representar assim, de forma silenciosa, ao menos duas tomadas de posição bem demarcadas. Chamar Dilma de “presidenta” passou a

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://www2.planalto.gov.br/>, acessado em 24/03/2017. Os grifos são nossos.

produzir o sentido de reconhecimento do que representava uma mulher na presidência e uma declaração de apoio e respeito, em contrapartida, a insistência em falar “presidente” representava uma recusa em aceitar ter seu país comandado por uma mulher.

Em meio a essa ferrenha disputa de sentidos, na qual tentavam nos convencer que “presidenta não existe”, a presidenta venceu e foi reeleita em 2014. Mas a presidenta havia ido longe demais, quanta ousadia para uma mulher! Assistimos então, em 31 de agosto de 2016, televisionado para todo o Brasil, a homens brancos, vestidos em seus belos ternos, votarem SIM para o *impeachment* da presidenta. A cada voto computado, uma comemoração efusiva entre eles, em grupo se abraçavam, urravam e celebravam sua vitória. Os homens de terno venceram e comemoram a saída da presidenta, exibindo suas placas com dizeres *Tchau, querida!*

É por isso que a fala do presidente Michel Temer (que passou a ocupar o lugar de Dilma), no dia internacional mulher, uma data que carrega a história de lutas e reivindicações das mulheres por melhores condições de trabalho, por direitos sociais e políticos, funciona como um dedo apontando em riste, uma ameaça, para lembrar às mulheres o seu lugar e para que não ousem se intrometer onde não são chamadas.

Trouxemos esse exemplo por considerá-lo um evento de grande representatividade e que marca a história política do país e reflete a opressão de gênero estruturante na nossa sociedade. Observamos seu funcionamento não só na política, mas em todas as esferas sociais, ou seja, todos os espaços em que as relações sociais se dão, dentre eles o mundo do trabalho.

Como aponta a fala de Michel Temer, as mulheres cada vez mais adentram o mercado de trabalho assalariado. Todavia, seu próprio discurso reafirma que esta é uma atividade segunda, o “além de” seu papel principal, que é o doméstico.

Observamos na fala do presidente, o princípio a divisão sexual do trabalho, que faz com que, mesmo estando no mercado de trabalhado assalariado, elas não gozem dos mesmos salários nem das mesmas condições. Além disso, encontra-se também uma segregação sexual de postos e profissões: algumas áreas ainda são compostas majoritariamente por mulheres e outras por homens, sendo as masculinas de maior prestígio social. Os cargos e posições de maior poder, chefia e liderança dentro das corporações ainda são, em sua maioria, ocupados por homens (HIRATA, 2002).

Como mencionado, a opressão de gênero se dá em diversos âmbitos da sociedade, e escolhemos especificamente falar sobre trabalho, pois consideramos que, na sociedade capitalista, ter uma renda representa ter autonomia sobre a própria vida e quem não tem

condições de se sustentar financeiramente precisa viver sob a tutela de outrem. Desse modo assim como Beauvoir (2016b [1949]), pensamos ser o trabalho que pode assegurar a mulher uma liberdade concreta, uma vez que “entre o universo e ela não há mais necessidade de um mediador masculino” (BEAUVOIR, 2016b [1949], p.513). Portanto, para a mulher, além de receber um salário, ter um emprego significa “participar da vida comum, ser capaz de construí-la, sair da natureza para fazer a cultura, sentir-se menos insegura na vida” (SAFIOTTI, 2013 p.96).

Em meio às leituras sobre o tema mulher e trabalho, chegamos aos estudos da socióloga do trabalho Kergoat (2002) que analisa a heterogeneidade do movimento operário na França. Embora a classe operária seja tomada como um dos lugares de identificação para os operários, nele existem diversos subgrupos que se chocam, cada qual com suas reivindicações, resultantes de suas diferentes condições materiais de existência. A autora estabelece daí, que a classe operária é atravessada por clivagens, como, por exemplo, jovens/velhos, franceses/imigrantes.

Porém, ao analisar as práticas reivindicatórias femininas no movimento operário, a socióloga observa que “embora as reivindicações explícitas fossem muitas vezes as mesmas, as práticas reivindicatórias tanto no trabalho quanto fora do trabalho eram, de uma maneira clara, fundamentalmente diferentes” (KERGOAT, 2002, p.242). Essas diferenças, segundo a análise da autora, não estavam relacionadas às condições de opressão e de exploração de classe, o que a fez concluir que seria necessário uma análise materialista sexuada da condição operária. A partir desse conceito ela estabelece a máxima: “Trabalhadora não é o feminino de trabalhador” (KERGOAT, 2002, p.242).

Desse modo, Kergoat (2002) afirma que as relações trabalhistas não podem ser analisadas separadamente das sexuais, propondo considerá-las em termos de “coextensividade”, ou seja, não há hierarquia entre relação econômica e sexual, as duas se dão simultaneamente, o espaço da exploração do trabalhador assalariado é também o espaço de dominação masculina.

Inspirados pela pesquisa de Kergoat, propomos pensar “trabalhador” e “trabalhadora” como sujeitos discursivos a partir do arcabouço teórico da Análise do Discurso Materialista. Dentro desta linha teórica trabalhamos com a noção de sujeito descentrado em que este não é a causa de si, o sujeito é considerado como uma dentre as várias posições no discurso. Posições essas cujos sentidos são construídos pela historicidade e que constituem a memória discursiva, isto é, o “já-dito”, o que fala antes, em outro lugar (ORLANDI, 2013). A

historicidade aqui não representa uma sequência de fatos cronologicamente organizados, mas sim a forma pela qual a história se inscreve no discurso (ORLANDI, 2004).

Partimos da hipótese de que “trabalhador” e “trabalhadora” são diferentes posições nos discursos sobre e do trabalho. Enfatizamos o uso do plural em “os discursos”, pois não estamos nos referindo apenas a “trabalhador” como “operário”, como nos estudos de Kergoat. Extrapolamos essas posições para a pluralidade de discursos sobre trabalho, que atribuem diferentes sentidos para “trabalho” bem como para sujeitos que neles se inscrevem.

Problematizar os diferentes sentidos para “trabalho” foge ao escopo desta pesquisa uma vez que nos limitamos a investigar quais são os efeitos de sentido produzidos para “trabalhador” e “trabalhadora” em matérias destinadas a trabalhadores do “ambiente corporativo, retiradas da revista feminina NOVA/COSMOPOLITAN e da revista de “carreira e negócios” VOCÊ S.A. Mais especificamente buscamos depreender como os discursos “sobre mulher” atravessam (e, se atravessam) o sujeito “trabalhadora”, se o sujeito “trabalhador” é atravessado por algum discurso de gênero e, por fim, como essas posições de sujeito funcionam no discurso.

Assim, para fundamentar teoricamente as análises realizadas, elaboramos um capítulo no qual buscamos desenvolver os principais conceitos de base para a AD Materialista, são eles: concepção de língua, ideologia, formação ideológica, formações discursiva e sujeito. Também apresentamos neste primeiro capítulo a metodologia de pesquisa dentro desta linha teórica e o passo a passo da montagem do corpus de análise, composto por matérias sobre aconselhamento profissional retiradas das revistas VOCÊ S/A e NOVA/COSMOPOLITAN.

O segundo capítulo é dedicado à memória discursiva que constitui o “já-dito” que sustenta o resultado de nossas análises. Tentamos mostrar como, através de um processo de tomadas e retomadas, alguns sentidos se constituem como hegemônicos em detrimentos de outros, com os quais estabelecem uma constante relação de tensão. Através da retomada desses discursos, traçamos dois domínios de saber, que funcionam como lugares de constituição de sentido depreendidos de nossas análises.

O tratamento das sequências discursivas tem início no capítulo 3, em que analisamos quatro matérias retiradas das duas revistas que compõe o *corpus*. A análise é feita comparativamente e em pares, ou seja, matérias de temas semelhantes de cada uma das duas revistas são comparadas entre si. Nesse capítulo comparamos a imagem “trabalhador” produzida por VOCÊ S.A e de “trabalhador” produzida por NOVA/COSMOPOLITAN.

No capítulo 4, são analisadas duas matérias retiradas da revista VOCÊ S.A. Ambas falam sobre medo e insegurança, sendo que uma delas trata dos medos de profissionais em



geral e a outra é direcionada para profissionais mulheres. Neste capítulo fazemos uma análise dos sujeitos “trabalhador” e “trabalhadora” dentro da própria revista VOCÊ S.A.

Por fim, apresentamos na conclusão o funcionamento discursivos das posições de sujeito encontradas ao longo das análises.

## 1 DA TEORIA A PRÁTICA

Como já apresentado ao longo da introdução, o presente trabalho tem como base teórica a Análise do Discurso Materialista (AD), uma disciplina que tem por princípio se colocar criticamente em relação aos pressupostos das ciências da linguagem e sociais, propondo os deslocamentos de seus limites e de suas relações. Tendo a nossa análise como eixo principal a noção de funcionamento da língua, exploraremos aqui como a AD se posiciona em relação a ela.

Na obra “Curso de Linguística Geral” ao longo da qual Saussure busca definir qual seria o objeto da Linguística, o autor afirma que a linguagem em seu todo, multiforme e heteróclita, não pode ser tomada como objeto de estudo científico, sendo preciso, para tal, desmembrá-la. Só assim, poder-se-ia precisar o papel da Linguística.

Saussure (2012 [1916]) postula que a linguagem possui dois lados: um lado individual e um lado social, que, embora indissociáveis, devem ser isolados para fins de análise científica. São estabelecidos, assim, os conceitos de língua (*langue*) e fala (*parole*).

A língua consiste no lado social da linguagem, exterior ao indivíduo, e é definida como um sistema de signos que exprimem ideias. A fala, em contrapartida, constitui o uso individual desse sistema, o modo como cada falante exprime seus pensamentos.

A língua, portanto, de acordo com Saussure, é o objeto primeiro da Linguística, dado que é ela que realiza a unidade da linguagem, sendo “um todo por si e um princípio de classificação” (SAUSSURE, 2012 [1916], p.41), um sistema hermeticamente fechado, cujo funcionamento, regido por suas próprias regras internas, pode ser estudado e compreendido isolado da exterioridade.

À dualidade saussureana língua-fala, Pêcheux faz uma crítica, propondo o questionamento da “identidade implicitamente imposta por Saussure entre o universal e o extraindividual, mostrando a possibilidade de definir um nível intermediário entre a singularidade individual e a universalidade” (PÊCHEUX, 2014b [1969], p.72).

Pêcheux (2014b [1969]) não se opõe ao entendimento da língua como um sistema fechado. A crítica do autor se volta à ideia de que a relação entre a língua e a exterioridade é estanque, bem como à noção de uso livre e individual da língua. Para ele, esta não é um objeto “neutro”, isolado dos processos sócio-históricos; pelo contrário, a exterioridade é, segundo Pêcheux, constitutiva da linguagem, “pois o que há é uma construção conjunta do social e do linguístico” (ORLANDI, 2004, p. 27).

A AD é estruturada, desse modo, como uma disciplina de entremeio, cujo objeto de estudo é o discurso, pois “enquanto o conceito de língua é geral (social, mas a-histórico) e o de fala é individual (histórico, mas a-social), o conceito de discurso ocupa um lugar particular entre a língua e a fala. Esse seu lugar é o do modo da existência histórico social da linguagem” (ORLANDI, 1986, p.114). E é a língua a “base” material comum dos diferentes processos discursivos (PÊCHEUX, 2014a [1975]).

Um discurso, portanto, não deve ser analisado como um texto, isto é, como uma série de enunciados linguísticos fechados em si mesmo. Isso porque, ao tomarmos para fins de análise apenas o sistema fechado de regras linguísticas, não nos é possível distinguir um discurso do outro. Para tal, é preciso tomar em consideração sua exterioridade, ou seja, é preciso analisar sua discursividade (PÊCHEUX, 2014b [1969]).

Com efeito, enquanto campo de saber/estudo, a AD se consolida justamente como uma proposta de se considerar a exterioridade como constitutiva da linguagem. Em conformidade com esse princípio, a AD trabalha contestando a ideia de literalidade dos sentidos, já que para essa linha teórica “o sentido não está fixado a priori como essência das palavras, nem tampouco pode ser qualquer um: há determinação histórica” (ORLANDI, 2004, p.27). A história, porém, não é pensada aqui como evolução e cronologia, mas como, afinal, para a AD, “o que interessa não são as datas, mas os modos como os sentidos são produzidos e circulam” (ORLANDI, 2004, p.33).

Por trabalhar o caráter material do sentido, ou seja, sua dependência constitutiva com a exterioridade, a AD concebe que o sentido de uma palavra, proposição ou expressão não existe em si mesmo, isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante; ao contrário, “é determinado pelas posições ideológicas em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas)” (PÊCHEUX, 2014a [1975], p.146).

Afirmar que os sentidos são determinados histórica e materialmente implica dizer que os sentidos aparentemente fixos e unívocos são continuamente tecidos pela historicidade e nós, ao interpretar, somos atravessados por eles. Assim, ao dizer, retomamos o que chamamos em AD de “memória discursiva” (ou “interdiscurso”), que é o “saber discursivo que torna possível todo o dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada palavra tomada” (ORLANDI, 2013, p.31).

O interdiscurso abarca, assim, todo o conjunto de formulações já feitas e esquecidas que determinam o que dizemos. Ao falar, o sujeito se filia a sentidos constituídos em outros dizeres, constituídos pelo contexto sócio-histórico em que são produzidos. Não somos,

portanto, a origem do que falamos, afinal “quando nascemos os discursos já estão em processo e nós é que entramos nesse processo” (ORLANDI, 2013, p.35).

### 1.1 Teoria materialista dos processos discursivos

O que se propõe em AD é o desenvolvimento, a partir do que Pêcheux (2014a [1975]) designa por “caráter material” do sentido, dos fundamentos de uma teoria materialista do discurso. Tal caráter material não se produz fora de determinadas condições.

As condições de produção de um discurso consistem no conjunto de circunstâncias que permite que um discurso se realize “enquanto uma produção do processo sócio-histórico” (AMARAL, 2007, p.29). Daí, tomar a exterioridade como constitutiva dos processos discursivos significa compreender a necessidade de remeter as práticas discursivas e os sujeitos dessas práticas às circunstâncias nas quais um discurso é produzido, ou seja suas condições de produção.

Tais condições podem ser pensadas no sentido estrito e no sentido amplo. No sentido estrito, referem-se às situações da enunciação, ou seja, ao contexto imediato da produção. Quando tomadas em sentido amplo, as condições de produção “envolvem o contexto sócio-histórico bem como os sujeitos, imbricados pelas e nas formações ideológicas, e como produzem efeitos de sentidos” (AMARAL, 2007, p.29). O termo formação ideológica (FI) é usado aqui

para caracterizar um elemento suscetível de intervir como uma força em confronto com outras forças na conjuntura ideológica característica de uma formação social em dado momento; desse modo cada formação ideológica constitui um conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem individuais nem , universais, mas se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito umas com as outras (PÊCHEUX, FUCHS, 2014c [1975], p. 163)

Desse modo, ao analisarmos os discursos sobre trabalho produzidos em nosso corpus de pesquisa, é preciso, em primeira instância, considerá-los como pertencentes a, atravessados por e produzidos em uma “formação social capitalista” (FSC), sendo esta o complexo em que opera a dominância do capital como a força constituinte da estrutura socioeconômica (AMARAL, 2007).

Segundo o esquema proposto por Amaral (2007), a “formação social capitalista” é regida por duas formações ideológicas antagônicas fundamentais: a “formação ideológica

capitalista” (FIC), operando em função da hegemonia do capitalismo ao fazer vigorar as ideias e os valores da dominância do capital; e a “formação ideológica do trabalho” (FIT), contrapondo-se à anterior e reivindicando a emancipação da classe trabalhadora, ou seja, daqueles que vendem sua força de trabalho.

Dado, portanto, que a produção dos discursos é sócio-historicamente situada, em nossa formação social os discursos são produzidos a partir da FI Capitalista. Além disso, é preciso remeter os discursos produzidos e veiculados pelas revistas com as quais iremos trabalhar ao longo deste trabalho a uma estrutura social ideologicamente estruturada por uma divisão binarista de gêneros, isto é, uma sociedade que categoriza os sujeitos sob as designações de “homem” ou “mulher” de acordo com o seu papel reprodutivo. Propomos então considerar, juntamente com as formações ideológicas acima propostas (FIC e FIT), uma FI que chamaremos de FI Binarista, sustentando a existência de apenas dois gêneros – “homem” e “mulher” - em que os sujeitos podem ser enquadrados, não havendo espaço para outras possibilidades<sup>2</sup>.

Não tomamos a FI Binarista como subordinada à FSC. Como veremos ao longo do segundo capítulo, a divisão da sociedade em gêneros binários parece-nos anteceder o advento e a consolidação do modo de produção social capitalista. Consideramos, por isso, que as formações ideológicas capitalista e binarista não só coexistem, mas se inter-relacionam.

Embora os elementos das FI não sejam da ordem do discursivo, estas são representadas pelo que, em AD, denomina-se “formações discursivas” (FD). Dito de outro modo, cada uma dessas formações ideológicas é discursivamente representada pelas formações discursivas (FD). Assim, cada FI comporta duas ou mais FDs e são estas que, dentro da FI, regulam as produções discursivas, determinando “o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 2014b [1969], p.147).

Podemos, agora, retomar o conceito de interdiscurso definindo-o como um “todo complexo com dominante das formações discursivas” (PÊCHEUX, 2014a [1975], p.149). Estas podem ser entendidas, portanto, como diferentes subconjuntos do conjunto maior e infinito de dizeres da memória discursiva (interdiscurso). Isso quer dizer que o interdiscurso abrange todos os dizeres oriundos de todas as formações discursivas e que cada FD recorta seu domínio de saber em meio ao interdiscurso.

As formações discursivas (FD) representam assim regionalizações do interdiscurso a partir das quais sentidos são constituídos, isto é, lugares de constituição de sentido dentro do

---

<sup>2</sup> Ao apontarmos a FI Binarista como dominante, reconhecemos haver outras possíveis FI antagônicas sustentando o não-binarismo, porém o seu delineamento não faz parte do escopo do presente trabalho.

interdiscurso, funcionando como matrizes de sentido de onde irradiam possíveis sequências discursivas, de modo que “o sentido de uma sequência só é materialmente concebível na medida em que se concebe esta sequência como pertencente a esta ou aquela formação discursiva” (PÊCHEUX, 2014c [1975], p.167).

Os sentidos, portanto, não existem em si mesmos; eles sempre se dão “em relação à” - no caso, em relação a uma formação discursiva, sendo pela “referência à formação discursiva que podemos compreender no funcionamento discursivo os diferentes sentidos” (ORLANDI, 2013, p.44). Desse modo, as palavras, enunciados e expressões que circulam em uma dada formação social adquirem sentido na e partir da formação discursiva na qual são produzidos, “nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva” (PÊCHEUX, 2014a [1975], p.148).

Ao longo da leitura de nosso *corpus*, observamos que os discursos produzidos sobre trabalho pelas revistas se inscrevem no que Amaral (2007) define como Formação Discursiva de Mercado. A FD de Mercado é a FD que, a partir da FI Capitalista, representa o conjunto de elementos do interdiscurso relativos aos princípios reguladores das relações de trabalho entre os homens de uma sociedade capitalista.

Dessa maneira, os sentidos hegemonicamente atribuídos aos termos trabalho e trabalhador/trabalhadora estão inscritos na FD de Mercado. Em outras palavras: na nossa sociedade capitalista, as ideias socialmente difundidas referentes a trabalho inserem-se/baseiam-se em uma formação “discursiva de mercado”.

De acordo com os elementos de saber da Formação Discursiva de Mercado, as relações de trabalho devem ser reguladas pelas determinações do mercado, determinações estas travestidas de mecanismos imaginários por meios dos quais todos podem dispor das mesmas oportunidades e alcançar os mesmos objetivos. A liberdade é, na FD de Mercado, representada pelo direito à competitividade, cujo pressuposto é o de que todos são livres e iguais para concorrer e se estabelecer como sujeitos bem-sucedidos pessoal e profissionalmente e só inseridos nas instituições do mercado os indivíduos poderão experimentar a liberdade (AMARAL, 2007). O mercado se reveste, assim, de uma “universalidade” que mascara os conflitos de classe.

Os princípios de liberdade e igualdade como condição de felicidade, elementos constituintes de saber de uma FD da democracia são apropriados e ressignificados pela FD de Mercado. Afinal, como já mencionamos, as significações se configuram “em relação à”, e o sentido de um significante pode não se manter o mesmo em formações discursivas distintas,

dado que estas engendram relações (linguísticas e, portanto, sociais) também distintas. Daí, o discurso da FD de Mercado resultante da realocação destes termos - liberdade e igualdade - é de que a liberdade e a igualdade (condições de felicidade) entre os homens são garantidas pelas leis do mercado. O mercado seria, assim, a única possibilidade posta para os homens construírem uma sociedade livre.<sup>3</sup>

Essa apropriação é possível porque as formações discursivas não são blocos homogêneos; suas fronteiras são suficientemente porosas para permitirem que saberes oriundos de outras formações discursivas aí se façam presentes. “Seu domínio de saber é frequentemente invadido/atravesado por saberes provenientes de outras formações discursivas” (INDURSKY, 2008, p.17). Daí, como podemos observar, a FD de Mercado absorve elementos de saber de outras FDs, como, do interdiscurso de uma política econômica neoliberal.

As formações discursivas, salientamos, não existem independentemente das relações sociais, das relações que os sujeitos (sócio-historicamente situados) estabelecem entre si. Essa constatação permite a compreensão de outro conceito fundamental em AD: o conceito de sujeito discursivo. Pensar o sujeito discursivo é pensar que é através da relação do sujeito com a FD que se chega ao funcionamento do sujeito no discurso.

É importante esclarecer que a noção de sujeito discursivo (ORLANDI, 1999) não se refere à noção psicológica e/ou sociológica de sujeito empírico. Em AD trabalha-se com a noção de sujeito descentrado, não concebido como causa de si. O sujeito aqui é entendido como “posição”, ou seja, como um lugar ou estado mutável, não fixo, possível de ser ocupado. E cada sujeito, ao dizer, assume diversas posições discursivas, sem as quais o próprio “dizer” não seria possível, de modo que sempre falamos de algum lugar e nossas falas sempre estão inscritas nessas posições. Dizer é, portanto, identificar-se com uma determinada posição de sujeito.

Segundo Pêcheux, o processo de assujeitamento (interpelação) dos indivíduos em sujeitos falantes (ou sujeitos de seus discursos) se efetua pela identificação do sujeito com a formação discursiva que o domina, isto é, na qual ele é constituído como sujeito. O assujeitamento, portanto, consiste no movimento de identificação, por parte do sujeito, com as “formações discursivas que representam na linguagem as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (PÊCHEUX, 2014a [1975], p.147).

---

<sup>3</sup> Dela-Silva e Dias (2015) trabalham a felicidade no discurso da/na mídia, apontam para a naturalização de um sentido de felicidade que estaria/caberia em toda parte. Haveria, portanto certa injunção à felicidade posta ao sujeito capitalista contemporâneo, e, segundo o discurso mercadológico essa felicidade só é possível através das leis do mercado.

Então, se as formações discursivas representam recortes (divisões) do todo que é o interdiscurso, podemos dizer que as diferentes formações discursivas “regionalizam as posições do sujeito em função do interdiscurso” (ORLANDI, 2012a, p.94). Ao significar, ou seja, ao produzir um enunciado ou ao interpretá-lo, o sujeito se filia a um sentido e, portanto, se inscreve em uma ou mais formações discursivas, retornando à matriz de sentido.

É através da formação discursiva que “o sujeito adquire identidade e o sentido adquire unidade, especificidade, limites que o configuram e o distinguem dos outros” (ORLANDI, 2012a, p.103). Desse modo, sujeito e sentido se constituem conjuntamente na figura da interpelação (PECHEUX, 2014a [1975]).

Tomemos, por exemplo, o seguinte enunciado: “lugar de mulher é \_\_\_\_\_”. A lacuna representando o sintagma que funciona como complemento verbal será preenchida diferentemente de acordo com a FD na qual o sujeito do discurso se inscreva. Por um lado, se identificado com uma formação discursiva que determina a função das mulheres na sociedade como mães e donas de casa, provavelmente enunciará “lugar de mulher é na cozinha”. Por outro lado, caso se reconheça em uma FD cujos elementos de saber defendem a liberdade e o direito de escolha das mulheres, enunciará “lugar de mulher é onde ela quiser”.

Ainda sobre o processo de assujeitamento, Pêcheux (2014a [1975]) especifica que este se dá através da “forma-sujeito”, que consiste no sujeito de saber de uma FD (ou sujeito universal). Desse modo, ao se identificar com os saberes emanados pela “forma-sujeito”, sujeito se inscreve em uma ou outra formação discursiva, tendo seus dizeres regulados por esta FD (ou, mais especificamente, pela sua forma sujeito).

Entretanto, esse processo não se dá sempre através da plena identificação dos sujeitos com a “forma-sujeito”. Pêcheux (2014a [1975]) define essas possíveis formas de identificação como diferentes modalidades de “tomadas de posição”. Por exemplo, quando o sujeito do discurso se identifica com a “forma-sujeito” de uma FD de modo que há superposição entre o sujeito do discurso e o sujeito de saber da FD, temos o que o autor denomina de “bom-sujeito”, ocorre neste caso uma superposição entre o sujeito do discurso e o sujeito de saber da FD. Tal modalidade de tomada de posição produz o que se pode chamar de “efeito-sujeito”, ou seja, o efeito de ilusão da unicidade do sujeito do discurso, fazendo com que ele acredite ser a origem de seu dizer. Sob o “efeito-sujeito”, o sujeito tende a sofrer cegamente as determinações da “forma-sujeito” e se acreditar realizando seus efeitos em “plena liberdade” (PÊCHEUX, 2014a [1975]). Logo, o discurso do “bom-sujeito” é a reprodução dos elementos de saber da FD na qual está inscrito.



Outra modalidade de tomada de posição ilustrada por Pêcheux (2014a[1975]) é a do “mau-sujeito”, que consiste em uma separação, um distanciamento do sujeito em relação aos elementos de saber de determinada FD de maneira que o sujeito do discurso se volta contra a “forma-sujeito”. Dito de outro modo, ele se contra-identifica com a “forma-sujeito” da formação discursiva na qual está inscrito. O “mau-sujeito” permanece identificado com a FD, porém se permite duvidar, questionar, contestar ou se revoltar contra o que lhe é dado a pensar pelo sujeito universal. Nesse caso, seu discurso não reduplica plenamente os elementos de saber da FD.

A possibilidade de contestação do padrão, da “forma-sujeito”, daquilo que é dado a pensar pelo sujeito universal, existe justamente porque as fronteiras entre as FDs são porosas. Daí, porque as FDs não são herméticas, aos sujeitos é permitido conhecer elementos de saber de outras FDs que compõem o interdiscurso. Dessa forma “o interdiscurso continua a determinar a identificação ou a contra-identificação do sujeito com uma formação discursiva, na qual a evidência do sentido lhe é fornecida, para que ele se ligue a ela ou que a rejeite” (PÊCHEUX, 2014a[1975], p.200).

Pelo exposto acima observamos que o discurso do “mau-sujeito” (contra-identificação) produz a ação de forças antagônicas sobre os sentidos emanados da “forma-sujeito”, estabelecendo uma relação de tensão pela disputa desses sentidos no interior da FD. Quando não é mais possível que a FD acomode as tensões instauradas (instalada) pelo discurso do “mau-sujeito”, este rompe com o domínio no qual está inscrito para se identificar com uma outra “forma-sujeito” que suporte os sentidos, seu discurso. Tem-se aí a terceira modalidade de tomada posição: a desidentificação.

A desidentificação ocorre em relação a determinada FD e significa que o sujeito não está mais identificado com ela porque, de fato, já se identificou com outra formação discursiva (INDURSKY, 2008). Esse processo (desidentificação), portanto, não implica um desassujeitamento, já que o sujeito não escapa à interpelação, uma vez que “não há forma de estar no discurso sem constituir-se em uma posição sujeito e, portanto, inscrever-se em uma ou outra formação discursiva” (ORLANDI, 2012c, p. 55).

A desidentificação sinaliza a existência de um espaço de movimentação para o sujeito e a possibilidade de mudança ao evidenciar que sujeito não está condenado a permanecer identificado com o mesmo domínio de saber (INDURSKY, 2008). Tal modalidade de tomada de posição reforça a condição de possibilidade das posições, isto é, as posições existem enquanto possibilidades. Portanto, se o sujeito se identifica em posições e FDs

necessariamente pré-existentes a ele, nenhuma tomada de posição é concebível como “ato originário” do sujeito falante, como ato inaugural de uma posição inédita.

Contudo, por força de todas as modalidades de tomada de posição serem da mesma natureza - da ordem do inconsciente - e da impossibilidade de escapar aos efeitos da ideologia, à qual todo indivíduo é sempre já-sujeito, não nos é acessível o modo pelo qual somos interpelados em sujeitos e, por isso, o sujeito do discurso tem a ilusão de ter autonomia sobre o seu dizer.

É preciso elucidar aqui que ideologia é considerada por Pêcheux não como ocultação, mas sim como produção de evidências. A ideologia não oculta, mas produz saberes-verdades, dá o-que-ver (evidência), de modo que:

É a ideologia que fornece as evidências pelas quais *todo mundo sabe* o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado *queiram dizer o que realmente dizem* e mascaram assim, sob a *transparência da linguagem* aquilo que chamaremos de caráter material do sentido das palavras e dos enunciados (PÊCHEUX, 2014a [1975], p.146)<sup>4</sup>.

Um dos efeitos da ideologia é o de apagar o caráter material do sentido, produzindo efeito de literalidade de sentidos, fazendo com que o sujeito veja como transparente aquilo que se constitui pela remissão a um conjunto de formações discursivas (ORLANDI, 2013).

Mariani (1998) descreve a ideologia como um mecanismo imaginário através do qual se coloca para o sujeito, conforme as posições sociais que ocupa, um dizer já dado, natural para enunciar daquele lugar, de modo que é apagado para o sujeito o fato de ele entrar nessas práticas histórico-discursivas que lhe são exteriores e pré-existentes.

É assim que os sujeitos recebem como evidente o sentido do que ouvem e dizem, lêem ou escrevem enquanto sujeitos falantes (PÊCHEUX, 2014a[1975]). O sujeito ignora ser constituído por um dispositivo ideológico de interpretação, carregado de uma filiação a redes de sentidos, ou seja, ele ignora sua própria inscrição no interdiscurso e suas respectivas formações discursivas (ORLANDI, 2012a).

Pêcheux (2014a [1975]) ainda estabelece que a interpelação ideológica dos sujeitos em sujeitos do seu discurso se caracteriza por uma dupla-forma. Para compreendermos essa dupla-forma, precisamos voltar aos dois funcionamentos do interdiscurso: o pré-construído e a articulação.

---

<sup>4</sup> Grifos do autor.

O “pré-construído” corresponde “àquilo que todo mundo sabe”, ao que significa antes, em outro lugar, representa o “sempre-já aí” da interpelação ideológica que impõe a “realidade” e seu “sentido sob a forma da universalidade” (PÊCHEUX, 2014a[1975], p. 151). O “pré-construído” está associado ao que o autor denomina de esquecimento número 1 e que consiste na ilusão de o sujeito estar na fonte do sentido. Segundo Orlandi, “esquecemos como os sentidos se formam de tal modo que eles aparecem como surgindo em nós” (ORLANDI, 2012a, p.28), e tal esquecimento diz respeito ao efeito ideológico decorrente da impossibilidade com a qual o sujeito se depara de encontrar a si mesmo - ou conceber a si mesmo - no exterior da FD que o domina.

Já o discurso-transverso se refere ao funcionamento discursivo do sujeito dentro da formação discursiva na qual está inscrito, constituindo o sujeito em sua relação com o sentido, “de modo que ela representa no interdiscurso aquilo que determina a dominação da forma-sujeito” (PECHEUX, 2014a[1975], p.151). Através do processo de articulação, o discurso-transverso atravessa e interconecta os elementos discursivos constituídos pelo interdiscurso enquanto pré-construído, que fornece, por assim dizer, a matéria prima na qual o sujeito se constitui como sujeito falante.

O discurso-transverso está em relação direta com o que Pêcheux caracteriza por esquecimento número 2, caracterizado como:

o esquecimento pelo qual todo *sujeito-falante* seleciona no interior da formação discursiva que o domina, isto é, no sistema de enunciados, formas e sequências que nela se encontram em relação de paráfrase – *um enunciado, forma ou sequência, e não um outro, que, no entanto está no campo daquilo que poderia reformulá-lo na formação discursiva considerada* (PECHEUX, 2014a[1975], p.161)<sup>5</sup>.

O esquecimento número 2, portanto, também subjaz uma ilusão: ao cobrir o funcionamento do sujeito do discurso na formação discursiva na qual está inscrito, faz com que, ao produzirmos um enunciado, tenhamos a ilusão de que aquilo que falamos só pode ser dito de uma maneira, ignorando toda a rede de famílias parafrásticas que indicam que nosso dizer poderia ser outro.

O que buscamos em AD é justamente fazer a análise da presença do interdiscurso no intradiscurso, sendo este entendido como fio do discurso do sujeito falante, aquilo que o sujeito diz em um momento dado em condições dadas, “o funcionamento do discurso com relação a si mesmo (o que eu disse agora, com relação ao que eu disse antes com o que direi depois)” (PECHEUX, 2014a[1975], p.153).

---

<sup>5</sup> Grifos do autor

Pretende-se, portanto fazer uma leitura não subjetiva do texto; tenta-se atravessar “o efeito de transparência da linguagem, da literalidade do sentido e da onipotência do sujeito” (ORLANDI, 2013, p.61). Em outras palavras, a AD busca tornar visíveis alguns dos possíveis mecanismos linguísticos (discursivos) por meio dos quais a ideologia opera naturalizando sentidos.

Nesse sentido, Pêcheux propõe a construção de um dispositivo de interpretação que permita depreender o funcionamento dos processos discursivos. Espera-se assim que este dispositivo analítico, construído com base na teoria proposta pela AD, permita ao analista enxergar outros sentidos possíveis, para além da ilusão da literalidade, bem como, compreender os processos de produção desses sentidos e de constituição dos sujeitos em suas posições.

## 1.2 Sobre a metodologia de pesquisa em AD

Para uma melhor compreensão dos caminhos percorridos e das escolhas feitas durante o processo da pesquisa, introduzimos este tópico apresentando o posicionamento da AD em meio às ditas ciências régias.

A proposta de Michel Pêcheux (2008 [1983]) é de que a AD se estabeleça como uma disciplina contrária e crítica às ciências régias, sendo estas as que trabalham com a existência de um real (que é visto sistematicamente, tratado como homogêneo e sem deslizamento de sentidos), buscando apreendê-lo e explicá-lo. Segundo o autor, tais ciências surgem da nossa necessidade, enquanto sujeitos pragmáticos<sup>6</sup>, de um mundo lógico e semanticamente estabilizado, sem multiplicidade de sentidos. Elas vêm estruturar esse real, a fim de desvendá-lo, estabilizando seus sentidos de forma que exista uma univocidade lógica. Entende-se, por exemplo, que “o domínio das matemáticas e das ciências da natureza lidam com o real, na medida em que pode-se dizer de um matemático ou de um físico que ele encontrou a solução de uma questão até então não resolvida” (PÊCHEUX, 2008 [1983], p.29).

Assim, nessa tentativa de compreensão do real, essas ciências se constituem do que o autor denomina de “coisas-a-saber”. O conjunto de “coisas-a-saber” consiste em uma reserva de conhecimentos acumulados a serem geridos para que sejam posteriormente transmitidos

---

<sup>6</sup> Pêcheux (2008 [1975]) refere-se ao sujeito pragmático no sentido Kantiano: que tem como motivo a felicidade.

socialmente, “isto é, descrições de situações, de sintomas de atos (a efetuar ou evitar) associados às ameaças multiformes de um real do qual ninguém pode ignorar a lei porque esse real é impiedoso” (PÊCHEUX, 2008 [1983], p.34).

O que Pêcheux (2008[1983]) propõe, nesse contexto, é uma disciplina de interpretação que fuja do fantasma da ciência régia, colocando assim outra forma de se pensar o real:

É de supor que – entendendo-se o *real* em vários sentidos – possa existir um outro tipo de real diferente dos que acabam de ser evocados, e também um outro tipo de saber, que não se reduz à ordem das “coisas-a-saber” ou a um tecido de tais coisas. Logo: um real constitutivamente estranho à univocidade lógica, e um saber que não se transmite, não se ensina, e que, no entanto, existe produzindo efeitos (PÊCHEUX, 2008 [1983], p.43)<sup>7</sup>

Busca-se então pensar sobre o real da língua, considerando-se que existe um real próprio a ela; não se busca, contudo, apreender esse real de forma a apenas descrevê-lo ou desvendá-lo, até porque, segundo Pêcheux, “nós não descobrimos o real; a gente se depara com ele, dá de encontros com ele, o encontra” (PÊCHEUX, 2008 [1983], p.29).

Desse modo, o analista do discurso não pretende se apropriar de um conjunto de “coisas-a-saber” para realizar uma interpretação conteudista, ou seja, “não se trata de partir de ideias pré-concebidas para comprová-las através texto” (MITTMAN, 2007, p.160). Diante do texto, o analista do discurso se coloca para ouvir os possíveis efeitos de sentidos produzidos.

Sendo por concepção uma disciplina crítica, a AD não pressupõe que haja neutralidade em quaisquer processos de análise. Com efeito, a proposta de Pêcheux supõe que através de “descrições regulares de montagens discursivas, se possam detectar os momentos de interpretação enquanto atos que surgem como tomadas de posição, reconhecidas como tais, isto é, como efeitos de identificação assumidos e não negados” (PÊCHEUX, 2008 [1983], p.57). O pesquisador compreende a si próprio como parte integrante deste processo de análise, e não como exterior, neutro, um mero analista de dados.

É preciso discernir objeto de unidade de análise. Dentro desta perspectiva teórica, o texto é considerado a unidade de análise e o discurso é o objeto teórico de análise. Daí o texto ser o ponto de partida do analista, pois é através dos textos que chegamos aos discursos, (ORLANDI, 2012a).

Cada texto é atravessado por diferentes formações discursivas e, conseqüentemente, por várias posições sujeito, uma vez que elas “representam o lugar de identificação do sujeito”

---

<sup>7</sup> Grifos do autor

(ORLANDI, 2012a, p.103). Por isso, o texto é concebido como a materialização de um possível entrecruzamento de diversos discursos.

Desse modo, uma pesquisa em AD inicia-se pela escolha dos textos a serem analisados, o que chamamos de *corpus* empírico, ou seja, a superfície linguística à qual temos acesso imediato, entendida como “o objeto empírico afetado pelos esquecimentos 1 e 2 , na medida mesmo em que é o lugar de sua realização” (PÊCHEUX, 2014c [1975], p.181).

A partir dessa primeira etapa, parte-se para a construção do *corpus* discursivo, que é constituído por sequências discursivas que, uma vez recortadas dos textos, são selecionadas, organizadas e, em seguida, agrupadas segundo um campo discursivo e/ou um tema, sendo estes definidos a partir de uma questão que busca respostas (MITTMANN, 2007).

A partir das sequências discursivas, são analisados os aspectos linguísticos que produzem efeitos de sentidos, visando à identificação dos possíveis discursos que atravessam os textos. Busca-se “tornar visível o fato de que ao longo do dizer se formam famílias parafrásticas relacionando o que foi dito com o que não foi dito, com o que poderia ser dito” (ORLANDI, 2013, p.78). Esse processo é o que nos possibilita começar o traçado das formações discursivas que, permeando e alicerçando o texto, intervêm de modo a produzir efeitos de sentido específicos, isto é, que fazem as palavras significar de maneira x ou y.

Vemos assim que o *corpus* de pesquisa não está dado, pronto de partida, ou seja, não é um elemento *a priori* no processo de pesquisa em AD. De fato, sua construção é um processo dinâmico que se dá ao longo da pesquisa, através dos gestos “do analista de pôr unidades em contato, selecionar sequências, agrupá-las em bloco, voltar à teoria para, a partir dela, construir recortes, relacioná-los e, a partir deles, repensar a teoria, num movimento em espiral de retomadas de aspectos metodológicos e teóricos” (MITTMANN, 2007, p.155).

Apresentamos, a partir de agora, o processo de análise de nossa pesquisa, que se inicia pela delimitação do *corpus*.

### 1.3 Construindo o *corpus* de análise

Antes de começar a apresentar o processo de delineamento do *corpus* da presente pesquisa, que é o objetivo deste tópico, é importante, primeiramente, compreender a noção de “arquivo”. Afinal a construção do arquivo de pesquisa é uma etapa precedente e imprescindível à delimitação do *corpus*.

Para melhor compreensão desta noção, retomamos à definição de Pêcheux (2010 [1982]) de arquivo, quando pensado textualmente, como um “campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão” (PÊCHEUX, 2010 [1982], p.59). A noção de arquivo está vinculada à de instituição, dado que são as instituições que determinam as formas de organização dos arquivos, fazendo com que, dentro de um arquivo, todos os documentos sejam identificados “pela presença de uma data, de um nome próprio, de uma chancela institucional, etc., ou ainda pelo lugar que ele ocupa em uma série” (GUILHAUMOU; MALDIDIER, 2010, p.170).

Para esta pesquisa buscamos analisar textos de mídia impressa, desse modo, tendo em mente que todo arquivo está vinculado a uma instituição, consideramos que a Editora Abril poderia nos fornecer um bom acervo de documentos para nossa pesquisa, uma vez que esta é considerada a maior editora de revistas do Brasil. Segundo as informações em sua página<sup>8</sup> da internet, publica 48 revistas, sendo líder em 21 dos 25 segmentos em que atua. Na mesma página, a empresa também diz que suas publicações vendem cerca de 142 milhões de exemplares anualmente, têm 4,8 milhões de assinaturas e são lidas por 23 milhões de pessoas.

Ao entrar no *site* da editora, nos deparamos com a separação das revistas nas seguintes categorias: “Jovens”, “Conhecimento e Viagem”, “Atualidades”, “Femininas”, “Masculinas”, “Jogos e Passatempos”, “Infantis”, “Saúde”, “Esportes e Lazer”, “Decoração e Construção”, “Negócios e Carreira”, “Tecnologia”, “Educação” e “Moda”. Como se pode observar, as revistas são segmentadas por assunto e tipo de público, sendo este dividido por idade e gênero, o que, como afirma Scalzo (2011), é uma característica típica deste veículo de comunicação.

Para direcionar adequadamente a escolha das categorias de interesse, voltamos ao nosso objeto de pesquisa: o(s) discurso(s). Tendo como primeiro critério de inclusão a identificação das categorias que pudessem veicular discursos sobre trabalho/trabalhadores, buscamos os títulos disponíveis em “Negócios e carreira” e encontramos as seguintes revistas: VEJA, EXAME, VOCÊ S/A, VOCÊ RH.

E, tomando como segundo critério de inclusão a veiculação de discursos sobre gênero, nos direcionamos também ao segmento de “Revistas Masculinas” onde encontramos os títulos VIP, PLACAR, QUATRO RODAS, EXAME, VIAGEM, e ao segmento de “Revistas Femininas”, no qual estão presentes as seguintes publicações: CLAUDIA,

---

<sup>8</sup> <http://grupoabril.com.br/pt/o-que-fazemos/M%C3%ADdia/marcas-e-empresas>

NOVA/COSMOPOLITAN, BOA FORMA, ELLE, CASA CLAUDIA, MINHA CASA, ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO, PENSE LEVE, PAIS & FILHOS<sup>9</sup>.

Nesse primeiro recorte já nos confrontamos com duas questões inquietantes relativas à construção do *corpus*. Uma delas, suscitada diante da constatação da heterogeneidade constitutiva do arquivo, ou seja, da diversidade de documentos e conjuntos de documentos existentes sobre o mesmo tema, é: como escolher quais materiais usar como unidade de análise? Para isso precisamos retornar aos objetivos da análise e considerar ainda que o arquivo possui sua própria discursividade, e que esta também direcionará a escolha.

Para começarmos a pensar sobre a discursividade do arquivo, é preciso ter em mente que:

o arquivo não é reflexo passivo de uma realidade institucional, ele é, dentro de sua materialidade e diversidade, ordenado por sua abrangência social. O arquivo não é um simples documento no qual se encontram referências; ele permite uma leitura que traz à tona dispositivos e configurações significantes (GUILHAUMOU; MALDIDIER, 2010, p.170).

A própria organização do arquivo produz efeitos de sentido, que abrem possibilidades para diversos gestos de leitura, e é a partir dos gestos de leitura do analista sobre o arquivo que o *corpus* é construído.

Lembremos que a segmentação das revistas está pautada por dois eixos: assunto - ou “sobre o que se fala” - e tipo de público - ou “para quem se fala”. Ao observar as revistas femininas, vemos que, para as mulheres, fala-se sobre moda, beleza, emagrecimento, saúde, casa e filhos. Tais assuntos seriam, segundo a discursividade do arquivo, aqueles que interessam às mulheres ou aqueles pelos quais elas deveriam se interessar. Enquanto isso, para homens, fala-se sobre mulheres, futebol, carros, viagem e negócios.

Com isso, identificamos, na segmentação das revistas em “masculinas” e “femininas”, uma produção discursiva que se inscreve no que delimitamos como FI Binarista. Além disso, a discursividade do arquivo articula e produz efeitos de sentidos sobre o “masculino” e o “feminino” que retomam um interdiscurso no qual as mulheres têm como função primeira a dedicação ao lar e à maternidade, além de terem interesses fúteis em moda e beleza. Segundo esse mesmo interdiscurso, os homens são tidos como ativos, esportistas, aventureiros e inteligentes.

---

<sup>9</sup> <http://www.assine.abril.com.br/portal/home.action>



Gostaríamos de destacar a interseção na classificação da revista EXAME, que está incluída tanto no segmento “Negócios e Carreira” como no segmento “Revistas Masculinas”. A inclusão em mais de uma categoria não acontece com as outras revistas do segmento “Negócios e Carreira”, dada tal situação de exclusividade, para compreendermos melhor como essa interseção funciona discursivamente e como essa discursividade guiou nossa escolha para a composição do *corpus*, precisamos entender um pouco mais sobre as revistas EXAME e VOCÊ S.A.

Definida pela própria Editora Abril como a “maior e mais influente publicação de negócios e economia do país”, a EXAME se propõe a levar “à comunidade de negócios informação e análises aprofundadas sobre temas como estratégia, marketing, gestão, consumo, finanças, recursos humanos e tecnologia.”<sup>10</sup>

Segundo Wood Jr e Paula (2006), o sucesso de EXAME deu origem à outra revista do mesmo segmento, a VOCÊ S.A. Percebendo o aumento de vendas de exemplares ao abordar temas como administração de carreira, trajetória e qualificação profissional, a editoria da EXAME decidiu lançar três ou quatro matérias de capa relacionadas a esses assuntos. Uma delas foi intitulada VOCÊ S.A e teve sua tiragem esgotada, o que resultou no lançamento da nova revista.

Em abril de 1998, chegava às bancas a primeira edição da revista VOCÊ S.A, que se tornou a, partir de então, uma publicação mensal especializada em emprego e empregabilidade cujo foco é o desenvolvimento profissional de seus leitores, diferenciando-se nesse aspecto da EXAME, que continuou a abordar temas considerados relevantes para o público empresarial, como estratégias de negócios e métodos mais modernos de gestão. Na visão de seus editores, o sucesso da VOCÊ S.A está relacionado ao seu perfil de instrumento de autoajuda em um contexto no qual as pessoas buscam padrões de comportamento (WOOD JR e PAULA, 2006).

Enquanto os leitores da revista EXAME seriam aqueles que já teriam alcançado o “sucesso”, tendo-se tornado empresários, empreendedores, líderes e homens de negócio, o perfil de leitor da VOCÊ S.A. seria o do funcionário que ocupa cargos e desempenha funções “subordinadas” dentro das empresas e que toma como referência de sucesso e objetivo de carreira a posição do leitor da revista EXAME.

Temos então, dentro do segmento “Negócios e Carreira”, a revista EXAME destinada aos profissionais que estão nos cargos e posições sociais mais elevados e representando as

---

<sup>10</sup> Disponível em <https://exame.abril.com.br/sobre/>, acessado em 30/10/2017

maiores posições. Podemos pensar que a revista EXAME trata, sobretudo, de negócios e a VOCE S.A de carreira. Retornando à discursividade do arquivo, e observando que é justamente a EXAME que se encontra na interseção segmentária, retomamos o efeito de sentido de que a comunidade de negócios, a quem se destina a EXAME, é composta por homens, aos quais cabe falar sobre negócios, porque a eles cabem as tarefas de liderança e os cargos executivos. Ou seja, sobre carreira, fala-se para “qualquer um”; sobre negócios, para os homens. A EXAME destina-se, assim, ao que ela denomina “comunidade de negócios”, que, segundo a discursividade da organização do arquivo, é composta por homens.

Em função da marcação de gênero na própria discursividade do arquivo, decidimos descartar a revista EXAME como opção de *corpus*, uma vez que buscamos revistas que falassem sobre trabalho/trabalhadores para trabalhadores sem aparente distinção de gênero a fim de realizar uma análise comparativa entre suas matérias sobre trabalho e as matérias de outras revistas direcionadas a mulheres, que tratem dos mesmos temas. Por isso, optamos pela revista VOCÊ S.A que também está incluída no segmento de “Negócios e Carreira”, porém não está em nenhum dos segmentos gendrados, ou seja, não há, na discursividade do arquivo o “para quem se fala”.

Como não encontramos na Editora Abril uma publicação específica sobre mulheres e trabalho, fomos em busca de matérias sobre trabalho dentro das revistas femininas e as encontramos nas revistas CLAUDIA e NOVA/COSMOPOLITAN. Novamente, para justificar nossa escolha, apresentamos um breve perfil sobre as duas revistas.

A revista CLAUDIA nasceu em 1961 como a primeira publicação voltada para as mulheres da Editora Abril. No começo se restringia a artigos sobre moda, beleza, decoração e culinária, porém, com o passar do tempo, incorporou temas como consultoria jurídica, saúde, orçamento doméstico e sexo. Através da coluna “Arte de ser mulher”, da psicóloga Carmem da Silva, em 1963, a revista revolucionou ao trazer à tona assuntos polêmicos como solidão, machismo, trabalho feminino, alienação das mulheres e seus problemas sexuais (SCALZO, 2011).

Com a efervescência dos movimentos feministas nas décadas de 1960 e 1970, o mercado editorial se deparou com outro grupo de mulheres que poderia se consolidar como público leitor (e, portanto, consumidor), o que incorreu no “grande crescimento de revistas femininas que não tratam a mulheres como simples donas de cada, mas como profissionais em busca de realização” (SCALZO, 2011, p.34). Em meio a esse contexto, surge no Brasil a revista NOVA, destinada à mulher jovem e independente, que representa a versão brasileira da revista norte-americana COSMOPOLITAN.

Lançada em 1886, nos EUA, a revista COSMOPOLITAN começou como uma publicação destinada a toda a família, voltando-se especificamente ao público feminino a partir de 1960. Motivado pela boa circulação no mercado norte-americano, o grupo Abril decide trazer, em 1973, a publicação para o público brasileiro (REBELO, 2017).

Apesar de sofrer algumas adaptações, a revista brasileira segue basicamente a mesma estrutura de conteúdo original, prezando basicamente a questão comportamental: como se portar no ambiente de trabalho, no ambiente das relações sociais e no ambiente das relações amorosas (REBELO, 2017).

Embora estejam enquadradas dentro do mesmo segmento, o perfil das leitoras de CLAUDIA e de NOVA/COSMOPOLITAN<sup>11</sup> é distinto: essas revistas são pensadas para mulheres em fases diferentes da vida. De acordo com o discurso de ambas, suas leitoras são mulheres independentes e livres, que almejam sucesso tanto pessoal como profissional. Entretanto, ao passo que a revista CLAUDIA, se destina às mulheres que já conquistaram este sucesso, são mulheres casadas, com filhos e carreira profissional estabelecida, a leitora de NOVA/COSMOPOLITAN, como veremos mais adiante, é uma mulher mais jovem e ainda em processo de estruturação da própria vida. Resumidamente, pode-se dizer que a leitora de NOVA/COSMOPOLITAN busca trilhar um futuro de sucesso para ser a mulher leitora de CLAUDIA.

Percebemos uma aproximação entre VOCÊ S.A e NOVA/COSMOPOLITAN no sentido de que ambas as revistas se destinam àqueles que estão em busca de algo (de uma ideia de sucesso) já conquistado pelos leitores de EXAME e CLAUDIA. Como havíamos previamente descartado a revista EXAME, optamos por, em um primeiro momento, analisar comparativamente matérias retiradas do par composto por VOCÊ S.A e NOVA/COSMOPOLITAN.

A próxima etapa de constituição do *corpus* consiste na seleção de quais textos serão analisados. Dentro das duas revistas selecionadas, escolhemos analisar matérias de caráter prescritivo, em que são trazidas situações do cotidiano corporativo e dicas de como os profissionais devem se comportar para que sejam bem-sucedidos.

Observamos que a revista VOCÊ S.A se estrutura basicamente em três eixos principais, chamados pela própria revista de “editoriais”, sendo eles: “carreira”, “mercado” e “dinheiro”. Dentro de cada editorial são publicadas matérias sobre comportamento no

---

<sup>11</sup> A partir de 2015 a marca NOVA, licenciada da revista COSMOPOLITAN passou a assumir por completo a identidade internacional e passou a assinar como COSMOPOLITAN. Como nosso corpus é composto por matérias de 2014 e 2015, utilizamos a nomenclatura *NOVA/COSMOPOLITAN* para nos referir à revista.

ambiente de trabalho, informações sobre o mercado de trabalho, mercado financeiro e gestão das finanças pessoais. Escolhemos para o nosso *corpus* matérias retiradas do editorial carreira, uma vez que buscávamos matérias que abordassem questões relativas ao comportamento dos trabalhadores na rotina do ambiente de trabalho.

Já a revista NOVA/COSMOPOLITAN, tal como descreve Rebelo (2017), é dividida nas seguintes grandes seções: “Amor e Sexo”, “Beleza e Saúde”, “Celebs”, “Você, Você, Você”, “Carreira e Dinheiro”, “Homem, Moda e Estilo”. Dentro de cada grande seção, há subseções fixas e as matérias que variam a cada edição. Para compor nosso corpus, escolhemos as matérias próprias de cada edição da seção “Carreira e Dinheiro”, que se caracterizam por serem “matérias sobre posturas adequadas no ambiente de trabalho, como conseguir promoções e aumentos, como ser uma empreendedora de sucesso, além de como aprimorar relacionamentos interpessoais e a própria imagem” (REBELO, 2017, p.39).

Dentro dos critérios de busca acima propostos, percorremos um trajeto temático (cuja definição será explicitada mais adiante), entre as duas revistas, ou seja, dentro da seção “carreira” em cada uma das revistas, buscamos matérias de mesmo tema.

Ao longo das análises comparativas entre as matérias das duas revistas, depreendemos efeitos de sentido que apontavam para um discurso sobre “medo/coragem” e “insegurança/segurança” atravessando os discursos sobre trabalho. Tal questão se mostrou tão latente que nos fez retornar ao *corpus* e direcionar o trajeto temático especificamente para “medo/insegurança”.

Revisitando o arquivo, encontramos na revista VOCÊ S.A uma matéria sobre medo e insegurança de profissionais em geral, sem marca gendrada, e uma outra matéria, tratando do tema da insegurança especificamente das mulheres na vida profissional. Decidimos, então, incluir uma análise comparativa entre as duas matérias da mesma revista.

Por fim, no que tange à quantidade de matérias selecionadas, lembramos que, porque a AD é uma disciplina não-positivista, critérios empíricos não são utilizados para delimitar o *corpus*, de modo que não buscamos uma exaustividade quantitativa de material. Dentro desta teoria, o que se almeja é uma exaustividade em profundidade, considerada de acordo com o tema e os objetivos de análise (ORLANDI, 2013).

Apresentamos, a seguir, a lista completa dos textos que compõem o *corpus* do presente trabalho<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Os anos de 2014 e 2015 correspondem ao período em que a coleta de material para a pesquisa foi realizada.

Quadro 1 – *corpus* de análise

	<b>Revista</b>	<b>Ano</b>	<b>Mês</b>	<b>Ed.</b>	<b>Título</b>	<b>Páginas</b>
<b>Capítulo 2</b> <b>Item 2.2</b>	NOVA	2015	Fevereiro	497	Master Chefe	56-59
	VOCÊ S.A	2015	Abril	202	Chefe de primeira viagem	46-47
<b>Capítulo 2</b> <b>Item 2.1</b>	NOVA	2014	Dezembro	495	Você foi adicionada ao grupo trabalho	86-89
	VOCÊ S.A	2014	Julho	194	Geração Texto	68-70
<b>Capítulo 3</b>	VOCÊ S.A	2015	Fevereiro	200	Enfrente seus medos	25-29
	VOCÊ S.A	2015	Março	201	Insegurança Feminina	44-47

Fonte: A autora, 2018.

Observamos que a estrutura de análise se configura em três trajetos temáticos: “chefia”, “comunicação virtual” e “medo/insegurança”. A análise em trajetos temáticos tem como fundamento um “vaivém de atos linguageiros de uma grande diversidade e atos de linguagem que podemos analisar linguisticamente e nos quais os sujeitos podem ser especificados” (GUILHAMOU, MALDIDIER, 2010, p.173). Essa modalidade de análise se interessa pelo novo no interior da repetição, pelos sentidos tanto mantidos quanto deslocados nesse ir e vir, nessa passagem de uma materialidade a outra, buscando compreender como os sentidos migram de uma materialidade para outra, como os sentidos migram ao se falar, por exemplo, de “trabalhadores” e de “trabalhadoras”, ou, como veremos a seguir, de “profissionais” e de “profissionais mulheres”.

Como mencionado no início do item 1.3, não podemos considerar o arquivo apartado do conceito de instituição. E o mesmo vale, portanto, para os textos que compõem nosso *corpus*: não podemos considerá-los isolados e descontextualizados; é preciso ter em mente que tais textos se encontram em revistas que seguem as regras da instituição jornalísticas, fator condicionante do funcionamento discursivo de tais textos, uma vez que é ela quem “determina o que pode e o que não pode ser dito em seus diferentes espaços, em cada instância de circulação” (DELA-SILVA e DIAS, 2015, p.131).

#### 1.4 Sobre o que se fala e para quem se fala

Considerar os textos do *corpus* vinculados à instituição jornalística significa, em outras palavras, considerar que o funcionamento destes textos é regulado pelos elementos de saber de uma formação discursiva, a FD Jornalística.

Dentro desse domínio de saber, os jornais são tidos como meios de comunicação que relatam eventos inesperados, possíveis e previsíveis, ou seja, noticiam fatos, e cujos textos devem sempre ser objetivos e verdadeiros, fazendo uso de uma linguagem que está colada aos acontecimentos relatados (MARIANI, 1998).

Apesar de regulada pela FD Jornalística, a revista tem um funcionamento um pouco diferente do jornal: ao invés de relatar fatos, ela dispõe de mais informações pessoais que visam a ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática. A revista é um meio que une entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos, se propondo a prestar um serviço ao leitor. Todavia, permanece como valor fundamental a “neutralidade jornalística”, de modo que “o bom texto de revista deve ser calcado prioritariamente em informações e não em opiniões” (SCALZO, 2011, p.57).

Segundo os manuais de jornalismo, o texto da revista deve ser escrito tendo como foco principal o leitor, daí ser fundamental saber exatamente com quem se está falando. Principalmente no jornalismo de revista, “o leitor é alguém específico com cara, nome e necessidades próprias” (SCALZO, 2011, p.54) e a revista o trata por “você”, falando com ele diretamente e às vezes com intimidade.

Observamos assim que a crença na ideia da informação neutra, objetiva e imparcial, resultante desse domínio da linguagem referencial é própria da constituição do discurso jornalístico (MARIANI, 1998). O discurso jornalístico se sustenta, portanto, na teoria da comunicação linguística, baseada no esquema comunicacional de Roman Jakobson.

Porém, em seu texto *Análise Automática do Discurso (AAD-69)*, Michel Pêcheux reelabora o esquema informacional da comunicação. Segundo tal reelaboração proposta pelo autor, a sequência verbal D emitida de um destinador (A) para um destinatário (B) - por meio de um código linguístico L - não é entendida como transmissão de informação, mas sim como efeito de sentidos entre esses dois pontos. Aqui, A e B são entendidos como lugares determinados na estrutura de uma formação social e não como a presença física de organismos humanos individuais (PÊCHEUX, 2014b [1969]).

Lembrando que tais posições não possuem seus sentidos em si, elas significam dentro de um contexto sócio-histórico e de acordo com as formações discursivas nas quais estão inscritas, de modo que “o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (PÊCHEUX, 2014b [1969], p.82).

Os processos discursivos se desenrolam, então, com base na antecipação, por parte do emissor, das representações do receptor, isto é, é nessa antecipação que se funda a estratégia do discurso (PÊCHEUX, 2014b [1969]). A antecipação é, portanto, condição constitutiva de qualquer discurso, no sentido de que o enunciador antecipa-se “a seu interlocutor quanto ao sentido que suas palavras produzem” (ORLANDI, 2013, p.39) para direcionar seus discursos.

O referente, bem como os protagonistas do discurso, consiste em um objeto imaginário cujo sentido é dependente da interpelação dos interdiscursos. Ou seja, também a significação do objeto é dada sócio-historicamente.

Por isso, e segundo a teoria da análise do discurso, não tomamos os textos das revistas (ou as próprias revistas) como instrumentos que transmitem informações “puras” para seus leitores. Os textos das revistas são aqui compreendidos como produções discursivas e, daí, como produtores de “efeitos de sentidos” que significam de acordo com as formações discursivas.

Sinteticamente, portanto, podemos afirmar que o discurso das revistas é estruturado com base nas representações imaginárias que as revistas têm do referente, de seus leitores e de si próprias. Isso significa que o discurso da revista é pensado também de acordo com a posição de seus leitores, ou melhor, com a representação que a revista tem da posição ocupada por seus leitores. Partindo disso, reelaboramos o quadro de Pêcheux de acordo com as formações imaginárias que sustentam os discursos das duas revistas<sup>13</sup>:

---

<sup>13</sup> Em AD consideramos que esse leitor funciona sob o que se chama de “efeito-leitor”, uma unidade imaginária de sentido lido.

Quadro 02 – Formações Imaginárias de NOVA e VOCÊ S.A

<b>Expressão que designa as Formações imaginárias</b>	<b>Significado das expressões</b>	<b>Pergunta de referência</b>
$I_V(V)$	Imagem do lugar de Você S/A para o sujeito-Você S/A.	“Quem sou eu para lhe falar assim?”
$I_V(LV)$	Imagem do leitor de Você S/A para o sujeito-Você S/A	“Quem é ele para que eu lhe fale assim?”
$I_V(V)$	Imagem do lugar de NOVA para o sujeito-NOVA.	“Quem sou eu para lhe falar assim?”
$I_N(LN)$	Imagem do leitor de NOVA para o sujeito-NOVA.	“Quem é ela para que eu lhe fale assim?”
$I_V(T)$	Ponto de vista de Você S/A sobre “trabalho”	“De que lhe falo assim?”
$I_N(T)$	Ponto de vista de NOVA sobre “trabalho”	“De que lhe falo assim?”

Fonte: A autora, 2018.

Desse modo, temos que as imagens  $I_V(V)$  e  $I_N(N)$  são preenchidas por sujeitos-jornalistas, interpelados pela ilusão da onipotência do sujeito em relação à linguagem, ou seja, pela ilusão da possibilidade de manipulação da linguagem de forma imparcial. Segundo o discurso da forma-sujeito da FD Jornalística, os jornalistas são profissionais que procuram levar informações úteis e corretas para seus leitores e que devem ter o compromisso com a verdade, sendo que o jornalista de revista estará mais ocupado em prestar um serviço do que em apresentar um furo de reportagem (SCALZO, 2011).

Sob a evidência ideológica da FD que o interpela, o sujeito-jornalista de fato pensa conhecer o leitor, saber exatamente com quem está falando (SCALZO, 2011, p.14). O jornalista acredita que, através de recursos como pesquisas, enquetes etc, conhece exatamente o perfil do leitor para quem escreve, e que este conhecimento é condicionante de sua condição de bom jornalista de revista. Entretanto, tal ideia é uma ilusão e, mais ainda, de acordo com a teoria à qual nos filiamos neste trabalho, essa ilusão é constitutiva do sujeito-jornalista.

O sujeito-jornalista pensa conhecer plenamente do que fala e para quem fala, ignorando que ambos – jornalista e leitor - constituem formações imaginárias que significam de acordo com as FDs em que se inscrevem.



Apresentamos a seguir uma breve análise de alguns dizeres das revistas sobre elas próprias e sobre seus leitores, de forma a apreender as possíveis projeções construídas pelas formações imaginárias expostas acima, identificando que formações discursivas as atravessam. Os recortes analisados foram retirados de um material de marketing disponibilizado pela própria Editora Abril <sup>14</sup> em seu portal de publicidade.

Começamos com a formação imaginária que ambas as revistas fazem do referente discursivo “trabalho” ( $I_V(T)$  e  $I_N(T)$ ). Os recortes abaixo contêm explicações sobre o conteúdo das seções das revistas de onde retiramos os textos que compõem o corpus.

Figura 1 –VOCE S.A

**Carreira:** reportagens sobre desenvolvimento profissional e gestão da carreira em seus diversos formatos: emprego, empreendedorismo, trabalho autônomo.

Fonte: Editora Abril

Figura 2 –NOVA/COSMOPOLITAN

Oferece tudo o que é preciso  
para crescer na carreira, realizar a viagem  
dos sonhos, além de ir direto ao ponto  
em questões da saúde feminina.

Fonte: Editora Abril

Observamos assim que, embora tenhamos nomeado os referentes discursivos como “trabalho”, nenhuma das revistas fala diretamente sobre “trabalho”, mas sobre “carreira”. A palavra carreira é constantemente repetida, desde a segmentação das revistas até a nomenclatura de suas seções, e seu uso produz sentidos diferentes do que “trabalho”.

O termo “carreira” está atrelado à ideia de progressão. Na carreira militar, por exemplo, há patentes hierarquicamente distintas e, ao entrar nas forças armadas, o “militar” almeja subir os degraus até o topo da hierarquia. O termo “carreira” está, ainda, vinculado à ideia de profissão. As profissões geralmente requerem competências especializadas e formais, cuja aquisição depende de algum tipo de formação institucional, seja universitária ou técnica

<sup>14</sup> Disponível em <http://publiabril.abril.com.br/> acessado em 31/03/2017

(tanto que cursos técnicos são também chamados de “cursos profissionalizantes”). Aquele que exerce uma profissão é um “profissional”.

Assim, apenas os trabalhadores que possuem uma profissão podem ter uma carreira. As revistas não falam sobre qualquer trabalho, tampouco se dirigem a quaisquer trabalhadores, mas apenas àqueles que têm uma carreira profissional. Segundo essa linha de raciocínio, nem todo trabalhador seria um profissional.

Notamos que, de acordo com a descrição da revista, as reportagens de VOCÊ S.A falam sobre “desenvolvimento profissional” e “gestão de carreira”, e as da NOVA/COSMOPOLITAN afirmam fornecer a orientação necessária para a leitora “crescer na carreira”, o que também está presente nos dizeres de VOCÊ S/A, como veremos adiante. Podemos observar aí um discurso que responsabiliza os próprios funcionários/trabalhadores pela conquista de melhores empregos e cargos, como se o sucesso dependesse apenas deles mesmos. Identificamos, portanto, a inscrição dos dizeres sobre trabalho da FD de Mercado, segundo a qual os trabalhadores, para serem bem-sucedidos, precisam seguir a cartilha de determinações do mercado: é preciso saber agir, comportar-se e saber o que falar de acordo com as determinações do mercado.

De acordo com Mariani (1998, p.60), “discursos sobre” são tidos como “discursos intermediários, pois, ao *falarem sobre* um *discurso de* (‘discurso-origem’), situam-se entre este e interlocutor, qualquer que seja”. Além disso, a autora ainda estabelece “que esses discursos representam lugares de autoridade em que se efetua algum tipo de transmissão de conhecimento” (MARIANI, 1998, p.60)<sup>15</sup>.

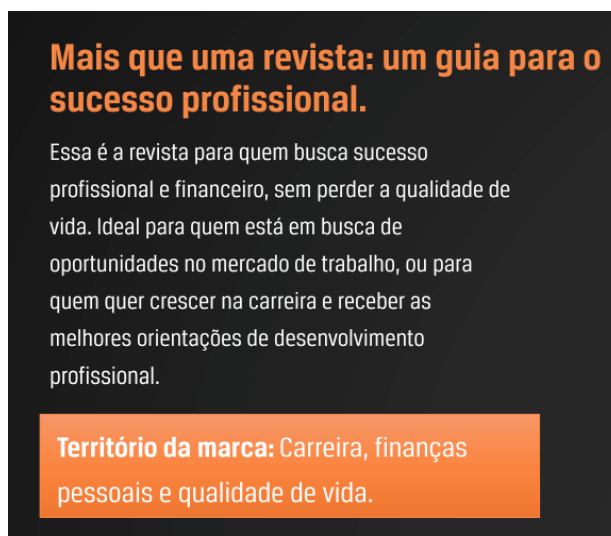
Como apontado anteriormente, de acordo com o discurso jornalístico, as revistas se concebem como prestadoras de serviço. Podemos considerar que elas se colocam, portanto, em um lugar de autoridade para transmitir os conhecimentos do mercado, e produzem assim um discurso “sobre trabalho” que, ao se inscrever na FD de Mercado, tem o sentido deslocado para discurso “sobre carreira”.

Passamos agora para a análise das imagens que as revistas (sujeitos-jornalistas) fazem de seus leitores, começando por VOCÊ S.A:

---

<sup>15</sup> Grifos da autora.

Figura 3 – Imagem do leitor de VOCÊ S.A



Fonte: Editora Abril

Analisando os dizeres, identificamos que a imagem do sujeito leitor de VOCÊ S.A, ( $I_V(LV)$ ) está em consonância com a posição de “bom-sujeito” (da FD de Mercado), aquele que se apresenta como alguém que livremente consente às exigências do mercado, a forma-sujeito consentida da FD de Mercado que ocupa uma posição de sujeito atuante, bem-sucedido no mercado de trabalho. Nessa prática do discurso mercadológico, o “bom-sujeito” é interpelado pelo discurso do engajamento, do empreendedorismo, da competência, da responsabilidade e do sucesso (AMARAL, 2005).

No discurso mercadológico, a posição sujeito-trabalhador enquanto classe é silenciada (coletivo, de um “nós-trabalhadores”), para dar lugar ao individualismo, no “sentido de se tratar sempre de um indivíduo-trabalhador, que tem seus próprios desafios para serem superados e poder alcançar o sucesso” (NOGUEIRA, 2015, p.61).

Interpelados pelo discurso mercadológico, os sujeitos acreditam na ilusão de igualdade e de liberdade de condições para competirem no mercado de trabalho e, portanto, na ilusão de que seu sucesso depende de características pessoais, como a vontade e a competência. Produz-se através da FD de Mercado o efeito da ilusão de que o sucesso é a realização da individualidade (AMARAL, 2005).

Segundo Amaral (2007), o discurso empresarial (que se inscreve na FD de Mercado) propõe mudanças de nomes para designar quem trabalha de modo a “apagar” uma memória discursiva que atrela “trabalho” a “servidão”, pois, ao serem designados como servidores, significam como pessoas que servem a outro; como funcionários, que funcionam como um

sistema de normas e regras; como operários, porque operam, produzem mais valia e como empregados como pessoas que empregam sua força de trabalho.

A autora segue explicitando que o termo “empregado”, é re-significado a partir da redefinição dos parâmetros das relações de trabalho, que passou a significar pessoas prestadoras de serviço a organizações ou através destas (AMARAL, 2007, p.47). Dentro das empresas, os funcionários passam a ser chamados de “parceiros”, “colaboradores” “associados”. Apagam-se assim as relações de trabalho e poder entre “patrão” e “empregado”, criando-se um efeito de ilusão de igualdade entre todos no mercado.

No decorrer de nossas análises, observamos que, ao longo do *corpus*, os “trabalhadores” são designados por “profissionais”, apagando-se o sentido de trabalho como venda de força de trabalho. Da mesma forma que o referente “trabalho” tem seu sentido deslocado para “carreira”, a formação imaginária para  $I_V(LV)$  tem seu sentido deslocado de “trabalhador” para “profissional”. O mesmo funcionamento é observado nas matérias de NOVA/COSMOPOLITAN, desse modo, passaremos a considerar em nossa pesquisa as posições “profissional” e “profissional mulher” e não mais “trabalhador” e “trabalhadora”.

O sujeito “profissional mulher” corresponde à posição “profissional” cujo gênero é marcado como “mulher”, ou seja, é um sujeito “profissional” que também é “mulher”. Vejamos a seguir, a imagem que a revista faz de suas leitoras ( $I_N(LN)$ ), que representa o sujeito “mulher” da posição denominada por nós de “profissional mulher”.

Figura 4 – Imagem da leitora de NOVA/COSMOPOLITAN

Só a **COSMOPOLITAN**  
estabelece conversas

**ÍNTIMAS E  
FRANCAS**

que auxiliam as mulheres  
jovens em momentos de  
tomada de decisão, para uma  
vida autêntica.

(a)

É a revista feminina mais lida  
**no mundo** e a marca que  
apoia a mulher jovem,  
proporcionando diversão e  
informação para uma vida sem  
medo e sem arrependimentos.

(b)

**NOSSA  
LEITORA**

**QUER O PRAZER SEM CULPA  
E A AUTOCONFIANÇA PARA  
CHEGAR AONDE QUISER.**

Ela é jovem, independente,  
vaidosa, cheia de atitude e  
muito orgulhosa de ser feminina.  
Busca coragem para enfrentar  
desafios e tomadas de decisões,  
sejam elas grandes ou pequenas.  
E vive da maneira como ela escolhe,  
porque ela sabe que pode.

**COSMOPOLITAN**

(c)

Legenda: (a) e (b) imagem da revista sobre ela mesma; imagem que a revista faz das leitoras.

Fonte: Editora Abril.

Nos recortes acima, em um primeiro momento, já é possível identificar algumas relações de contradição que se estabelecem entre os dizeres produzidos pela revista. De forma a melhor depreender o funcionamento discursivo dessas relações de contradição, elaboramos as seguintes paráfrases:

“A mulher de nova é independente, mas precisa de auxílio para tomar decisões (para que tenham uma vida autêntica)”.

“Ela é cheia de atitude, mas ainda não tem autoconfiança para chegar onde quer e busca coragem para tomar até as pequenas decisões”.

“Ela vive da maneira como escolhe, mas tem medo”.

“Ela sabe que pode, mas se culpa pelo prazer e se arrepende”.

A partir das paráfrases acima, depreendemos uma produção de efeitos de sentidos segundo os quais as mulheres leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN ainda não conseguem viver de acordo com seus desejos e vontades. Se inscritos em uma formação discursiva que reconhece as mulheres enquanto uma classe oprimida, os enunciados podem ser interpretados como uma denúncia às opressões sofridas pelas mulheres na sociedade, que fazem com que elas se sintam culpadas e com medo de viver como desejam.

Porém, se lidos a partir de uma formação discursiva cujos elementos de saber atribuem características inatas às mulheres que definem seu papel na sociedade, os enunciados serão interpretados como uma afirmação de que as mulheres, devido a sua natureza essencialmente insegura e medrosa, são fracas e incapazes de viver de maneira autônoma, já que não conseguem tomar decisões sozinhas, por menores que sejam, demandando apoio contínuo.

De todo modo, a imagem da leitora de NOVA/COSMOPOLITAN é atravessada por um discurso que reafirma a posição da mulher como sujeito de direito na sociedade, ou seja, um sujeito livre, titular de seus direitos e igual aos seus semelhantes. Esse discurso de reafirmação das mulheres enquanto sujeitos de direito funciona produzindo um efeito de sentido de que as mulheres, embora tenham a igualdade de direitos civis prevista legalmente, não gozam plenamente dessa igualdade, ou seja, ainda que oficialmente disponham de determinados direitos, as mulheres, oficiosamente, não os exercem, porque não são consideradas de fato como sujeitos de direito. E a leitora de NOVA/COSMOPOLITAN supostamente quer viver como um sujeito de direito.

Observamos então, por esta breve análise, que as duas revistas falam sobre “carreira” para “profissionais” que almejam ser sujeitos bem-sucedidos da FD de Mercado. No caso da revista VOCÊ S.A, concluímos que a formação imaginária do sujeito leitor corresponde ao “bom-sujeito” da FD de Mercado, sem uma designação de gênero marcada, esses sujeitos são identificados apenas por “profissionais”. Já em NOVA/COSMOPOLITAN, a imagem é de uma mulher que também é profissional, sendo, portanto, um sujeito “profissional – mulher”,

ou, como encontraremos em algumas passagens do *corpus*, a “profissional”. Apesar de não estar presente nos recortes analisados neste item, a imagem de “a profissional/ profissional-mulher” também aparece em VOCÊ S.A como sujeito-leitor na matéria “Insegurança Feminina”, selecionada para o nosso *corpus*. Temos, portanto, duas posições de sujeito para I<sub>V</sub>(LV): “profissional” e “profissional-mulher”.

Como vimos, a posição de sujeito “mulher” significa de formas diferentes em função da formação discursiva na qual se inscreve. O que fizemos em nossas análises foi justamente depreender os efeitos de sentido para a posição “mulher”, de modo a traçar as formações discursivas em que se inscrevem essas posições. Além disso, também analisamos a possível inscrição dos sujeitos “profissionais” em uma formação discursiva “gendrada”.

## 2 RECORTANDO UMA MEMÓRIA SOBRE “MULHER”

Como observado no capítulo anterior, os discursos sobre trabalho das duas revistas que compõem nosso *corpus* são sustentados pelo jogo de representações imaginárias “profissional” e “profissional-mulher”. Vimos também, que tais posições de sujeito adquirem sentido na FD de Mercado e que a posição de sujeito “profissional-mulher” representa uma relação entre a posição “profissional” inscrita na FD de Mercado com outra posição de sujeito, a “mulher”.

A partir disso, podemos pensar que a posição “profissional-mulher” se dá no funcionamento de um discurso-transverso “sobre mulher” no discurso mercadológico. Entretanto, como também exposto, os sentidos não são únicos, de modo que “mulher” significa de maneiras diferentes de acordo com a formação discursiva na qual o sujeito se inscreve. O que buscamos em nossas análises (que serão apresentadas nos capítulos 3 e 4) foi depreender o modo como os discursos sobre “mulher” foram produzidos pelas matérias e identificar a quais redes de sentidos esses discursos se filiam, ou seja, buscamos identificar quais são os discurso sobre “mulher” que estão sendo retomados pelo sujeito do discurso.

Para tanto, lançamos mão do conceito de memória discursiva “pois é a partir da memória discursiva que é possível apreender os funcionamentos de encaixamento do pré-construído, do discurso transverso e a articulação de enunciados discursivos” (INDURSKY, 2013, p.58).

Lembramos que, para a análise do discurso, a memória não deve ser entendida “no sentido diretamente psicologista da memória individual, mas nos sentidos entrecruzados de memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador” (PÊCHEUX, 2007 [1983], p.50).

Desse modo, de acordo com essa linha teórica, a memória se refere ao fato de que todo dizer se produz sobre um já-dito, todo dizer é, portanto, uma posição entre outras, em relação a uma memória. Assim, para que algo faça sentido é necessária a ocorrência anterior de outros sentidos já fixados na memória discursiva e que possam ser filiados para o acontecimento presente (MARIANI, 1998).

Assim, ao longo das análises do *corpus*, depreendemos efeitos de sentidos que pareciam alinhar-se nos mesmos lugares de significação, isto é, que nos levavam para os mesmos pré-construídos. Fomos, então, buscar compreender uma possível memória que sustenta esses sentidos como evidentes. Ao longo desse processo (sem começo e sem fim),



observamos que, em meio a diferentes discursos que atravessam determinadas historicidades, há certa regularidade que ressoa na memória dos dizeres sobre mulheres e que sustentam sentidos construídos como evidentes pela ideologia hegemônica e opressora até os dias atuais.

Diante disso, recuperamos alguns dos “já-ditos” sobre mulheres que, mesmo em temporalidades distantes, produzem efeitos de sentidos sobre as formulações produzidas pelas revistas analisadas nesta pesquisa. Conseguimos observar aí, um emaranhado de discursos que constituem o que delineamos e passaremos a chamar doravante de FD Sexista, um lugar de constituição de sentidos para “homem” e “mulher” que se mantêm como hegemônicos e nos quais se inscrevem os pré-construídos depreendidos de nossas análises.

Entretanto, retomamos Mariani (1998) para lembrar que “trabalhar com a memória discursiva é estar observando retomadas e/ou disjunções nada pacíficas, uma vez que se trata de conflitos pela regularização e hegemonia de sentidos” (Mariani, 1998, p.41). Desse modo, a constituição dessa memória hegemônica sobre mulheres se estabelece em meio a uma constante relação de disputa de sentidos para “mulher”, tensão esta estabelecida com dizeres que são enunciados de outro lugar, e constituem, portanto, a outra rede de sentidos que chamaremos doravante de “FD Feminista”.

Porque entendemos o interdiscurso como da ordem do infinito, não sendo possível estabelecer seu início e muito menos seu fim, não temos aqui a pretensão de retomar todos os discursos, dada a própria impossibilidade da tarefa, nem a origem dos sentidos constituintes de cada FD. Portanto, no item 2.1 focamos em abordar como, em diferentes períodos históricos, certos discursos funcionam sustentando uma divisão sexuada de papéis na sociedade, mantendo sempre o poder nas mãos dos homens. Funcionamento esse, que como veremos, se mantém, em grande medida, na produção discursiva das matérias por nós analisadas.

Para nossa pesquisa, trouxemos/convocamos certas historicidades que consideramos terem tido grande influência no pensamento e na cultura das civilizações ocidentais, são eles: Grécia Antiga, Idade Média, o período da Revolução Francesa e o século XIX, em que se tem a consolidação do capitalismo. Dentro disso, fizemos um pequeno recorte, escolhendo alguns discursos, que consideramos ressoar na memória discursiva nos dizeres de nosso *corpus*. No item 2.2 abordamos o contexto brasileiro buscando compreender como esses discursos circulam e funcionam no Brasil determinando os papéis sociais.

Citamos Henry (2010 [1984], p.55) para lembrar que “não há *fato* ou *evento histórico* que não faça sentido, que não peça interpretação, que não reclame que lhe achemos causas e consequências. É nisso que consiste para nós a história, nesse fazer sentido, mesmo que

possamos divergir sobre esse sentido em cada caso”. Desse modo, o que apresentamos ao longo deste capítulo é apenas um recorte, um gesto de leitura de nossa parte enquanto analistas do discurso, no qual tentamos compreender como se dá a relação de disputa de sentidos para “mulher” e “homem”, gesto esse acarretado pelas relações tensas e antagônicas apreendidas do *corpus*. De forma alguma consideramos que o que fizemos se trata de um modo único de observar a historicidade.

Entendemos, pois, que a constituição de uma memória discursiva sobre mulheres e homens é um processo muito mais complexo, que demanda várias problematizações e análises. Que não é necessariamente um processo linear, ele se dá em um processo de vários discursos e acontecimentos discursivos entrecruzados.

## 2.1 Diferentes períodos, mesmo sentido

Escolhemos começar o recorte de uma memória discursiva sobre homens e mulheres com a Grécia Antiga<sup>16</sup> por esta ser tida, ainda hoje, como uma referência de civilização de grande riqueza intelectual e cultural. Os gregos são considerados desenvolvedores do que hoje se entende por “filosofia” e, também, os criadores do conceito de democracia. Pareceu-nos, então, relevante investigar como se pensava e o que se dizia sobre a mulher nesse período histórico (na civilização da Grécia antiga). Dentre os filósofos deste período, escolhemos trazer Aristóteles e Platão, considerados os dois nomes de grande referência e influência na filosofia grega (também são tidos como uma referência de pensamento político-filosófico).

Começamos com “A Política”, de Aristóteles, obra ao longo da qual o filósofo se propõe a analisar a estrutura social da *pólis* a fim de idealizar melhores políticas visando ao bem comum. Nela, encontramos um discurso naturalista no qual se afirma que alguns seres são, por desígnio da natureza, superiores aos outros. Segundo tal concepção, quem pode tudo prover por sua inteligência é marcado desde o instante do nascimento para comandar; já os que apenas podem contribuir para a prosperidade com o trabalho do seu corpo devem obedecer.

---

<sup>16</sup> Compreendemos que existem outras historicidades advindas da Idade Clássica que contribuem para a constituição de uma memória discursiva das civilizações ocidentais, no caso dos países latinos temos, por exemplo, a Roma Antiga, porém, esta pesquisa não tem por objetivo fazer uma análise aprofundada sobre o assunto, nos limitamos apenas a um recorte feito a partir do que apreendemos de nossas análises.

Essa hierarquia supostamente natural entre os seres humanos defendida por Aristóteles estaria pautada inclusive nas diferenças sexuais. O filósofo afirma que ao “gênero humano”, se aplica a mesma ordem (os mesmos desígnios) das outras espécies animais, em que “o macho é por natureza superior e a fêmea inferior, aquele domina e esta é dominada” (Política, 1254 b).

Desse modo, encontramos na obra de Aristóteles, a descrição de uma estrutura familiar na qual a esposa\mulher é inferior ao marido\homem, sendo designada por natureza a ser comandada por ele, predestinada à submissão, uma vez que ao homem, dotado da virtude da razão, cabe a autoridade sobre sua esposa, seus filhos e seus escravos. Tal organização seria a que, segundo a visão de Aristóteles, permitiria o equilíbrio, o bem estar e o funcionamento pleno da sociedade por sua conformidade às disposições naturais.

Ainda segundo os preceitos que tentam justificar a proposta aristotélica de configuração da *pólis*, quem nasce para comandar deve possuir a virtude da prudência, que se traduz em sabedoria e justiça; enquanto isso, os comandados devem dispor de confiança e docilidade. Estes, por não possuírem a razão e a inteligência imprescindíveis às tarefas administrativas, devem se deixar guiar pelos comandantes, uma vez que, sem eles, ficariam relegados à própria sorte e condenados a um destino desastroso.

Recorrendo ao discurso dos “desígnios da natureza”, Aristóteles justifica e sustenta a exclusão das mulheres da participação política e da gestão da vida pública, restringindo-a as atividades familiares\domésticas e ao âmbito privado. Porém, esse discurso encontrado em “A Política” encontra-se em relação de tensão com a visão que Platão (e Sócrates), mentor de Aristóteles, tinha da participação das mulheres na sociedade.

Apesar de entender que há diferenças-naturais entre homens e mulheres, Platão afirma que tais diferenças em nada impossibilitam o exercício de certas funções. Segundo ele, as mulheres possuem a mesma capacidade de razão que os homens e, “se exigimos das mulheres os mesmos trabalhos que os homens, precisamos fornecer-lhes o mesmo tipo de educação” (Rep., V, 452 a).

Assim, Platão já esboçava o discurso de que uma suposta inferioridade intelectual feminina não é naturalmente predeterminada, mas se dá, sim, porque as mulheres não recebem o mesmo grau de instrução que os homens. De modo que:

[...] não há nenhuma atividade que concerne à administração da cidade que seja própria da mulher enquanto mulher ou do homem enquanto homem; ao contrário, as aptidões naturais estão igualmente distribuídas pelos dois sexos e é próprio da natureza que a mulher, assim como o homem, participe em todas as atividades, ainda que em todas seja mais fraca do que o homem (Rep., V, 455 e).

Apesar de considerar as mulheres mais fracas fisicamente do que os homens, Platão não as considera intelectualmente inferiores, não havendo, portanto, nenhuma razão para que as mulheres sejam excluídas da vida pública e política da cidade. Contudo, a posição de Platão era a exceção e o pensamento aristotélico correspondia ao discurso hegemônico, que sustentava a posição de inferioridade da mulher na *polis*, em Atenas, por exemplo, “a mulher era encerrada em seus aposentos, adstrita por leis a uma disciplina severa e fiscalizada por magistrados especiais” (BEAUVOIR, 2016a [1949], p.124).

Ao longo de toda a sua vida, a mulher ateniense permanecia dependente do poder de um tutor, podendo este ser seu pai ou marido, ou herdeiro do marido, ou na ausência de um desses, do Estado (por intermédio de funcionários públicos). O poder do tutor se estendia sobre a pessoa e seus bens, ele podia transmitir seus direitos como quisesse, ao pai era conferido o poder de dar a filha em adoção ou em casamento e o marido podia, caso repudiasse a esposa, entregá-la a um novo marido. Salvo algumas exceções, a mulher grega, era, portanto reduzida a uma semiescravidão e não tinham a liberdade de se indignar (BEAUVOIR, 2016a [1949]).

No período da Idade Média<sup>17</sup> a mulher se mantém na absoluta dependência do pai e do marido. A princípio, a mulher foi desprovida de todos os direitos privados por não ter nenhuma capacidade política, mas sua situação muda um pouco quando os feudos se tornam hereditários e patrimoniais. Todavia, sua condição não melhora pelo fato de se tornar herdeira, pois ela continua precisando de um tutor masculino; é o marido que, quando casada, desempenha esse papel; ele é que recebe a investidura, que usa o título e tem o usufruto dos bens. Desse modo, “tal qual a epiclera grega, a mulher é o instrumento através do qual a propriedade se transmite, e não a sua possuidora; não se emancipa com isso, é, em suma, absorvida pelo feudo, faz parte dos bens imóveis” (BEAUVOIR, 2016a [1949], p.137).

Diferentemente da Grécia Antiga, a posição de submissão e inferioridade da mulher agora são justificadas pelo discurso religioso cristão. Lembramos que, como afirma Pêcheux (2014b [1969]), a formação ideológica religiosa constitui a forma da ideologia dominante do modo de produção feudal, de forma que é ela que realiza “a interpelação dos indivíduos em sujeitos”. A Igreja, portanto, é a instituição que regula as relações de Deus com os homens, interpelados em “sujeitos de Deus”, na forma específica das cerimônias. É a FI Religiosa que, “sob a figura da religião, intervêm, em realidade, nas relações jurídicas e na produção

---

<sup>17</sup> Compreendemos que a Idade Média é um período histórico complexo, dividido em diferentes momentos, entendemos que a situação da mulher passou por mudanças dentro desse período e a análise da memória das mulheres neste período requer uma análise aprofundada, o que estamos trazendo aqui é apenas uma pequena amostra do discurso hegemônico dessa época.

econômica, portanto, no próprio interior das relações de produção feudais” (PÊCHEUX, 2014b [1969], p.165).

Ao buscar o que se diz sobre mulher (e homem) segundo o discurso religioso cristão, encontramos na narrativa da criação, presente no Antigo Testamento da Bíblia (Genesis), que, após criar o céu e a terra, as plantas e animais que nela habitam, Deus fez o homem a sua imagem e semelhança para dominar sobre toda a terra. Em seguida, julgando não ser bom para o homem ficar sozinho, criou a mulher a partir da costela de Adão, para que esta lhe servisse como uma ajudadora idônea. Eva foi assim criada a partir de Adão para servi-lo. Uma vez no Jardim do Éden, ambos recebem a ordem de não comerem o fruto da árvore proibida, a do conhecimento. A mulher é seduzida pela serpente e convence Adão a comerem o fruto proibido. Ao descobrir, Deus os pune, dizendo para Eva: “Multiplicarei grandemente a dor da tua conceição; em dor darás à luz filhos; e o teu desejo será para o teu marido, e ele te dominará” (GÊNESIS, 3:16). E para Adão:

Porquanto deste ouvidos à voz de tua mulher, e comeste da árvore de que te ordenei dizendo: Não comerás dela; maldita é a terra por tua causa; em fadiga comerás dela todos os dias da tua vida. Ela te produzirá espinhos e abrolhos; e comerás das ervas do campo. Do suor do teu rosto comerás o teu pão, até que tornes à terra, porque dela foste tomado; porquanto és pó, e ao pó tornarás (GÊNESIS, 3: 17-19)

A mulher é condenada a sofrer as dores do parto, a se sacrificar para dar a luz, além da submissão ao marido, e ao homem cabe trabalhar incansavelmente para obter seu sustento. O homem é castigado não só por ter desobedecido às ordens divinas, mas, antes, por ter sido levado pelas ideias de sua esposa.

Entretanto, essa versão da Gênesis é contestada por Laraia (1997), que alega haver tido, por parte dos editores bíblicos, uma espécie de “pasteurização” do discurso original ao longo do tempo, “numa tentativa de adequá-lo aos valores morais e culturais de suas respectivas épocas” (LARAIA, 1997, p.150).

Segundo Laraia (1997), haveria uma versão da Gênesis na qual Deus teria criado um casal, Adão e uma mulher chamada Lilith, uma figura mítica já conhecida da antiga tradição judaica. Em sua relação com Adão, Lilith não teria aceitado se submeter à dominação masculina e sua maneira de reivindicar igualdade fora recusando ter relações sexuais com Adão por cima dela e fugindo para o Mar Vermelho. A revolta de Lilith, seguida de sua fuga, teria levado à necessidade da criação de outra mulher para Adão, Eva, sendo esta formada a partir de uma costela de Adão. Observamos assim, o apagamento de sentidos de uma mulher

livre, autônoma para dar lugar à imagem de Eva, a mulher submissa, pecadora que segue tentando se redimir e pedindo perdão.

Com o cristianismo, o Novo Testamento traz o cristo salvador da humanidade que nascido de uma virgem não carregar em si a maldição de herdar o pecado original. A imagem da Virgem Maria, figura máxima da mulher no cristianismo (dentro do catolicismo) é glorificada, tornando-se “a imagem invertida de Eva, e pecadora; esmaga a serpente sob o pé; é a mediadora da salvação como Eva o foi da danação” (BEAUVOIR, 2016a[1949], p.236).

É através da maternidade que a mulher, então, se redime, e a figura da mãe-mulher passa a ser soberana. A devoção da vida aos filhos, a doçura, a serenidade, a submissão, a generosidade, características da Virgem Maria, se tornariam o modelo de mulher a ser seguido para a redenção divina. A Igreja serve, assim, para justificar uma civilização patriarcal na qual é conveniente que a mulher permaneça anexada ao homem. Fazendo-se de escrava dócil, a mulher se torna também uma santa abençoada, pois, somente aceitando o papel subordinado que lhe é designado ela será glorificada (BEAUVOIR, 2016a[1949], p.237).

Essa subordinação explícita do homem ao discurso religioso, característica do período medieval, foi, no decorrer da História, substituída “por uma subordinação menos explícita, que insiste precisamente na ideia de um sujeito livre e não determinado quanto às suas escolhas: é o sujeito de direito” (ORLANDI, 2012c, p.66). A submissão a Deus dá lugar à submissão às leis do Estado.

A passagem do sujeito religioso (medieval) para o jurídico (do capitalismo) não foi automática, a partir de evento ou momento específico. No entanto, consideramos que a Revolução Francesa, bem como o pensamento Iluminista que circulava na França do século XVIII, representa um marco na constituição desse sujeito jurídico, pois é durante esse período que o ideal de liberdade (condição de interpelação desses sujeitos) ganha força.

Baseados no racionalismo, empirismo e o utilitarismo, as revoluções decorrentes desse período (século das luzes) seriam o marco para a Idade Contemporânea, um novo pensamento que sustentava o princípio de cidadania e igualdade se instaurava. O pensamento iluminista preconizava o domínio da razão, rompendo com visão teocêntrica na qual se baseava a Idade Média europeia. Esses pensadores acreditavam que o pensamento racional deveria ser levado adiante substituindo as crenças religiosas e o misticismo, os quais, segundo eles, bloqueavam a evolução do homem.

Politicamente, os iluministas se opunham ao Absolutismo, afirmavam que o poder do rei deveria ser limitado por um conselho ou uma Constituição. Defendiam que os súditos (o povo) deveriam ter mais direitos e serem tratados de forma igualitária.

Um dos principais e mais influentes pensadores iluministas foi Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), seu discurso tem forte influência na constituição de uma parte da memória discursiva da sociedade moderna, e, por isso, escolhemos trazê-lo dentre outros vários intelectuais do iluminismo. Rousseau defendia fortemente a ideia de distribuir o poder igualmente entre todos os indivíduos, não aceitava nenhuma forma de poder ilegítimo nem tampouco admitia a força como critério de desigualdade. A liberdade é tida para ele como um tipo de bem que ninguém está autorizado a alienar (GARCIA, 2011, p.40).

Contudo, os ideais de liberdade e igualdade tão defendidos por Rousseau não se estendiam as mulheres. Através de um discurso de ordem naturalista, o filósofo apoiava a divisão sexuada de papéis na sociedade, para a mulher o espaço doméstico e para o homem o espaço público e a política.

Esse discurso pode ser encontrado em sua obra intitulada “Emílio ou da educação”, que segundo Baalbaki (2010) é, talvez, o primeiro tratado pedagógico sobre a educação da criança. Em “Emílio”, Rousseau estabelece como deveria ser a educação das crianças, consideradas por ele, seres bons por natureza, nas palavras do autor: “Nascemos fracos, precisamos de força; nascemos carentes de tudo, precisamos de assistência; nascemos estúpidos, precisamos de juízo. Tudo o que não temos ao nascer e de que precisamos quando grandes nos é dado pela educação” (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.10).

Desse modo, como afirma Baalbaki (2010), é através da educação que o sujeito fraco e estúpido poderá se tornar um sujeito bom: um sujeito submisso às leis, que deve ser individualizado pelo Estado. Ainda segundo a autora, “a criança é compreendida por uma clivagem racional: o que a separa do adulto é a *idade da razão*”<sup>18</sup> (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.51).

Como veremos, essa “idade da razão” é, porém, um patamar alcançado apenas pelos homens, tido não no sentido de “ser humano”, mas sim de “sexo masculino”. Essa “criança” de quem Rousseau fala em seu tratado é um menino que virá a tornar-se homem, representado pelo personagem de Emílio. Ao longo dos quatro primeiros capítulos do livro, o autor narra a trajetória Emílio e de seu tutor, que o acompanha desde sua infância. Apenas no quinto e último capítulo é introduzida uma personagem feminina, Sofia, que é trazida como, companheira de Emílio, sendo apresentada pelo parágrafo a seguir:

---

<sup>18</sup> Grifo da autora.

Não é bom que o homem fique só. Emílio é homem e nós lhe prometemos uma companheira. É preciso dar-lha. Essa companheira é Sofia[...] Sofia deve ser mulher como Emílio deve ser homem, isto é ter tudo o que convém à constituição de sua espécie e de seu sexo para ocupar seu lugar na ordem física e moral[...]Começamos portanto, por examinar as conformidades de seu sexo com o nosso e a diferença entre ambos. [...] Em tudo que não se prende ao sexo a mulher é homem [...] (ROUSSEAU, 1995[1762], p.423).

Sofia é trazida para fazer companhia a Emílio. Observamos o discurso da criação da Gênese atravessando o discurso iluminista de Rousseau, assim como Eva, Sofia é criada para servir ao homem. Posteriormente o autor afirma que “estabelecido este princípio, segue-se que a mulher foi feita especialmente para agradar ao homem” (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.424), o que segundo ele é a lei da natureza, que antecede ao próprio amor.

Além disso, pode-se observar também uma retomada do discurso aristotélico em Rousseau, uma vez que este afirma ser a dependência uma condição natural das mulheres, o que faz com que as jovens se sintam feitas para obedecer. As mulheres devem, portanto, ter como qualidade primeira a doçura e precisam “aprender desde cedo a sofrer e a suportar os erros do marido sem se queixar” (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.440), assim como a Virgem trazida pelo Cristianismo.

Ademais, o filósofo alega que, devido à sua natureza, as mulheres devem ter pouca liberdade, pois são extremadas em tudo e se excedem quando se veem com liberdade, em suas palavras “a dissipação, a inconstância, a frivolidade são defeitos que nascem facilmente de seus primeiros gostos corrompidos e sempre seguidos” (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.438).

Segundo o pensamento de Rousseau, as diferenças naturais entre os homens e mulheres são determinísticas no papel a ser desempenhado por cada um na sociedade, ambos não podem exercer os mesmos trabalhos:

Uma vez demonstrado que o homem e a mulher não devem ser constituídos da mesma maneira, nem de caráter nem de temperamento, segue-se que não devem receber a mesma educação. Seguindo as diretrizes da natureza, devem agir de acordo, mas não devem fazer as mesmas coisas: o fim dos trabalhos é o mesmo, mas os trabalhos são diferentes e, por conseguinte, os gostos que o dirigem (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.430).

Consequentemente, é necessário que a educação das mulheres seja voltada para as suas vocações naturais, isto é, para cuidar da família, se dedicar ao homem e aos filhos. Era preciso então “dar uma educação de mulheres às mulheres”, para fazer com que elas gostassem das tarefas próprias (naturais) ao sexo, entre elas cuidar do lar e ocupar-se da casa. Para o filósofo, “mulher tem mais espírito o homem mais gênio, a mulher observa o homem raciocina” (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.463).



Ainda para justificar a divisão sexuada do trabalho Rousseau postula que

A procura das verdades abstratas e especulativas dos princípios, dos axiomas nas ciências, tudo o que tende a generalizar as ideias não é da competência das mulheres, seus estudos devem todos voltar-se para a prática[...] as obras de invenção ultrapassam seu alcance; elas não tem bastante precisão e atenção para brilhar nas ciências exatas e, quanto aos conhecimentos físicos, cabem a quem dos dois é mais atuante, mais ativo e vê mais objetos, cabem a quem tem mais força e a exerce mais em julgar as relações dos seres sensíveis e das leis da natureza (ROUSSEAU, 1995[1762], p.463)

Assim, ao longo da obra, constata-se que a educação de Emílio visa à expansão de uma série de atributos do homem como a força, o caráter, os talentos, o conhecimento. Já a mulher deve receber somente o “essencial do mundo da cultura e desenvolver em sua personalidade apenas o necessário para não interferir em sua virtude essencial, que é a modéstia” (KEHL, 2016, p.51).

Chamou-nos a atenção algumas passagens de “Emílio” em que pudemos identificar a presença de outros possíveis discursos que circulavam e com as quais o autor estabelece uma relação de aproximação em seu texto. Na passagem a seguir, Rousseau traz para seu texto um possível discurso das próprias mulheres:

Por seu lado, as mulheres não param de protestar que nós as educamos para serem vaidosas e coquetes, que nós as divertimos continuamente com puerilidades para permanecermos senhores com maior facilidade. Culpam-nos pelos defeitos que lhe atribuímos. Que loucura! E desde quando são os homens que cuidam da educação das moças? O que impede as mães de educá-las como quiserem? Elas não têm colégios: que infelicidade! Ah! Quisera Deus que tampouco existissem colégios para os rapazes! Eles seriam educados de modo mais sensato e honesto. Serão vossas filhas forçadas a perder seu tempo com bobagens? Fazem-nas passar, contra a vontade, metade da vida preocupando-se com a aparência, como vós? Impedem-nos de instruí-las e de fazê-las serem instruídas como é de vosso agrado? Será culpa nossa se elas nos agradam quando são bonitas, se seus dengues nos seduzem, se a arte que aprendem conosco nos atrai e nos agrada, se gostamos de vê-las vestidas com gosto, se deixamos que afeiçoadas à vontade as armas com que nos subjugam? Ah! Empenhai-vos em educá-las como homens: eles consentirão de coração. Quanto mais se parecerem com eles, menos elas os governarão, e então serão eles realmente os senhores (ROUSSEAU, 1995[1762] p. 430).

Pela citação acima parece possível observar já haver na França do século XVIII a circulação de um discurso reclamando a igualdade entre os sexos, ao menos nas classes mais elitizadas. Podemos atribuir grande parte dessa produção discursiva aos famosos salões franceses dos séculos XVII e XVIII, nos quais homens e mulheres eruditos de diversas áreas se reuniam para discussões de assuntos como arte, literatura, filosofia e entre outros (GARCIA, 2011).

A maioria desses salões era organizada por mulheres ricas, cultas e literatas, que ficaram conhecidas como “preciosas”. Elas se opunham ao matrimônio e defendiam a capacidade feminina para o pensamento crítico, contanto que a elas fossem dados educação e acesso à cultura escrita. Circulava, nesses salões, um discurso inconformista com as convenções sociais e as ideias que qualificavam o sexo feminino como inferior e que julgava as mulheres incapazes “para tratar de assuntos tão sérios como a filosofia, a ciência, as artes, enfim, qualquer manifestação de inteligência e reflexão” (GARCIA, 2011, p.33). Tal foi a força do discurso dessas mulheres que o termo *précieuse* passou a ser usado para designar as mulheres que reivindicavam acesso ao conhecimento e à autonomia (GARCIA, 2011).

Além disso, em 1673, a importante publicação “Sobre a igualdade entre os sexos”, de Poulin de la Barre, filósofo cartesiano, também fazia circular o discurso pela igualdade. O filósofo é autor a frase “a mente não tem sexo”.

Embora outros pensadores divergissem de Rousseau no que tange ao papel da mulher na sociedade, parece ter sido o seu pensamento que se tornou hegemônico no desenrolar da Revolução Francesa. A partir de 1798, o lema de “liberdade, igualdade e fraternidade” entraria para a história francesa e a noção de cidadania seria fincada, produzidos efeitos, para além da França, até os dias atuais. Entretanto, sob os argumentos do pensamento rousseauiano, o universalismo da “Declaração dos direitos do homem e do cidadão” não concernia, às mulheres, elas não eram consideradas cidadãs sendo excluídas da participação política e do direito ao voto (PERROT, 2013).

Surgem então dentro da revolução Francesa, protestos e manifestações em nome dos direitos de igualdade entre os sexos, movimentos esses protagonizados tanto por mulheres da classe popular como pela burguesia. Destaca-se nesse período a escritora Olympe de Gouges, ícone da luta pelos direitos das mulheres que escreveu diversos artigos e manifestos com o objetivo de conscientizar as mulheres dos direitos que lhes estavam sendo negados. É de sua autoria a “Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã” (*Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne*) que consiste basicamente em “uma contra proposta da “Declaração dos direitos do homem e do cidadão” (*Déclaration des droits de l'homme et du citoyen*), na qual homem não era usado como sinônimo de humanidade, mas como representante do sexo masculino, o que lhe garantia o direito à cidadania” (MORAES, 2016, p.10).

Embora não participasse da elite francesa e não frequentasse os salões literários, estes haviam propiciado um terreno fértil para sua atuação. Antes da revolução, De Gouges já era conhecida no círculo literário de Paris por algumas de suas peças e por suas reivindicações, inclusive a de um segundo teatro nacional, destinado apenas à peças femininas. Seu objetivo

era mostrar que as mulheres autoras tinham o mesmo talento que os homens e que suas peças poderiam igualmente lotar os teatros (SCOTT, 1998).

Durante o período da revolução, Olympe focou sua luta na participação e inclusão das mulheres na política, rechaçando o discurso da subordinação e inferioridade feminina como um dado da natureza (SCOTT, 1998).

No entanto, a Revolução Francesa acabou em derrota para as feministas, as mulheres tiveram sua presença na atividade política proibida, sob a pena de serem guilhotinadas ou exiladas, e o motivo era claro: “havia transgredido as leis da natureza abdicando de seu destino de mães e esposas, querendo ser *homens de Estado*” (GARCIA, 2011, p.49) <sup>19</sup>. O novo código napoleônico, que viria a vigorar após a revolução, excluiu as mulheres do direito ao voto, impondo-lhes obediência ao marido, retirando-lhes o direito de administrar suas propriedades e proibindo-as de manter uma profissão ou emprego sem permissão do homem da casa (GARCIA, 2011). Ao fim da revolução, as mulheres não eram, portanto, sujeitos-jurídicos como homens, permaneceram como sujeitos filhas ou esposas, assujeitadas ao poder do homem, pai ou marido.

Tanto os discursos “de” como os discursos “sobre” Olympe de Gouges foram apagados. À época da Revolução seus textos foram rejeitados pela assembleia nacional e continuaram sendo posteriormente ignorado político e economicamente. O apagamento desse discurso “outro”, dessa tensão na rede discursiva da história da Revolução Francesa, promove o efeito de evidência de sentidos de que a declaração dos “Direitos do homem e do cidadão” sempre incluiu homens e mulheres, desde o seu surgimento e que ambos se constituíram em sujeitos jurídicos simultaneamente. Apaga-se toda uma disputa de sentidos na arena discursiva para palavras como “igualdade”, “liberdade”, “cidadão”.

Além de Olympe de Gouges, merece destaque outra produção discursiva que fazia coro a essa disputa de sentidos, a obra “Reivindicação dos direitos da mulher” (*A Vindication of the Rights of Woman*), publicada por Mary Wollstonecraft, em 1792, na Inglaterra. Em seu manifesto, ela contesta à exclusão das mulheres da categoria de cidadão na Constituição Francesa de 1791 e se opõe frontalmente ao pensamento de Rousseau.

A autora defende que as características observadas em cada sexo não são fruto da natureza, mas sim uma consequência da forma como foram educadas e aos estímulos que receberam, de forma que “uma menina cujo espírito não tenha sido reprimido pela inatividade, ou cuja inocência pela falsa vergonha, será sempre travessa, e a boneca nunca

---

<sup>19</sup> Grifos da autora.

chamará sua atenção, a menos que o confinamento não lhe dê alternativa” (WOLLSTONECRAFT, 2016[1792], p.66). Desse modo, as aptidões para o trabalho doméstico e maternidade não seriam vocações inatas, mas sim, aptidões ensinadas desde a infância.

Wollstonecraft (2016 [1972]) também contesta a natureza da superioridade física dos homens, segundo ela esta só poderia ser comprovada se às mulheres fosse permitido fazer as mesmas atividades e exercícios físicos que os homens, não apenas na infância, mas durante toda a juventude. A pensadora vai além em sua contestação propondo a seguinte provocação: “mas se fosse provado que a mulher é naturalmente mais fraca do que o homem, de onde viria a ideia de que é natural para ela esforçar-se para se tornar ainda mais fraca do que a natureza pretendeu fazê-la?” (WOLLSTONECRAFT, 2016[1792], p.64).

Uma de suas principais reivindicações consiste em uma educação igualitária para meninos e meninas. A filósofa nega veementemente a submissão feminina, para ela é preciso que “as mulheres adquirissem suficiência para poder ganhar seu próprio sustento, que é a verdadeira definição da independência” (WOLLSTONECRAFT, 2016[1792], p.115).

Observamos até aqui como os discursos religiosos e filosóficos/intelectuais funcionaram, na Europa (e na Grécia Antiga), naturalizando sentidos para homens e mulheres, relegando às mulheres uma posição de submissão e inferioridade. Ao longo do século XIX, o discurso da submissão feminina ganha nova roupagem, além das vias filosóficas e bíblicas, esse discurso se daria também através da ciência.

As ciências biológicas, encabeçadas pela anatomia e a fisiologia, se empenharam em pesquisar as diferenças sexuais. Estabelecia-se assim um novo discurso, pretensamente mais objetivo e imparcial, tendo a ciência como pilar, através do qual os mesmos sentidos são retomados e estabilizados pela memória discursiva (MARTINS, 2004).

Os cientistas buscavam uma descrição detalhada dos corpos e de suas diferenças. O corpo masculino, tido como o ideal de virilidade é caracterizado pela “compacidade das carnes, a firmeza, a solidez dos músculos e pilosidade abundante”, além disso, se “destacam a necessária retidão, a distinção dos segmentos, a grande capacidade pulmonar, o odor forte e, para coroar a descrição, a energia de todas as funções” (CORBIN, 2013, p.19). A virilidade passar a ser explicada como consequência natural das experiências sensoriais masculinas, de modo que “o homem aprecia o alimento animal que garante sua robustez e que, de certa maneira o torna selvagem. Gosta de bebidas fortes, espirituosas, e também das especiarias” (CORBIN, 2013, p.19).

Já o corpo feminino era tido como o diferente e é sobre suas especificidades que se debruçam a maioria das pesquisas. Através das investigações da craniologia, por exemplo, eram feitas medições em crânios de mulheres para provar que elas eram inferiores quanto ao tamanho e à capacidade intelectual. Desses estudos, resultaram discursos de que a mulher da raça branca havia chegado, na escala da evolução humana, em um nível inferior do que os homens, ficando mais próxima às raças consideradas inferiores e às crianças (MARTINS, 2004).

Especialmente no século XIX, foram inúmeras as publicações médicas sobre o corpo feminino nas quais se buscava explicar a singularidade de sua anatomia e fisiologia, prescrever condutas por meio da higiene e classificar as doenças que lhe eram específicas, indicando as respectivas terapias (MARTINS, 2004).

As descobertas das diferenças sexuais, em especial da natureza feminina, pelas ciências biológicas levariam a estudos mais minuciosos sobre o útero, sendo interpretado pelos médicos como o órgão que dava às mulheres a missão de gerar e de dar à luz. Tem-se, então, a produção de um discurso científico no qual a maternidade é tida como uma função determinada pela anatomia feminina, e, por isso, este deve ser o seu papel na sociedade (MARTINS, 2004).

O útero passou a ser determinístico de toda a condição feminina, e, ao longo do século XIX, estudiosos da área da saúde buscaram fundamentar suas teorias de que os ovários e o útero seriam ligados através de gânglios e nervos ao eixo cérebro-espinal. Os médicos estabeleceram assim que o sistema nervoso das mulheres era instável:

marcado pelo desequilíbrio e que, portanto, qualquer excitação periférica – sempre de origem sexual – poderia perturbar o frágil equilíbrio do sistema e causar problemas psíquicos que variavam de uma simples dor de cabeça chegando a estados melancólicos, manifestações histéricas e delírios que podiam levar as mulheres a cometerem atos contrários à sua vontade, como o infanticídio e o suicídio (MARTINS, 2004, p.111).

Segundo determinado discurso científico, as mulheres também seriam, então, devido à sua natureza, consideradas nervosas, instáveis, predispostas mensalmente a doenças e perturbações mentais. Decorre daí que, por terem tal constituição biológica, as mulheres não poderiam exercer atividades físicas e intelectuais como os homens, pois não teriam corpo nem cérebro adequados e preparados para receber os estímulos que tais atividades proporcionavam (MARTINS, 2004).

O homem, em contrapartida, por ser significado à imagem dos seus órgãos genitais é voltado para o exterior, sua energia e seu vigor o predispõem ao esforço. Considerado “naturalmente” menos sensível do que a mulher, não precisaria dos mesmos cuidados sensoriais e não estaria sujeito aos mesmos riscos (CORBIN, 2013, p.21).

Essa produção discursiva de base científica sobre as diferenças sexuais serviu, em parte, para continuar mantendo a ordem vigente da divisão sexuada de papéis na nova formação social que emergia durante o século XIX em decorrência da Revolução Industrial, a formação social capitalista.

Com o modo de produção capitalista, passou-se a ter uma separação entre espaço produtivo e o espaço doméstico, a generalização do trabalho assalariado, a invenção da fábrica e a emergência da sociedade de consumo (GARDEY, 2003). Essa distinção entre o espaço público (produtivo) e privado (doméstico) veio acompanhada de uma divisão de papéis sexuais, justificada por essas descobertas da medicina e da biologia, que reproduzem, pelo viés do cientificismo, o discurso naturalista “que insiste na existência de duas espécies com qualidades e aptidões particulares. Aos homens o cérebro (muito mais importante que o falo), a inteligência, a razão lúcida, a capacidade de decisão. Às mulheres o coração, a sensibilidade, os sentimentos” (PERROT, 2017, p.186).

O domínio público configurou-se, então, como espaço das transações comerciais e políticas das grandes cidades do século XIX, “tornando-se o espaço de convivência entre uma multidão de desconhecidos, formada por uma diversidade de tipos sociais” (KEHL, 2016, p.29). As ruas da cidade assumiam ares de perigo e insegurança. Em oposição ao público, construiu-se a família nuclear moderna como um lugar de intimidade, privacidade e relaxamento.

Desse modo, aos homens, seres naturalmente dotados de força, perspicácia e coragem, cabia o domínio público. Às mulheres, cuja natureza as fazia seres doces, frágeis e devotadas ao cuidado, o espaço privado, onde seria a responsável pelo cuidado dos filhos e do marido.

Lembramos que esse período é marcado pela consolidação do processo de constituição do sujeito jurídico, ou seja, uma posição-sujeito que assume a forma de um indivíduo livre de coerções e responsável, que deve assim responder pelos seus atos, um sujeito de direitos e deveres (ORLANDI, 2012a). Os sujeitos passam, então, a ser interpelados pelos ideais de realização pessoal, tendo a ilusão de serem livres para escolherem o caminho que quiserem rumo à felicidade.

Em vista disso, o casamento teve seu sentido deslocado. Se antes era uma imposição para as mulheres, cujos maridos eram escolhidos pelos pais que, muitas vezes, visavam algum

interesse econômico, durante o século XIX, passou a ser resignificado pelos ideais do amor romântico como um caminho para a verdadeira realização pessoal da mulher.

Dessa forma, a posição de rainha do lar, responsável pela felicidade de sua família com a posse quase absoluta sobre os filhos, passou a representar, para a maioria das mulheres do século XIX, um destino intensamente desejado (KEHL, 2016, p.65). O ideal de família burguesa passou a ser o ideal de felicidade.

É desse modo, portanto, que o primeiro contingente feminino marginalizado do sistema produtivo pelo capitalismo é aquele constituído pelas esposas dos prósperos membros da burguesia ascendente. Todavia, a exclusão não se restringe às mulheres burguesas, pois o capitalismo cria a riqueza como símbolo de prestígio, nessa nova sociedade que se instaurava, o prestígio de um homem podia ser notado, em parte, pela capacidade ociosa de sua mulher. Isso faz com que as outras classes, mesmo as famílias proletárias, na medida de suas possibilidades, tentem seguir o mesmo padrão estabelecido pela ideologia da classe dominante: a mulher deve ser exclusivamente dona de casa, guardiã do lar (SAFFIOTI, 2013 [1969]).

O século XIX consolidou, assim, o ideal de família burguesa, na qual o homem é constituído como sujeito livre para se assujeitar às leis capitalistas do sistema produtivo e as mulheres como sujeitos livres para se assujeitar ao espaço doméstico e ao marido.

Gostaríamos de lembrar que, apesar de termos construído uma trajetória, de certa forma cronológica, não assumimos que a memória discursiva seja construída de forma linear. Não consideramos que um discurso seja “substituído” por outro e nem que eles funcionem isoladamente, ou seja, um discurso não “supera” o outro. Consideramos que todos esses discursos funcionam de forma entrecruzada, de forma que a memória discursiva constitui-se de um emaranhado de inúmeros discursos. O que fizemos foi apenas um recorte analítico, contento alguns discursos depreendidos pelo nosso gesto de leitura.

## 2.2 Ressonâncias no contexto brasileiro

Embora essa memória constitua uma base para as sociedades ocidentais, não podemos esquecer as especificidades sócio-históricas de cada formação social. A partir de agora, apresentaremos uma breve análise de como essa memória se atualiza no contexto brasileiro, produzindo sentidos para “homem brasileiro” e “mulher brasileira”. Não buscamos aqui fazer

uma análise profunda da constituição da memória de homens e mulheres no Brasil com todas as suas especificidades e particularidades, nos propomos apenas recuperar uma pequena parte de sua constituição, que foi mobilizada em nossas análises.

Até o início do século XIX, o Brasil ainda era um país escravocrata e rural onde a vida urbana era praticamente inexistente. A classe dominante era composta pelos senhores de terras e de escravos, a sociedade era organizada sob a forma patriarcal, de modo que o poder, as decisões e os privilégios se concentravam nas mãos dos homens brancos (TELES, 1993).

Às mulheres brancas da classe dominante cabia o papel de esposa e mãe, elas se casavam ainda muito jovens, sendo os maridos geralmente homens bem mais velhos e escolhidos pelos pais das noivas. Tinham como incumbências as atividades do lar, organização da cozinha, cuidado com as crianças e direção do trabalho das escravas. Eram obrigadas a se colocar de forma subalterna ao homem, quando solteiras ao pai e depois de casadas ao marido, aceitando passivamente o que lhes fosse determinado. Caso a menina já desse sinais de inconformismo ou rebeldia durante a juventude, era encaminhada para um internato ou convento (TELES, 1993).

Em contrapartida, os homens precisavam desde meninos aprender o seu papel de “sinhô”, era preciso que se mostrassem fortes, se fizessem respeitar. Era imprescindível que demonstrassem domínio e autoridade, para provarem ter a capacidade necessária de chefiar suas terras, sua família e seus escravos (SCHNOOR, 2013).

Observamos, no exposto acima, que a configuração do país já tece uma outra historicidade que virá a construir sentidos distintos para “homem branco” e “homem negro”, bem como para “mulher branca” e “mulher negra”. Focaremos ao longo deste tópico na constituição da memória discursiva para “homem branco” e “mulher branca”, pois são justamente os sentidos para esses sujeitos que comparecem em nosso corpus de análise ficando os demais silenciados.

A partir de meados do século XVIII, a Universidade de Coimbra abriu suas portas para estudantes brasileiros, fazendo com que vários rapazes do espaço rural fossem enviados por seus pais a Portugal estudar principalmente “leis”. Muitos desses meninos, ao retornar, foram aproveitados na burocracia do reino e aprenderam a gerir o Estado (SCHNOOR, 2013). Abria-se o caminho para os homens brasileiros ocuparem cargos na política, começava-se a desenhar o perfil do homem letrado.

Foi esse movimento que fez também com que os discursos liberais e revolucionários que circulavam concomitantemente em várias partes do mundo comessem a chegar ao



Brasil. Porém, como o privilégio do estudo no exterior se restringia majoritariamente aos homens, as mulheres continuavam enclausuradas no lar sob o domínio e a vigilância masculinos.

Desse modo, é difícil recuperar os possíveis discursos produzidos pelas mulheres em prol da libertação feminina. Contudo, pode-se supor que havia a circulação de um discurso pela liberdade das mulheres através da publicação, no seguinte à Independência, em um jornal de inspiração liberal, de um manifesto assinado por mais de 120 mulheres paraibanas que declaravam seu apoio ao movimento da Independência, pois, como “*metade da sociedade humana* que eram, desejavam reassumir os direitos que lhes haviam sido usurpados e *quebrar os vergonhosos ferros de vil escravidão em que jazíamos*. Por direito, dizem, querem entrar na partilha e glória do Brasil” (TELLES, 2013, p.405)<sup>20</sup>.

Embora fosse algo raro, algumas mulheres da elite brasileira também iam para a Europa estudar e regressavam ao Brasil influenciadas pelo movimentos europeus. É o caso de Nísia Floresta (pseudônimo para Dionísia Faria Rocha) que teve acesso à educação e viagens à França, onde teve contato com intelectuais do círculo positivista, incluindo Augusto Comte.

Em 1832, no Recife, ela publicou sua tradução da obra de Mary Wollstonecraft, “Direito das Mulheres e Injustiça dos homens”, o qual ela classificou como uma tradução livre de “Reivindicação dos direitos da mulher” (publicado no ano de 1833 em Porto Alegre e em 1839, no Rio de Janeiro).

Influenciada pelas ideias de Mary Wollstonecraft e Olympe de Gouges, Nísia lutava pela emancipação das mulheres, começando pela inclusão da vida pública e pelo acesso à educação. Para ela, a situação de ignorância na qual as mulheres eram mantidas gerava um círculo vicioso: “como não tem instrução, não está apta a participar da vida pública e não recebe instrução por que não participa dela” (TELLES, 2013, p.406).

Tendo como preocupação primeira a educação das mulheres, Nísia fundou, em 1837, o “Colégio Augusto” que permitia o acesso de meninas às mesmas disciplinas ensinadas nos colégios masculinos, uma vez que a educação das meninas até então era voltada para o domínio da casa e do lar, tidas como sua vocação natural.

A educação para as moças de grupos sociais privilegiados consistia no ensino da leitura, da escrita e das noções básicas de matemática, sendo em muitos casos complementado pelo aprendizado do piano e do francês. Além disso, elas deveriam desenvolver as habilidades com a agulha, os bordados, as rendas e as habilidades culinárias, também era preciso

---

<sup>20</sup> Grifos da autora.

desenvolver competência para mando das criadas serviçais. Era necessário que elas se tornassem uma companhia agradável ao marido e que fossem capazes de bem representá-lo socialmente (LOURO, 2013). O discurso reinante era de que as mulheres deveriam ser mais educadas do que instruídas, ou seja, para elas, a ênfase deveria recair sobre a formação moral (de base cristã), “sobre a constituição do caráter; sendo suficientes, provavelmente, doses pequenas ou doses menores de instrução” (LOURO, 2013, p.446).

Nísia também teve importante participação em um dos meios mais importantes para a difusão de diferentes ideias no século XIX, os jornais. Com a independência surge a primeira lei brasileira de imprensa, permitindo a todo cidadão imprimir e vender seus folhetos, livros e periódicos, “desde que pudesse ser responsabilizado e condenado juridicamente por seus atos, quando estes representasse algum abuso contra religião católica” (MARIANI, 1998, p.79).

Isso permitiu à vários brasileiros recorrerem à imprensa para informação e troca de ideias sobre suas crenças e atividades. Em meio à profusão de publicações, surgiram os jornais direcionados especificamente às mulheres, através dos quais podemos recuperar parte da produção discursiva sobre mulheres na imprensa brasileira.

Dentre os inúmeros periódicos do período, destaca-se O ESPELHO DIAMANTINO (1827-1828, Pernambuco), que continha um texto suave e trazia informações didáticas sobre política nacional e internacional, fragmentos de romances estrangeiros, críticas literárias, música, belas-arts, teatro e notícias sobre moda (SILVA, 2014). Também tinha grande influência a NOVO CORREIO DAS MODAS (1852-1854, Rio de Janeiro) que trazia assuntos sobre moda, bailes da época, literatura e teatros.

Essas revistas se sustentavam no discurso hegemônico que atrela a mulher ao papel de esposa e mãe, enfatizavam as virtudes domésticas, a criação dos filhos, a educação dos alunos e quais eram os deveres de uma boa esposa. Essas publicações desaprovavam qualquer ideia mais progressista; no máximo diziam que a educação beneficiava a mulher (SILVA, 2014).

Porém, além da grande imprensa, havia uma série de pequenos jornais artesanais, sustentados por mulheres, nos quais eram publicados artigos de opiniões sobre a posição feminina na sociedade. Apesar do grande analfabetismo da população, esses jornais foram de grande importância para divulgar notícia e construir opinião (PINTO, 2003).

O primeiro desses jornais foi o JORNAL DAS SENHORAS que saiu às ruas em 1857. Sua principal relevância foi de alertar as mulheres para suas necessidades e capacidades, embora enfatizasse que o papel principal da mulher era “amar e agradar aos homens”, colocando os interesses da família acima de todos (TELES, 1999).

Já o jornal O SEXO FEMININO de 1873, dirigido por Francisca Senhorinha Motta Diniz, tinha uma posição mais radical no que tange os direitos das mulheres. Seus artigos buscavam alertá-las para a ignorância na qual se encontravam em relação aos seus direitos no casamento e o perigo a que estavam expostas nas mãos de maridos que faziam do casamento uma forma de enriquecer. Reivindicava uma educação real às mulheres, o que as levaria a emancipação (TELES, 1999).

Também merece destaque A FAMÍLIA, editado por Josephina Álvares de Azevedo, que não aceitava a posição do homem como chefe da família. Considerava os maridos como tiranos que tratavam sempre de exercer o domínio sobre os outros indivíduos, defendia o divórcio e o direito das mulheres controlarem suas próprias vidas, defendia também o direito ao voto e a educação feminina (TELES, 1999).

Observamos então que os periódicos se dividiam em duas linhas, que estabeleciam uma relação de tensão: uma, tradicional, que sustentava o discurso hegemônico e não permitia à mulher liberdade fora do lar, na qual há um engrandecimento das virtudes domésticas e das qualidades “femininas” e em que a mulher tida como mãe e esposa, e outra que reivindica os direitos da mulher, a emancipação e a igualdade de direitos entre mulheres e homens (SILVA, 2014).

Apesar de proliferação das ideias defendendo a libertação da mulher ao longo do século XIX, a fundação da República se sustentou no discurso hegemônico e também excluiu as mulheres do direito à cidadania, privando-as de qualquer participação, sob os argumentos de que elas não tinham capacidade. A participação na política e o status de cidadã passarão a fazer parte, então, das reivindicações feministas.

Já no ano de 1889, o jornal O SEXO FEMININO volta a circular, agora no Rio de Janeiro sob o título O QUINZE DE NOVEMBRO DO SEXO FEMININO. Suas páginas estampavam artigos defendendo que a mulher tinha capacidade intelectual para atuar em todos os campos do saber. Reivindicava-se a abertura do mercado de trabalho para as mulheres bem como o direito à participação política.

Com a emergência da República intensificou-se a modernização e urbanização dos grandes centros, como o Rio de Janeiro. Os ideais de ser “civilizado” e de europeizar a capital, em oposição à velha cidade da sociedade patrimonial, tornaram-se prioridades do novo regime político (D’INCAO, 2013). Com isso, passe-se a ter o discurso da necessidade da educação da mulher, vinculando-a a modernização da sociedade, à construção da cidadania dos jovens (LOURO, 2013).

A virada do século XX marca, assim, a passagem das relações sociais senhoriais às relações sociais do tipo burguês, o trabalho se tornou assalariado e as cidades cresceram. A rua adquire o status de lugar público e passa a ser vista em oposição ao espaço privado, a casa (TELES, 1993).

Os ideais de família burguesa europeia se instauraram no Brasil, e cada vez mais é reforçada a ideia de que ser mulher é ser quase integralmente mãe dedicada e atenciosa. Os cuidados e a supervisão da mãe tornam-se valores imprescindíveis para a boa criação dos filhos. Desse modo, ganha força o discurso de que é muito importante as próprias mães cuidarem da primeira educação dos filhos e não os deixarem simplesmente soltos sob a influência de amas, negras ou estranhos (D'INCAO, 2013).

Nas primeiras décadas do século XX, a imagem da “mãe” cívica passa a ser exaltada como exemplo a ser seguido, a mãe que preparava física, intelectual e moralmente o futuro cidadão da pátria, sendo imprescindível para o engrandecimento da nação (RAGO, 2013).

Vale lembrar que, embora a República formalizasse a separação entre a Igreja Católica e o Estado, a moral religiosa permaneceria dominante, colocando as mulheres na dicotomia entre Eva e Maria. Esperava-se que as meninas e jovens de “boa” família construíssem suas vidas pela imagem de pureza da Virgem, imagem esta que construiu um ideal de “feminino implicava recato e pudor, a busca constante de uma perfeição moral, a aceitação de sacrifícios, a ação educadora dos filhos” (LOURO, 2013, p.447).

A função da maternidade também era sustentada por um discurso científico, inspirado nas ideias positivistas, que buscava afastar as superstições e estimulava a incorporação das novidades da ciência nas tradicionais ocupações femininas. Em consequência, disciplinas como puericultura, psicologia ou economia doméstica, passaram a ser ensinadas às mulheres, inclusive através das revistas, para que pudessem melhor exercer seu papel de mãe (LOURO, 2013).

Essa imagem da mulher como esposa e mãe podia ser encontrada estampada nas revistas. O JORNAL DAS MOÇAS (1914-1965, Rio de Janeiro), por exemplo, trazia conselhos de economia doméstica, piadas, moda, moldes para costura, anúncios de cosméticos e instruções de como cuidar de crianças. Outra publicação importante na manutenção da ordem vigente era VIDA DOMÉSTICA, fundada no Rio de Janeiro, que se apresentava como uma revista dedicada aos "assuntos do lar", ou seja, o cultivo de hortas e jardins, a criação de pequenos animais e a confecção de utensílios domésticos, bordados e outros apetrechos de decoração (FREIRE, 2014).

Como já observado, na divisão de papéis sexuados da família burguesa, cabe ao homem conquistar o espaço público, o trabalho na esfera assalariada, de modo a prover e dar conforto para a esposa e os filhos. É necessário, portanto, que no espaço público os homens não deixem dúvidas de sua masculinidade, dando demonstrações de coragem.

Entretanto, comparada com a rudeza das matas, as ruas do espaço urbano pareciam propiciar uma vida segura e previsível para seus habitantes, de modo que qualidades como força e coragem não seriam mais imprescindíveis. Era preciso criar uma nova imagem do espaço público como perigoso e inseguro, para justificá-lo como o lugar de domínio dos homens, dessa forma, principalmente depois da década de 1920 os “jornais descreviam riscos banalizados no universo citadino, vinculados ao uso de novos meios de transporte, à presença crescente do anonimato, ao confronto com a polícia ou com algum gatuno” (SANT’ANNA, 2013, p.252).

Assim, apesar de a coragem continuar sendo uma condição imprescindível à masculinidade e para o domínio do espaço público, há um deslocamento de sentidos de coragem do “sinhô” para o homem burguês, uma vez que os perigos do espaço rural não são os mesmos das ruas urbanas. Diversas revistas da época apresentavam histórias nas quais nem sempre o mais corajoso e o mais forte fisicamente eram representados como vencedores de uma batalha, um desafio ou um duelo. Essa imagem do macho de aparência musculosa era apresentada como aquele que, numa situação perigosa ou de conflito, corria o risco de servir de abrigo aos outros e ser o tolo da situação (SANT’ANNA, 2013).

Dessa maneira, imagem do homem urbanizado, letrado e burguês foi substituindo o padrão de virilidade do homem que, montado a cavalo e facão à cinta, atravessa matagais de peito aberto perante o desconhecido. A modernidade e o progresso traziam uma nova possibilidade de os homens demonstrarem sua coragem e virilidade em público: “tratava-se da imagem do homem na condução de inúmeras máquinas julgadas modernas. Entre elas, os automóveis” (SANT’ANNA, 2013, p.248).

Todavia, apesar das modernizações nas primeiras décadas do século XX, as mulheres continuavam tendo seus direitos políticos negados. O “artigo 242” do “Código Civil de 1916”<sup>21</sup> havia chancelado que as mulheres não podiam exercer profissão, gerir os próprios bens, aceitar ou recusar herança sem o consentimento do marido. As mulheres no Brasil também não eram sujeitos-jurídicos como os homens, antes de estarem assujeitadas às leis do Estado, as mulheres estavam assujeitadas ao marido.

---

<sup>21</sup> [http://www.planalto.gov.br/Ccivil\\_03/leis/L3071.htm](http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L3071.htm) , acessado em 15/02/2018.

É por isso que, durante esse período, várias mulheres se opunham ao discurso hegemônico e se organizavam em diferentes partes do Brasil para lutarem por seus direitos. Em 1910, a poetisa Gilka Machado e a professora Leolinda Dalto fundaram, juntamente com outras mulheres, o “Partido Republicano Feminino”. As lutas do partido iam além do direito ao voto, essas mulheres falavam de emancipação e independência feminina. Afirmavam que a mulher tem qualidades para exercer a cidadania no mundo da política e do trabalho e extrapolando a questão dos direitos, combatiam também a exploração sexual (PINTO, 2003).

O partido republicano feminino durou apenas uma década, porém, no final da década 1910, outra frente lutava em paralelo pela conquista do voto feminino. Foi no final de 1910 que Bertha Lutz retornou de Paris e começou a organizar o movimento que seria a maior expressão do feminismo na época, a “Federação Brasileira para o Progresso Feminino”. Por pertencer à elite econômica e intelectual, Bertha tinha reconhecimento e trânsito livre na elite política da época e conseguia publicar seus artigos na grande imprensa (PINTO, 2003).

Neste mesmo período, tem-se a ampliação da imprensa brasileira, revigorando as publicações femininas e, em junho de 1914, é lançada a primeira grande revista feminina, chamada REVISTA FEMININA. Fundada por uma mulher, Virgínia de Souza Salles, apresentou-se como um diferencial de leitura feminina na época, pois seu esquema comercial permitiu uma longa duração, foi publicada por vinte anos (SILVA, 2014, p.25).

Embora seu conteúdo priorizasse os mesmos textos literários e receitas culinárias presentes em outros periódicos, publicava com frequência reproduções de artigos estrangeiros e informações atualizadas sobre as principais conquistas e reivindicações dos movimentos feministas mundiais.

Em 1945, as mulheres votaram pela primeira vez para presidência da República, mesmo ano em que a igualdade de direitos entre homens e mulheres foi reconhecida em documento internacional, através da Carta das Nações Unidas, fazendo com que, partir de então, movimentos feministas ficassem adormecidos por algumas décadas no Brasil.

Após o fim da Segunda Guerra Mundial, o crescimento urbano e a industrialização ganham força no Brasil aumentando as possibilidades de trabalho e educação para homens e mulheres. A década de 1950 foi, assim, um período de ascensão da classe média, que passou a ter mais possibilidades de acesso à informação, lazer e consumo (PINSKY, 2013).

O Brasil acompanhava as tendências internacionais de modernização, os filmes norte-americanos chegavam aos cinemas e atraíam os jovens com o *American Way of Life* (PINSKY, 2013). O discurso do estilo de vida norte-americano passava a influenciar a sociedade, inculcando, principalmente nos jovens, valores que atrelavam a felicidade ao

consumo, de modo que o nível de felicidade de uma pessoa podia ser medido pela quantidade de bens que ela conseguisse adquirir. O discurso do sonho americano também provocava encantamento ao pregar que qualquer pessoa, independentemente de suas origens, poderia aumentar significativamente seu padrão de vida através da determinação, do trabalho duro e da habilidade natural, conseqüentemente:

a imagem do homem oriundo de uma Europa supostamente velha e cansada, começou a ser preterida em favor de dezenas de novidades norte-americanas [...] Se Paris permanecia *chic* e apegada às antigas tradições, a América aparecia como a pátria do conforto e da igualdade, aberta ao despojamento do corpo e com o olhar dirigido ao futuro (SANT'ANNA, 2013, p.263).

Em meio a esse cenário, a participação feminina no mercado de trabalho aumentava, cresciam as oportunidades de emprego em profissões que exigiam alguma qualificação, como as de enfermeira, professora, funcionária burocrática, assistente social, vendedora etc. Entretanto, conforme as mulheres conquistavam posições no mercado de trabalho que lhes garantiam melhor remuneração, mais se intensificava o discurso da “natureza feminina” para justificar as distinções entre os papéis femininos e masculinos (PINSKY, 2013). Podemos identificar esse funcionamento em algumas revistas da época. Vejamos o trecho a seguir retirado da revista feminina QUERIDA de 1954:

[...] a tentativa da mulher moderna de viver como um homem durante o dia, e como uma mulher durante a noite, é a causa de muitos lares destroçados. [...] Muitas, no entanto, almejam levar uma vida dupla: no trabalho e em casa, como esposa, a fim de demonstrar aos homens que podem competir com eles no seu terreno, o que frequentemente as leva a um eventual repúdio do seu papel feminino (QUERIDA, novembro de 1954)

Observamos no discurso da revista a tentativa de enquadrar a mulher em seu papel feminino de esposa e mãe construindo-se um cenário de infelicidade e malogro quando ela tenta ocupar o espaço público, que seria o lugar do homem. Ao sair para trabalhar no mercado assalariado e conquistar alguma independência financeira, a mulher estaria indo contra a sua natureza e não poderia assim ser realmente feliz ou fazer com que outras pessoas fossem felizes.

A revista O CRUZEIRO, em sua coluna feminina, também se empenhava em lembrar às mulheres qual era o seu lugar: “[a mulher] tem uma missão a cumprir no mundo: a de contemplar o homem. Ele é o empreendedor, o forte, o imaginoso. Mas precisa de uma fonte de energia [...] A mulher o inspira” (O CRUZEIRO, 15 março, 1958).

Retomava-se aí o discurso de que a vocação prioritária para a maternidade e a vida doméstica fazem parte da essência feminina, enquanto a iniciativa, a participação no mercado de trabalho, a força e o espírito de aventura eram características intrínsecas à masculinidade e, por isso, os homens seriam considerados como naturalmente aptos ao trabalho na esfera pública (PINSKY, 2013).

Como já apontamos, durante esse período, o ideal de família burguesa encontra pouca resistência, pois o discurso feminista perdera um pouco de sua força. Apenas em 1963, a produção discursiva feminista retorna à imprensa através de Carmem da Silva, que assumiu a coluna “Arte de ser mulher”, publicada na revista CLAUDIA da Editora Abril.

Carmem da Silva abordava em seus artigos problemas do cotidiano da mulher de classe média, questionando o comportamento tradicional da mulher, incentivando-a rumo à autonomia. Também abordou temas como aborto, orgasmos e maternidade, falava da possibilidade de dar fim ao casamento infeliz quando no Brasil não havia divórcio (TELES, 1999).

Por meio do trabalho de Passos (2012), recuperamos algumas colunas de Carmem publicadas na revista CLAUDIA para tentar, através desses exemplos, ilustrar o percurso do discurso feminista nos textos da jornalista ao longo das décadas de 1960 e 1970.

Em “Trabalhar para não ser bibelô”, de agosto de 1964, Carmem explica às leitoras o porquê de, mesmo tendo maridos com boa condição financeira, a mulher deve buscar sua autonomia através de um trabalho assalariado. Segundo a coluna, além de dependentes, quando confinadas a tarefas que não as estimulam intelectualmente, as mulheres se tornam alienadas, o que as leva à insatisfação e infelicidade. Incentiva, portanto, que as mulheres tenham uma existência para si.

Já a coluna “Como encontrar um trabalho” (agosto de 1972) representa um outro momento, no qual ela toma a leitora como alguém decidida a encontrar um emprego e, reconhecendo as dificuldades por ela encontradas, lhe indica a melhor forma de superá-las, encorajando a leitora a não desistir.

Por fim, em “A grande batalha” (maio de 1976), Carmem denuncia as desigualdades salariais e de condições de trabalho, reivindicando igualdade no mercado de trabalho, assumindo abertamente uma posição feminista.

Observando o tom das colunas ao longo dos anos, pode-se notar que, durante a década de 1960, a coluna trazia os assuntos da pauta feminista sem relacioná-los abertamente ao feminismo. Carmem vai progressivamente introduzindo um discurso libertário, incentivando as leitoras rumo à autonomia, até que em 1974 ela coloca a palavra “feminismo”



nas páginas da revista com a matéria intitulada “Afiml, o que é o movimento feminista?” (novembro de 1974). Nesse artigo, a jornalista fala na grande mídia sobre os movimentos que já impulsionavam as mulheres na Europa e EUA, buscando explicar para suas leitoras em que consiste o feminismo e tentando conscientizá-las de sua importância, marcando sua posição como feminista. Assim, Carmem trazia para as mulheres brasileiras o que ficou conhecido como “a segunda onda feminista”.

Para compreendermos os “já-ditos” que tornam possíveis os dizeres de Carmem da Silva, precisamos voltar um pouco no tempo e nos deslocar até França de 1949. Ano e país em que foi lançada uma das principais obras propulsoras da nova onda feminista, “O Segundo Sexo”, de Simone de Beauvoir, que cunha o emblemático enunciado:

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado, que qualificam de feminino (BEAUVOIR, 2016 [1949], p.12).

Ao analisarmos a citação, observamos que o discurso de Beauvoir filia-se à mesma rede de sentidos do discurso de Mary Wollstonecraft. Beauvoir defende não haver nada de biológico e natural na subordinação das mulheres, bem como no papel na sociedade. A feminista francesa critica a estrutura familiar burguesa, em especial, a imposição à mulher do papel de mãe e esposa.

A filósofa defende que “ser” mulher é um devir histórico e não um destino natural, ou seja, o conceito de feminilidade não advém da natureza, sendo uma interpretação social das diferenças biológicas, de forma que “as mulheres não teriam então vocação natural para a maternidade, nem seriam naturalmente fúteis, dóceis ou passivas, tudo isso advém da forma como são criadas, o que lhe é imposto como destino” (BEAUVOIR, 2016, p.541).

Assim como as feministas anteriores, Beauvoir afirma que a independência financeira das mulheres é o caminho para sua liberdade concreta. Logo, não seria possível que as mulheres fossem verdadeiramente livres dentro do modelo familiar até então vigente, no qual o marido era o responsável pelo sustendo da esposa e dos filhos, enquanto esta se dedicava a gestão doméstica (BEAUVOIR, 2016, p.503).

Como podemos observar, tais demandas se encontravam em discursos anteriores, porém, a produção de Beauvoir trazia um elemento a mais, que veio a provocar novos deslocamentos na rede de sentidos. A pensadora problematiza a condição da mulher, definida como o “outro” em relação ao homem, pois “o que define de maneira singular a situação da

mulher é que, sendo, como todo ser humano, uma liberdade autônoma, descobre-se e escolhe-se num mundo em que os homens lhe impõe a condição de Outro” (BEAUVOIR, 2016, p.26).

Beauvoir incitava as mulheres a fugirem das falsas amarras do casamento e do ideal de mãe, a lutarem por uma ascensão intelectual através do trabalho e da educação, incentivava as mulheres a se tornarem sujeitos de si próprias. Desse modo, acrescenta para o discurso feminista o elemento de saber da existência da mulher para ela mesma, e não para o homem.

O texto de Beauvoir cria uma nova tensão na rede discursiva, segundo Chaperon (1999, p.37): “Jamais uma obra escrita por uma mulher para mulheres suscitara tamanho debate”. Foram principalmente os meios intelectuais e políticos franceses, tanto da direita conservadora como da esquerda comunista, que primeiramente confrontaram o ensaio de Simone de Beauvoir. Temas como sexualidade, maternidade, aborto e identidades sexuais passaram a ser debatidos na esfera pública e escandalizavam a sociedade.

A polêmica em torno do “Segundo Sexo” fez da pensadora francesa uma figura conhecida internacionalmente. Ao longo da década de 1950, seu livro foi traduzido para mais de trinta idiomas e publicado em diversos países. Assim, a vibração produzida na rede discursiva que começara na França, propagava-se por diversos países, as discussões saíram das restritas esferas intelectualizadas e ganharam as ruas, começava o que ficou conhecido como a “segunda onda feminista” (BORGES, 2007).

O movimento da segunda onda feminista encontrou um terreno fértil em meio aos movimentos revolucionários que eclodiam nos Estados Unidos e na Europa, especialmente na França, durante a década de 1960. Pela primeira vez as mulheres falavam diretamente sobre a questão das relações de poder entre homens e mulheres. Diferentemente dos movimentos anteriores, o feminismo aparece agora:

como um movimento libertário, que não quer só espaço para a mulher – no trabalho, na vida pública, na educação –, mas que luta, sim, por uma nova forma de relacionamento entre homens e mulheres, em que esta última tenha liberdade e autonomia para decidir sobre sua vida e seu corpo (PINTO, 2010, p.16).

Essas manifestações buscavam combater as estruturas sexistas de poder, além da reivindicação pelo direito ao uso dos contraceptivos, ao aborto, entre outras questões. Construía-se assim um outro discurso sobre a mulher, no qual elas são seres com uma existência para si, cuja vida não está obrigatoriamente vinculada a marido, filhos, que não fazem com prazer as atividades domésticas, mulheres “livres”, independentes financeiramente, que buscam não apenas sustento em seus trabalhos, mas também sua

realização pessoal. Mulheres com direito a exercer sua sexualidade livremente. Mulheres que se realizam em suas carreiras e ocupam os mesmos espaços e profissões.

No entanto, quando lançamos nosso olhar para o contexto brasileiro durante a década de 1960, nos deparamos com condições completamente distintas, com outros espaços de dizer, o país passava um momento de repressão total que culminou com a ditadura militar. Mulheres e homens que estivessem engajados em quaisquer tipos de movimentos sociais foram impedidos de se manifestarem publicamente, o direito à livre expressão foi vetado e a população passou a viver sob as pressões exercidas por um regime de perseguições, prisões, torturas, desaparecimentos e censura. Todos os discursos contra o sistema vigente foram silenciados (BORGES, 2007).

Com a censura imposta pela ditadura, obras que possuíam títulos com as palavras “marxismo”, “luta” e “sexo”, por exemplo, estariam automaticamente vetados, o que torna difícil encontrar dados sobre a divulgação e a data de publicação das obras de Simone de Beauvoir. Segundo Borges (2007), a data exata da primeira publicação do “O Segundo Sexo” no Brasil, ainda é de difícil precisão, estima-se que a primeira edição tenha sido publicada no ano de 1960.

Vale destacar a definição de silêncio construída por Orlandi (2007). A referida autora considera, ao menos, duas formas de silêncio: a) o silêncio fundador e b) a política do silêncio. A primeira refere-se à possibilidade de tornar toda significação possível. Já a segunda, distingue duas subdivisões, a saber: o constitutivo (todo dizer, necessariamente cala algum outro sentido) e o local (compreendido como censura). Especificamente, sobre o último, Orlandi nos diz:

A censura, tal como a definimos é a interdição da inscrição do sujeito em formações discursivas determinadas, isto é, proíbem-se certos sentidos porque se impede o sujeito de ocupar certos lugares, certas posições. Se se considerar que o dizível define-se pelo conjunto de formações discursivas em suas relações, a censura intervém a cada vez que se impede o sujeito de circular em certas regiões determinadas pelas suas diferentes posições (ORLANDI, 2013, p.104).

Podemos considerar, então que, a censura impunha uma interdição dos sujeitos em uma FD Feminista, porém, mesmo com o silenciamento imposto pelo regime militar, “O Segundo Sexo” circulou no Brasil, ainda que de forma restrita. Além do contato entre as brasileiras que aqui residiam e as exiladas que vivenciavam o feminismo europeu, as universidades brasileiras e os setores de militância também eram lugares de acesso ao texto de Simone de Beauvoir (BORGES, 2007).

O discurso feminista e as discussões acerca da libertação feminina se encontravam restritos a pequenos núcleos, permanecendo dentro dos círculos de militância das mulheres que estavam envolvidas nos movimentos políticos de esquerda que buscavam combater a ditadura militar. “Até então, o movimento estava restrito, chegando mesmo a se configurar mais como uma atividade privada que acontecia na casa das pessoas” (PINTO, 2003 p,56). Além das dificuldades impostas pela censura do governo, o movimento feminista encontrava dificuldades mesmo entre os militantes de esquerda, que viam a causa feminista como de menor importância. O discurso prevalecente era de que todos deveriam unir esforços para, em primeiro lugar, libertar o país da ditadura.

Tendo em vista esse contexto, podemos compreender a importância de Carmem da Silva que, em meio a tantas restrições ao dizer, conseguia produzir ressonâncias do discurso feminista para um grupo de mulheres até então inalcançado, as donas de casa da classe média. Contudo, o feminismo começa a se expandir para as mais diversas camadas da sociedade somente após a anistia de 1979, que possibilitou o retorno ao Brasil de pessoas exiladas em países como Chile, Estados Unidos e na Europa. Os “ex-exilados” chegaram trazendo novas experiências, leituras e discussões, fortalecendo o movimento feminista brasileiro.

Com o país redemocratizado, a luta pelos direitos das mulheres tomou um novo rumo. Inúmeros grupos e coletivos se espalharam por todas as regiões abordando um leque muito mais extenso de temas, entre eles violência, sexualidade, direito ao trabalho, igualdade no casamento, direito à terra, direito à saúde materno-infantil, luta contra o racismo e opções sexuais. O discurso feminista deixa de circular apenas entre os espaços intelectualizados da classe média e passa a percorrer as mais diversas classes e etnias (PINTO, 2010).

O que buscamos ao longo deste capítulo, portanto, foi trazer uma breve e resumida retomada da constituição da memória discursiva sobre “homens” e “mulheres”. Percorrendo alguns discursos, que se deslocam desde a Grécia Antiga até o Brasil da década de 1980, traçamos os contornos de duas formações discursivas que, funcionam em constante relação de tensão: a FD Sexista e a FD Feminista. Consideramos que a relação de tensão é constitutiva dessas duas FDs, o que quer dizer que ambas necessariamente coexistem em caráter de contrariedade, de oposição, sendo essa relação de tensão/antagonismo o alicerce dessas duas FDs, ou melhor, sua condição de existência.

Lembremos que, como observado ao longo do capítulo I, as formações discursivas não são herméticas e tampouco são atemporais, afinal elas absorvem elementos de saber de outras formações discursivas e (re)atualizam seus elementos de saber a partir de novos

acontecimentos discursivos. As formações discursivas são assim o lugar de constante (re)atualização do interdiscurso (INDURSKY, 2013).

Desse modo tanto os discursos feministas quanto os sexistas vêm continuamente sendo (re)atualizados ao longo dos anos. Novos sentidos vêm sendo instaurados, ao passo que outros, desestabilizados, criando distorções na rede interdiscursiva, (re)atualizando as memórias discursivas. A relação de tensão entre as duas FDs, portanto, se mantém até a atualidade, disputando sentidos, lutando pela hegemonia.

Salientamos que o discurso feminista não é e nem nunca foi *uno*. Assim como qualquer outra, a FD Feminista absorve elementos de saber de outras formações discursivas que nela introduzem o diferente, o divergente, fazendo com que ela se torne heterogênea e antagonica em relação a ela mesma (INDURSKY, 2008).

O discurso feminista (e também o sexista) se relaciona, desse modo, com discursos provenientes de outras FDs como, por exemplo, FD Comunista, FD Anarquista, FD Indígena, FD de Movimentos Negros, FD LGBT entre tantas outras, fazendo com que haja diversas modalidades de tomada de posição dentro da FD Feminista. Devemos tomá-lo não no singular, o discurso, mas sim no plural, os discursos feministas.

Diante dessa pluralidade dos discursos consideramos os seguintes elementos de saber como basilares para cada uma das formações discursivas delineadas:

Quadro 03 – FD Sexista x FD Feminista

FD Sexista	FD Feminista
Os papéis sociais são sexualmente divididos, uma vez que homens e mulheres possuem aptidões e características inatas definidas pela biologia/natureza/Deus. Os homens são mais fortes, racionais e intelectualmente superiores. Já as mulheres são frágeis, sensíveis, emocionalmente descontroladas e fúteis.	Estabelece que as diferenças sexuadas entre os seres humanos em nada interfere na sua personalidade. Homens e mulheres possuem as mesmas capacidades e potencialidade, não justificando, portanto uma divisão sexuada de papéis na sociedade.

Fonte: A autora, 2018.

Lembramos que o quadro proposto representa apenas o resultado do delineamento de um pequeno recorte de discursos, feito a partir dos efeitos de sentido depreendidos de nossas análises. Não pretendemos aqui estabelecer uma definição estrita do que constitui um discurso como sexista ou feminista. O traçado dessas formações discursivas não precede as análises,

descrevê-las em um capítulo anterior trata-se apenas de uma forma de organização textual da apresentação da pesquisa. A seguir, nos capítulos 3 e 4, apresentamos, através da análise de nosso *corpus*, como nos foi possível chegar a essas FDs.

### 3 PROFISSIONAL VIRIL, PROFISSIONAL DE SUCESSO

Nesta etapa analisaremos quatro matérias retiradas das duas revistas que compõem o corpus. A análise é feita comparativamente em pares, ou seja, em cada item serão analisadas duas matérias de tema semelhantes de cada uma das duas revistas. Busca-se, assim, depreender imagens de leitor produzidas em cada uma das matérias (Quem é ele para que eu lhe fale assim?). Entendemos que, apesar de tratarem do mesmo tema, os textos podem funcionar de forma diferente produzindo, diferentes efeitos de sentido.

#### 3.1 Estreia na liderança: para elas, a insegurança, para eles, o desafio.

Trazemos aqui a análise das matérias “Master Chefe” da revista NOVA/COSMOPOLITAN de fevereiro de 2015 e “Chefe de primeira viagem” da revista VOCÊ S.A de abril de 2015. As duas matérias tratam do mesmo tema, a primeira vez de um profissional em um cargo de liderança. Escolhemos o trajeto temático “liderança” uma vez que “ser chefe” representa o ideal a ser alcançado pelo bom-sujeito da FD de Mercado. Tem-se no “líder”, portanto, a imagem do sujeito bem sucedido.

Segundo Amaral (2005), existem dois discursos que estabelecem uma relação de tensão dentro da FD de Mercado, o discurso da nova gerência e o discurso da antiga gerência (ou da gerência tradicional).

O discurso da nova gerência representa a mudança nas relações de trabalho proveniente da passagem de uma estrutura vertical, onde predomina a hierarquia entre dirigentes e subordinados para, uma estrutura horizontal. Esse discurso estabelece um novo perfil de liderança, em que é necessário saber delegar, orientar, estimular novas ideias nos subordinados, promover o espírito de colaboração e iniciativa nos membros da equipe (AMARAL, 2005).

Dessa forma, os valores do bom líder da antiga gerência, como exigir, mandar, centralizar, exigir obediência, determinar normas rígidas, em que o mando predomina sobre as responsabilidades individuais, passam a ser visto como ultrapassado (AMARAL, 2005)

Antes de apresentarmos as análises, salientamos que cada sequência discursiva (SD) é composta por um par de recortes, um retirado da revista NOVA/COSMOPOLITAN e outro

da revista VOCÊ S.A, de modo que a cada SD fazemos uma análise comparativa entre os recortes.

Começamos então, a partir das análises dos subtítulos das duas matérias, que, segundo o discurso jornalístico, têm a função de encorajar os leitores a se deterem na leitura completa do texto. Correspondem, assim, às perguntas que os leitores se colocariam quando desejam se inteirar de um assunto (GRADIM, 2000). Desse modo, as sequências apresentadas a seguir funcionam como resposta às perguntas dos leitores: “Por que eu devo ler essa matéria?” ou mais precisamente “Por que eu preciso das instruções trazidas por essas matérias?”. Porém, apesar de se prestarem à mesma função no que tange o critério jornalístico, veremos que ambas possuem diferentes funcionamentos discursivos.

SD1a:Os Deuses te ouviram: Você foi promovida! Mas com a mesa maior e o novo cargo no cartão de visita vieram outras responsabilidades. E você percebe que liderar e motivar uma equipe não é tão fácil quanto parece naqueles livros de carreira... Veja como agir no seu novo posto – aliás, Parabéns! (NOVA ed. 497, fevereiro de 2015)

SD1b: Por mais preparado que um profissional esteja, há muitos desafios para um gestor novato. Descubra o que fazer nos três primeiros meses (VOCÊ S.A, ed.202, abril de 2015)<sup>22</sup>.

Observamos que SD1a começa com a frase “Os Deus te ouviram”, que funciona a partir da antecipação na qual a leitora estaria fazendo pedidos a entidades místicas (e ou religiosas) para ser promovida. No decorrer da sequência, a revista “vê a necessidade” de esclarecer como é um cargo de chefia na “vida real”, ou seja, que “não é tão fácil quanto parece naqueles livros de carreira”, indicando que a leitora não teria noção das responsabilidades trazidas com o novo cargo, pois suas expectativas seriam criadas apenas baseadas em suas leituras dos “livros de carreira”, como se elas não tivessem a vivência do mundo do trabalho. As exemplificações de “mesa maior” e o “nome no cartão de visitas” representam o status de chefe, indicadores de hierarquia que habitam o imaginário do senso comum (uma possível imagem romantizada construída pela leitora a partir da leitura dos livros) na qual há conforto e respeito sem considerar as atribuições do cargo. O enunciado funciona como um alerta. É preciso explicar o que é ser chefe “na vida real”.

Temos que a resposta para a pergunta “Por que devo ler esta matéria?” em NOVA/COSMOPOLITAN seria algo como “porque liderar uma equipe não é tão fácil quanto você pensa”.

---

<sup>22</sup> Utilizaremos sublinhado como forma de marcação em todas as sequências discursivas.



Já em SD1b , através de um personagem genérico e indefinido, designado por “um profissional”, busca-se criar uma efeito de espelhamento, o leitor é convocado a se identificar com esse personagem e, nele se espelhando, passará a seguir seus passos para ser bem-sucedido.

A oração adverbial concessiva, que introduz o parágrafo em SD1b destacando a boa qualificação de “um profissional”, funciona também como uma forma de mostrar ao leitor que sua competência profissional não está sendo questionada e que os desafios da nova gestão não estão relacionados a ele. Produz-se um discurso similar a: “o problema não é com você, afinal, até os melhores enfrentam desafios”.

A resposta de SD1b para a pergunta do porquê ler a matéria seria, portanto, “se ele, que é um profissional preparado enfrenta desafios, o mesmo pode acontecer com você, leitor”. Contrariamente ao funcionamento de NOVA/COSMOPOLITAN no qual a leitora é tida como o problema (“você precisa ler a matéria porque você não sabe”), em VOCÊ S.A produz-se o efeito de sentido de que “o problema não é você leitor”.

Além disso, encontramos tanto em SD1a quanto em SD1b o uso do imperativo direcionado ao leitor. Embora sejam gramaticalmente semelhantes, essas marcas linguísticas funcionam produzindo diferentes efeitos de sentido em cada uma das sequências. Passamos agora para a análise dos diferentes modos de funcionamento discursivo do uso do modo verbal imperativo nas duas sequências.

Na construção “veja como agir” presente em NOVA/COSMOPOLITAN, o uso do verbo “ver” remete a observação, “passar a saber”. Juntamente com adjunto adverbial de modo “como”, produz-se o possível efeito de sentido de que as leitoras não saberiam se portar no ambiente de trabalho e, por isso, a revista lhes mostrará padrões de comportamento cabendo a elas apenas copiá-los.

Já em SD2b temos o enunciado “descubra o que fazer”. O verbo “descobrir” tem, entre outros sentidos, o de “encontrar o que era desconhecido” remetendo à ação. Além disso, o verbo no imperativo é seguido do pronome demonstrativo “o” cuja função sintática é a de complemento do verbo descobrir (objeto direto). Desse modo, é marcado na oração que há algo a ser descoberto, bastando ao leitor se apropriar desse conhecimento para colocá-lo em prática. O verbo “fazer”, da oração subordinada adjetiva “que fazer”, também reforça a ideia de ação. Podemos, assim pensar, no seguinte efeito de articulação dos enunciados: “Descubra o que fazer para conseguir enfrentar os desafios”.

Além do modo imperativo, encontramos nas sequências a seguir diferentes funcionamentos no uso dos verbos na primeira pessoa no plural no tempo presente do indicativo:

SD2a: Não sabe por onde começar? Preparamos um guia de chefe de primeira viagem para você arrasar no novo cargo (NOVA, ed. 497, fevereiro de 2015).

SD2b: Os primeiros 90 dias são determinantes para o novo líder mostrar suas habilidades e, portanto, para construir ou destruir sua imagem como chefe [...] Reunimos aqui os principais conselhos sobre o que fazer e não fazer em sua estreia no comando (VOCÊ S.A, ed.202, abril de 2015).

O enunciado interrogativo em SD2a, marca mais uma vez um simulacro de diálogo. Tal interrogação é baseada na antecipação de que a leitora se veria perdida na nova posição de liderança. Observamos a retomada do mesmo pré-construído que sustenta SD1a “você, profissional mulher, leitora de NOVA/COSMOPOLITAN, não sabe o que fazer”.

Logo em seguida a revista tranquiliza a leitora trazendo um manual por ela preparado. Identificamos aí um discurso produzido a partir da articulação do pré-construído mencionando anteriormente e que funciona como: “preparamos um manual já que você não tem condições para fazer por conta própria”. Disso depreendemos o efeito de sentido de que a leitora não tem condições de assumir por conta própria o cargo de liderança e por isso precisa de alguém para lhe ensinar o básico.

Em SD2b identificamos novamente a interpelação do leitor através do personagem genérico “novo líder”, produzindo o efeito de sentido de que “se você é um novo líder, precisa mostrar suas habilidades em 90 dias”. Neste caso, o pré-construído que sustenta o discurso é “você (profissional, leitor de VOCÊ S.A) tem habilidades”.

A revista, portanto, não pretende guiá-lo, afinal, ele já tem habilidades e não está perdido. O uso do verbo “reunir” reforça a produção de um efeito de sentido no qual o leitor seria autônomo e capaz, ele poderia adquirir tal conhecimento por conta própria, mas a revista está apenas facilitando-lhe o acesso. O efeito da articulação do pré-construído funciona como “você já sabe como fazer, apenas estamos facilitando para você trazendo alguns conselhos que você seguirá se assim o quiser”.

A seguir, comparamos os parágrafos introdutórios de cada uma das revistas:

SD3a: Todo fim de ano você se lembra de pedir para encontrar um boy sincero, revive o sonho daquela casa na praia e traça metas como começar a academia, a pós-graduação e ser menos ansiosa. Na sua lista de desejos para o ano novo também está a aquela sonhada promoção, mesmo que ela pareça distante. E não é que seu pedido corporativo saiu do papel? Seu chefe reconheceu e você é a nova gerente de sua área. Ufa. Mas junto com a felicidade de ter chegado aonde queria aparece o medo de liderar uma equipe pela primeira vez. Você acha que não merece o sucesso e se apavora. Isso é normal!(...) E geralmente nós, mulheres, nunca achamos que estamos de fato preparadas. Rola insegurança, medo de errar (NOVA, ed. 497, fevereiro de 2015).

SD3b: Chegar a um cargo de liderança faz parte dos planos e das ambições de praticamente todo profissional. Mas alcançar voos mais altos e assumir responsabilidades maiores nem sempre é simples (VOCÊ S/A, ed.202, abril de 2015).

Começamos pela análise de SD3a, na qual se constrói uma narrativa simulando uma lista de desejos de fim de ano. Aqui, como em SD1a, a leitora é tomada como passiva, pedindo a outros para seus desejos se realizarem. Também merece atenção a ordenação dos elementos ao longo da lista, começando com “encontrar um boy sincero” seguido de “casa na praia”. Os itens mencionados em primeiro lugar funcionam produzindo efeito de sentido de prioridade e importância, de forma que, embora a matéria trate de um tema da vida profissional, coloca-se o relacionamento amoroso com um homem como algo prioritário na vida dessa mulher. Vemos também, através da ordenação dos itens presentes na lista de metas, que a preocupação com o corpo vem antes dos estudos e qualificação profissional.

No fim da lista de desejos tem-se a “tão sonhada promoção”, que é jogada no campo do “sonho”, ou seja, do inalcançável, confirmado pelo uso da concessiva “mesmo que ela pareça distante”. A leitora, então, todo fim de ano, insiste em sonhar com a promoção, esperando passivamente que um dia o impossível se realize.

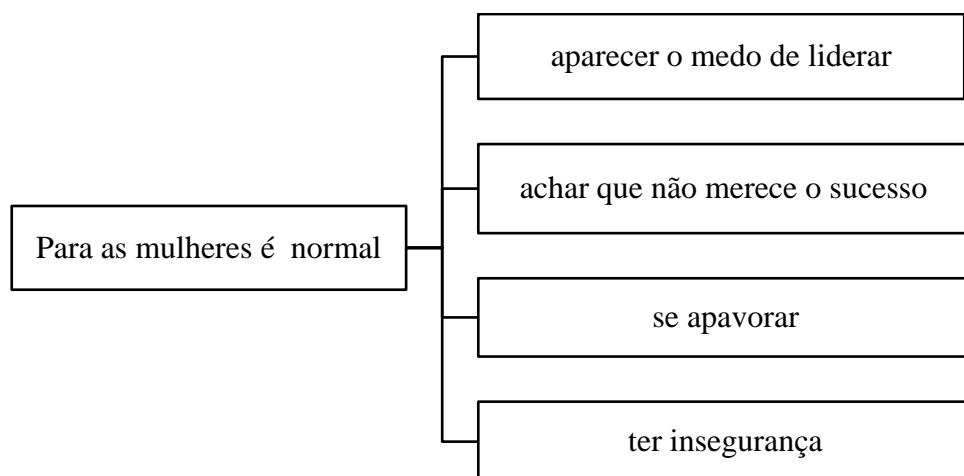
Ao analisarmos SD3b, encontramos outro funcionamento para os leitores de VOCÊ S.A, uma vez que, ao invés de sonhar e desejar, esses profissionais planejam e ambicionam. Tem-se, assim, um efeito de sentido de “passividade” para as leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN e de “ação” para os de VOCÊ S.A.

Esse efeito de sentido de passividade também é produzido através dos enunciados “E não é que seu pedido corporativo saiu do papel?” e “seu chefe reconheceu você”. Observamos que em nenhuma das duas construções a leitora é colocada como agente da ação, ela não conquistou o novo cargo, ela o recebeu, foi promovida graças ao reconhecimento do chefe e não ao seu empenho e competência, ou a suas ações.

Em contrapartida, o leitor de VOCÊ S.A é colocado sempre no lugar de agente, como alguém que, além de planejar e ambicionar, “alcança voos mais altos” e “assume responsabilidades maiores”.

Outro ponto relevante nesta sequência é a produção de um efeito de naturalização. Em SD3b coloca-se que essa nova etapa da carreira “nem sempre é simples”, indicando que, em alguns casos, ou para algumas pessoas, pode ser simples. Mais uma vez, a revista se coloca no lugar de reconhecer as qualidades do profissional, de não duvidar da sua capacidade. Os leitores de VOCE S.A são profissionais habituados a lidar com situações do ambiente corporativo e a assumir responsabilidades.

Já para a leitora de NOVA/COSMOPOLITAN essa mesma nova etapa é acompanhada de felicidade e medo, sendo que este último “aparece”, naturalizando esse sentimento como algo sempre presente e que surge mediante alguma motivação. Logo em seguida, o próprio texto confirma a naturalização desse medo com o uso da expressão “isso é normal”. Aqui a afirmação, com uso do verbo “ser” no presente do indicativo, configurando uma estrutura de forma “X é Y”, é usada não para mostrar as qualidades e a competência da profissional, mas sim para reforçar que ter medo é “normal”. Apresentamos, a seguir, um esquema com enunciados retirados de SD3a que funcionam naturalizando comportamentos da leitora de NOVA/COSMOPOLITAN.

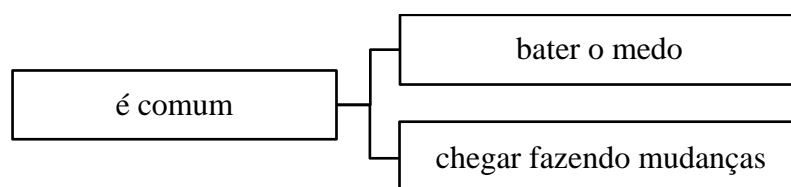


Podemos observar que, através do funcionamento da estrutura “X é Y”, produz-se o efeito de naturalização para o comportamento das mulheres leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN. Notamos esse mesmo efeito nas sequências a seguir, através do uso da expressão “é comum”:

SD4a: Quando assumimos uma nova posição, é comum bater o medo de não ser aceita (...). Antes de tomar qualquer decisão você precisa se sentir segura. (NOVA, ed. 497, fevereiro de 2015)

SD4b: Na ansiedade de conquistar a equipe, mostrar resultados ou impor autoridade, é comum chegar fazendo mudanças antes mesmo de se inteirar da situação que está assumindo. (VOCÊ S.A, ed.202, abril de 2015).

Mais uma vez, temos a estrutura “X é Y” funcionando como naturalização e normatização de comportamento dos leitores. Reescrevendo os enunciados temos:



Encontramos novamente em SD4a o sentimento de medo sendo naturalizado para as leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN, ao passo que o ímpeto de agir e tomar atitudes é naturalizado para os leitores de VOCÊ S.A. Vemos também que, para estes, o sentimento de ansiedade é trazido, mas não como algo devido a insegurança. Aqui, a ansiedade está relacionada a aspirações e ambições, são anseios de “conquistar a equipe, mostrar resultados e impor autoridade”.

Observamos em SD4b a relação de oposição entre o discurso da nova gerência e da gerência tradicional. Na sequência discursiva em questão, o erro do profissional é tentar reproduzir o padrão de comportamento da gerência tradicional, ou seja, o leitor de VOCÊ S.A é identificado como um sujeito profissional inscrito no discurso da gerência tradicional. Enquanto subordinado teria experiência na gerência tradicional e, ao assumir o cargo, tentaria seguir esse padrão. O discurso de SD4 funcionaria, portanto, como: “é comum que, ao estar acostumado com a gerência tradicional, você tente fazer o mesmo ao assumir um cargo de liderança”.

Chamamos atenção aqui para a comparação entre os discursos produzidos por SD4b e SD1a, no qual é colocado que as referências das mulheres de NOVA/COSMOPOLITAN, ao assumir um cargo, de liderança se baseiam apenas nas leituras “daqueles livros de carreira”, isto é, elas não são sujeitos inscritos em nenhum dos dois discursos de gerência, nova ou tradicional.

Em SD4a também não encontramos essa interdiscursividade, o efeito produzido é que o sentimento de medo frente às situações desconhecidas é uma condição da mulher. A partir da

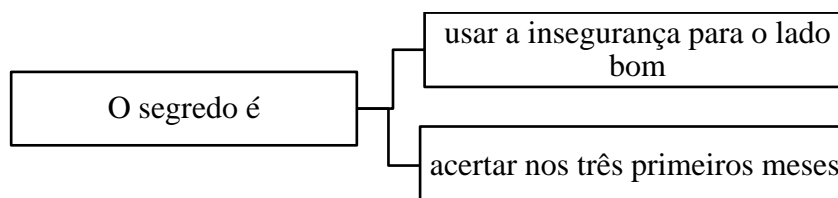
articulação dos enunciados produzidos em SD3a com os de SD4b, podemos depreender o seguinte funcionamento: “somos mulheres, logo é comum bater o medo”.

A estrutura “X é Y” também é encontrada nas sequências a seguir, funcionando como uma articulação dos enunciados produzidos nas sequências anteriores:

SD5a: Esse é o segredo. Usar a insegurança para o lado bom (NOVA, ed. 497, fevereiro de 2015).

SD5b: O segredo é acertar nos três primeiros passos dessa etapa da carreira (VOCÊ S.A, ed.202, abril de 2015).

Nas sequências SD5a e SD5b, as revistas apresentam a revelação de um segredo, uma “fórmula” que seus leitores não conhecem e que elas trazem como a solução para seus problemas.



Os enunciados produzidos por SD5 funcionam como a conclusão de uma sequência de articulações de pré-construídos que atravessam SD1 até chegar em SD5. Podemos, então, a partir da articulação dos enunciados depreendidos das análises anteriores, traçar um fio-intradiscursivo que percorre SD2, SD4 até SD5. Lembramos que a articulação promove o efeito de evidência explicativa e está relacionado ao funcionamento do discurso com relação a si mesmo, (o que eu digo agora, com relação ao que eu disse antes e com relação ao que eu direi depois), ou seja, o intradiscorso (PECHEUX, 2014 [1975]).

Como fio-intradiscursivo em VOCÊ S.A teríamos o seguinte: “Ao assumir um cargo de liderança você encontrará muitos desafios, mas nós sabemos que você tem habilidades e deve mostrá-las. Por estar acostumado com o modelo da antiga gerência é comum que já chegue fazendo mudanças, mas calma, é preciso ter foco, pois o segredo é não cometer erros e acertar nos três primeiros passos dessa nova etapa”.

Para o funcionamento intradiscursivo de NOVA/COSMOPOLITAN teríamos: “Ao assumir um cargo de liderança você se sentirá perdida e não saberá o que fazer, afinal suas únicas referências são aqueles livros de carreira. Por ser mulher achará que não merece o sucesso e se sentirá insegura e com medo, não há muito o que fazer, o segredo é usar a insegurança para o lado bom”.

Passamos agora para análise do funcionamento de outra marca linguística, a partícula “se”, encontrada em ambas as matérias, como podemos ver nas sequências a seguir:

SD6a: Se começar em um cargo novo já é difícil, iniciar sem ter um objetivo estruturado pode ser assustador e queimar - de cara - seu filme com a equipe. (NOVA, ed. 497, fevereiro de 2015)

SD6b: Se antes a responsabilidade do novo chefe era planejar e gerenciar as próprias tarefas, agora tem de coordenar o seu tempo e o de todo o time. Mas isso não significa passar mais horas no escritório. (VOCÊ S.A, ed.202, abril de 2015).

Tanto em SD6a como em SD6b as construções funcionam como a criação de uma realidade hipotética . Na primeira temos que, em qualquer circunstância, assumir uma nova posição é sempre difícil para as leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN. Chamamos a atenção para o uso da palavra “difícil” em oposição a “desafio” encontrada em SD1b, que no enunciado de SD6a poderia ser substituída por “desafiador”.

“Desafio” remete a algo instigante, que ajudará no crescimento profissional, podemos também associar essa palavra a sentidos de combate, disputa, competição, obstáculo a ser ultrapassado. “Desafio” funciona diferente de “dificuldade”, remetendo a algo custoso, trabalhoso, árduo, complicado, que exige esforço intelectual. Desse modo, para as leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN, o novo cargo é algo trabalhoso que lhes exige esforço, em contrapartida, para os de VOCÊ S.A é algo instigante, como uma disputa que traz obstáculos a serem vencidos.

O enunciado, em tom quase ameaçador, funciona como alerta para o fato de que, sem a organização, essa dificuldade pode ir mais além e se tornar “assustadora”, ou seja, as profissionais podem chegar a uma situação de medo extremo, beirando o descontrole.

Já em SD6b, a partícula “se” opera construindo uma realidade sobre as funções e responsabilidades no escritório, a revista também estabelece uma generalização para o cargo de chefia, como coordenar o tempo da equipe. Após essa afirmação, a oposição, “mas isso não significa passar mais horas no escritório”, mostra que o sujeito do discurso partiu da antecipação de que o profissional colocaria como primeira opção “ficar mais tempo no trabalho para dar conta de todas as responsabilidades” e “não deixar atividades pendentes”. A revista busca mostrar que a organização do tempo pode diminuir as horas extras e em nenhum momento duvida-se da capacidade do profissional de dar conta das atividades. Considera-se que o profissional já sabe gerenciar seu próprio tempo.

A organização proposta pelas revistas serve, em VOCÊ S.A, para reduzir as horas do profissional no escritório e para que as leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN não se apavorem.

As próximas sequências a serem analisadas parecem ser instruções diretas aos leitores para que eles não se tornem líderes centralizadores. Vejamos como, através da materialidade linguística, os mesmos conselhos funcionam produzindo diferentes efeitos de sentidos para os leitores de NOVA/COSMOPOLITAN e de VOCÊ S.A.

SD7a: Peça ajuda: Não tente resolver tudo você mesma, vista a sandália da humildade: fuja da tentação de controlar tudo e confie no time - sem essa de “Só eu sei fazer do jeito que preciso [...] Procure mentores [...] pedir conselhos e ouvir pessoas mais experientes (NOVA, ed. 497, fevereiro de 2015).

SD7b: Bancar o super-homem: por insegurança, falta de humildade ou medo de ficar vulnerável diante dos subordinados, muitos novos chefes se recusam a pedir ajuda em situações que não dominam completamente, como alguma tarefa operacional por exemplo.

Acumular tarefas: Quando o profissional passa de subordinado à chefia de uma área da qual tem domínio, resistir à vontade de colocar a mão na massa é um desafio. (VOCÊ S.A, ed.202, abril de 2015).

A primeira marca a ser apontada é o uso dos verbos no infinito e no imperativo. Apesar de os dois textos terem um caráter prescritivo, o uso do infinitivo em VOCÊ S.A funciona de forma a permitir que o leitor tenha certa autonomia de escolha. A revista aponta os principais erros cometidos pelos profissionais ao chegarem à liderança, caberia aos leitores decidirem se irão seguir o proposto pela revista ou não. Funciona, portanto, mais como um alerta do que ordem.

Já em NOVA/COSMOPOLITAN, o uso do imperativo parece não deixar margem para escolha, funcionando como ordem direta à leitora, impondo de forma incisiva o que ela deve fazer. Analisemos agora os seguintes trechos retirados respectivamente de SD7a e SD7b :

(a)“fuja da tentação de controlar tudo”

(b)“resistir à vontade de colocar a mão na massa é um desafio”

Comparemos o uso dos verbos “fugir” e “resistir” e dos substantivos “tentação” e “vontade” com seus respectivos complementos. Para nossas análises, trouxemos enunciados retirados das definições encontradas em alguns dicionários para esses verbetes.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Os dicionários consultados foram Dicionário Online de Português (<https://www.dicio.com.br/>) e Michaelis Online (<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>)



Lembrando que, em AD, não consideramos o dicionário “um objeto de consulta que apresenta os significados das palavras com a certeza do saber de um especialista e eventualmente com a legitimidade de autores reconhecidos que abonam as definições” (NUNES, 2006, p.11). Os dicionários são tomados como discursos e “como qualquer discurso, o dicionário tem uma história, ele constrói e atualiza uma memória, reproduz e desloca sentidos, inscrevendo-os no horizonte dos dizeres historicamente constituídos” (NUNES, 2006, p.18).

O que propomos em nossa análise é comparar o que é dito na revista com os dizeres de discursos produzidos pelos dicionários, buscando articular uma memória discursiva, identificar as matrizes de sentido, pois consideramos, assim como Nunes (2006, p.11), que “o dicionário é um material interessante para se observar os modos de dizer de uma sociedade e os discursos em circulação”.

Começamos com a análise de “resistir à vontade” para uma posterior comparação com o enunciado (a). Montamos, a seguir, um quadro com alguns enunciados retirados das definições encontradas em dicionários para as palavras “resistir” e “vontade”:

Quadro 04 – resistir + vontade

<b>Resistir</b>	<b>Vontade</b>
Não ceder à pressão	Determinação
Manter-se firme	Impulso ou força interior que leva a pessoa a realizar algo anteriormente planejada
Não sucumbir	
Opor força a força	Empenho
	Capacidade individual de escolher ou desejar aquilo que bem entende

Fonte: A autora, 2018.

Podemos notar, a partir do exposto acima, que tanto “resistir” quanto “vontade” remetem, de alguma forma, a força. A expressão “colocar a mão na massa” pode ser entendida como “executar tarefas”, “fazer o trabalho duro”, ou seja, os leitores de VOCÊ S.A. querem realizar tarefas, tem força, empenho e determinação e precisam resistir a isso para que não acumulem muitas tarefas e se sobrecarreguem. Desse modo, os leitores teriam

determinação, força interior e impulso para trabalhar e agir, bem como para vencerem seus próprios impulsos.

O mesmo modelo de quadro foi feito para as palavras “fugir” e “tentação”, vejamos:

Quadro 05 – fugir + tentação

<b>Fugir</b>	<b>Tentação</b>
Abandonar ou escapar	Atração por coisa proibida
Afastar-se	Movimento íntimo que incita ao mal
Distanciar-se de uma situação de perigo, de alguma coisa ameaçadora	Impulso íntimo dirigido para o pecado, originado dos instintos inferiores ou da malignidade do tentador
Pôr-se em fuga	Movimento interior que instiga alguém a fazer algo censurável
Retirar-se em debandada	Apetite ou desejo violento

Fonte: A autora, 2018.

Comparando os enunciados do quadro 04 com os do quadro 05, vemos que “fugir” tem sentidos opostos a “resistir”. Temos aí, a produção de um efeito de sentido de que, por não ter a força suficiente para se opor e não sucumbir, a mulher deve escapar, construindo uma imagem de fraqueza e passividade para as mulheres.

Verificamos que tanto “fugir” como tentação remetem a perigo, ameaça, algo maléfico. Além disso, “tentação” tem a marca de sentimento interior, as mulheres devem, portanto, fugir de si mesmas, de seus sentimentos e impulsos. Tem-se assim o efeito de sentido de que controlar tudo é algo censurável e as mulheres seriam, devido a sua natureza, controladoras.

Outro ponto a ser analisado em SD7 é que a revista NOVA/COSMOPOLITAN orienta suas leitoras a serem humildes e a procurarem “mentores”, ou “pessoas mais experientes”, em busca de conselhos. O discurso produzido pela revista é de que leitoras não são capazes de resolver os problemas profissionais sozinhas, novamente o pré-construído “elas não sabem” surge aqui sustentando o discurso. O enunciado de SD7a pode funcionar, então, como “Não tente resolver tudo você mesma porque você não vai conseguir”.

Já em VOCÊ S.A, a falta de humildade também é colocada como algo negativo, entretanto, a crítica é feita pelo fato de os novos chefes não terem humildade para “pedir ajuda em situações que não dominam completamente”. O exemplo trazido é de “uma tarefa operacional”, algo considerado hierarquicamente inferior, a capacidade de liderança não é questionada e o aconselhamento é para que os novos chefes não deixem de pedir ajuda aos seus subordinados.

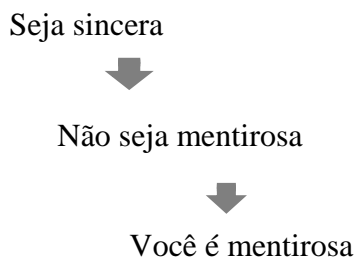
Também é interessante apontar que o medo e a insegurança são trazidos por VOCÊ S.A como sentimentos comuns para um “novo chefe”, mas de modo diferente de NOVA/COSMOPOLITAN. Em SD7b o “novo chefe” tem insegurança e “medo de ficar vulnerável diante dos subordinados”, ele não é inseguro com relação à sua competência, não tem “medo de liderar” e nem de “assumir um novo cargo”. Sua preocupação não é com relação a sua competência, mas sim a imagem que passará para os subordinados, seu medo é de demonstrar fragilidade.

A sequência abaixo, retirada da revista NOVA/COSMOPOLITAN, foi escolhida para encerrar as análises desta primeira parte. Não encontramos nenhuma menção parecida a essa na revista VOCÊ S/A e, por isso mesmo, nos pareceu interessante trazê-la aqui.

SD8: Seja sincera: Escolha as palavras certas para não ofender as pessoas, mas seja sempre verdadeira. Entenda que a relação estabelecida no escritório é primeiramente profissional. Trabalhe seu equilíbrio emocional para não misturar as coisas. (NOVA, ed. 497, fevereiro de 2015)

Para melhor compreensão do gesto analítico que será feito a seguir, é preciso introduzir o conceito de efeito metafórico, que será usado, também, nas análises dos próximos itens. A metáfora é definida em AD como “o fenômeno semântico produzido por uma substituição contextual” (PÊCHEUX 2014b[1969], p.96), ou seja, pela possibilidade de uma substituição entre dois termos, X e Y, em função de um contexto dado. A partir desse deslizamento de sentidos de X para Y, produzimos o que chamamos em AD de “paráfrases”, enunciados diferentes em sua superfície textual, mas que fazem parte da rede de dizeres de um mesmo discurso. O que temos na paráfrase é, portanto, a repetição do mesmo através de formas diferentes.

Disso tiramos que, no enunciado “seja sincera”, podemos substituir “sincera” por “não mentirosa” e em seguida “não seja” por “você é”, temos então o seguinte efeito metafórico:



A partir das paráfrases produzidas pelas metáforas propostas, chegamos à produção de sentidos de que as mulheres de NOVA/COSMOPOLITAN são mentirosas e/ou falsas.

Além disso, nota-se que a revista julga necessário explicar como se estabelecem as relações interpessoais no ambiente de trabalho, assumindo, assim, que suas leitoras não sabem diferenciar suas relações pessoais das profissionais. Afinal elas não participaram da antiga gerência, reforça-se o sentido de que elas são inexperientes. Ademais, identificamos, através do enunciado “trabalhe seu equilíbrio emocional”, que o discurso de SD8 se sustenta em pré-construídos como: “mulheres não possuem equilíbrio emocional”, “mulheres são desequilibradas”, “mulheres são histéricas”.

Os não-ditos sobre sinceridade e equilíbrio emocional em VOCÊ S.A produzem o efeito de sentido de que seus leitores não precisariam desse tipo instrução, de que esses elementos não fazem parte da formação imaginária que produzem de seus leitores.

De forma a tentar resumir das imagens depreendidas ao longo das análises, montamos um quadro comparativo a seguir:

Quadro 06 – Efeitos de sentido para sujeito “profissional”

NOVA/COSMPOLITAN	VOCÊ S.A
Pede um namorado e sonha com a promoção	Planeja e ambiciona um cargo de liderança
Tem medo de liderar e de não ser aceita	Tem medo e insegurança de ficar vulnerável/demonstrar fragilidade
É insegura	Anseia conquistar a equipe e mostrar resultados
Se apavora	Quer impor autoridade
Quer controlar tudo	Quer fazer tudo
São controladoras	São trabalhadores e proativos
Precisa ser humilde e pedir ajuda aos mentores	Precisa ser humilde e pedir ajuda aos subordinados
Devem fugir	Devem resistir
Passivas	Ativos
São falsas/mentirosas	
Não entendem as relações de trabalho	
Não possuem equilíbrio emocional	

Fonte: A autora, 2018.

Constatamos que a imagem da mulher de NOVA/COSMOPOLITAN é atravessada pelos sentidos de mulher construídos pela FD Sexista, como descrito no capítulo 2<sup>24</sup>, cujo interdiscurso atribui características inatas às mulheres, entre elas o recato, a fragilidade, a docilidade, a passividade, submissão. Contudo, essa mesma natureza faz da mulher um ser contraditório, uma vez que, também seriam de sua natureza a perfídia e a amoralidade. As mulheres seriam então, sujeitas às incoerências do instinto (ENGEL, 2013).

Como já mencionado, ambas as revistas falam sobre trabalho a partir da FD de Mercado e suas diretrizes para a boa liderança se baseiam no discurso da nova gerência. A imagem produzida pela revista para o leitor de VOCÊ S.A corresponde ao bom-sujeito da FD de Mercado, aquele que deve seguir as determinações do discurso da nova gerência para ter sucesso como líder. No entanto, apesar de se inscrever na FD de Mercado no que tange

<sup>24</sup> Lembrando que depreender as FDs só foi possível pelo desenvolvimento das análises que se desenrolam neste e no próximo capítulo.

discursos sobre trabalho, o discurso de NOVA/COSMOPOLITAN parece estar fora da tensão do discurso da nova e da antiga gerência.

Porém, se inscritos na FD Sexista, veremos que os sentidos produzidos para os profissionais/leitores de VOCÊ S.A se encaixam (se enquadram) nas características atribuídas ao masculino/homem. Embora não haja um discurso propriamente sobre homens e mulheres, a imagem produzida para o sujeito “profissional” de VOCÊ S.A pode corresponder à posição de sujeito “homem” da FD Sexista, cujo discurso impõe como padrão de masculinidade a “necessidade de agir incessantemente, de demonstrar energia, coragem, resistência, de saber responder aos desafios. De revelar força em todos os propósitos, expressar direção” (CORBIN, 2013, p.28).

Dessa forma, temos que, apesar de a estratégia do discurso de VOCÊ S.A ser sustentada por uma formação imaginária de “profissionais sem distinção de gênero”, a revista produz um discurso atravessado por efeitos de sentido que levam a uma marcação de gênero. Constrói-se a imagem de um sujeito-leitor (o profissional) viril, com características sócio-historicamente atribuídas ao masculino.

Passamos agora para o trajeto temático “comunicação virtual”, composto por duas matérias das mesmas revistas. Buscamos analisar se, na mudança do trajeto temático, os sentidos depreendidos para os sujeitos “profissional” e “profissional-mulher” se mantêm ou se deslocam.

### **3.2 Falar na cara, quem encara?**

Este trajeto temático é composto pelas matérias “Você foi adicionada ao grupo trabalho” da revista NOVA/COSMOPOLITAN de dezembro de 2014 e “Geração Texto”, da revista VOCÊ S.A de julho de 2014.

Ambas as matérias apontam o excesso de comunicação virtual como um problema da geração de jovens no mercado de trabalho e buscam explicitar os malefícios que esse hábito pode causar na vida profissional. Percebemos que as duas matérias mobilizam categorias de análise diferentes, o que nos levou a mudar a metodologia de análise que vinha sendo seguida no item anterior. Assim, realizamos as análises em três momentos: primeiro, com recortes de cada uma das revistas, comparando as sequências entre si, depois analisando sequências da revista NOVA/COSMOPOLITAN e, por fim, recortes da revista VOCÊ S.A.

Começamos com uma análise comparativa entre as sequências retiradas dos parágrafos iniciais de cada matéria, que, como apontado no item anterior, possuem dentro da FD do jornalismo a função de captar a atenção do leitor:

SD9a: Todo dia, enquanto toma café da manhã, você lê notícias no celular e checa seus e-mails e mensagens no WhatsApp. É o estagiário avisando que vai se atrasar, o chefe que marca uma reunião em cima da hora, o colega de uma filial da empresa que pergunta sobre um relatório... Estamos sempre online, até no escritório: 42% dos donos de smartphone no Brasil usam o aparelho no trabalho, segundo a pesquisa Especial Mobile do Ibope Nielsen Online (NOVA, ed.495, dezembro de 2014).

SD9b: O Brasil é o país que passa mais tempo online. Segundo uma pesquisa do grupo espanhol Telefónica, que entrevistou 12 171 jovens entre 18 e 30 anos de 27 países, o brasileiro fica ligado na rede aproximadamente 7 horas por dia, 1 hora a mais do que a média mundial. Essa conexão toda significa muitas conversas por escrito – em e-mails, SMS e vários comunicadores instantâneos como Hangouts, WhatsApp e Skype (VOCÊ S.A, ed.194, julho de 2014).

O parágrafo inicial de NOVA/COSMOPOLITAN se caracteriza por apresentar uma narrativa ficcional sobre a rotina matinal da leitora, buscando mostrar que sabe o que se passa em seu íntimo. A revista se coloca como alguém que entende seus problemas e, por isso, pode ajudá-la, alguém em quem a leitora pode confiar.

O efeito de identificação com a leitora é reforçado através do uso da primeira pessoa do plural no enunciado “Estamos sempre online”. A revista cria uma relação de confiança com a leitora, colocando-se como alguém próximo que teria condições para aconselhá-la. Ao fazer parte do mesmo problema, diz para a leitora algo como: “eu sei o que você passa, também sofro o mesmo, por isso você pode me ouvir e contar comigo, tenho a solução para você”.

Em SD9b, dados estatísticos são trazidos como comprovação da afirmação que encabeça o parágrafo, o detalhamento sobre a pesquisa embasando os dados funciona como forma de trazer maior credibilidade às informações. Através da palavra “significa”, a revista traduz essas informações para o cotidiano do leitor, de modo a fazer com que ele se reconheça parte integrante do problema e entenda que precisa das instruções a serem trazidas pela matéria. O texto de SD9b funciona como alerta para um problema existente do qual o leitor talvez não saiba fazer parte. Graças à revista, o leitor reconhece um problema que não sabia que tinha e nela encontrará a solução.

As revistas buscam, então, explicar os malefícios da hiperconectividade e por que os leitores precisam estar atentos aos conselhos por elas trazidos.

SD10a: Digitar economiza o tempo de levantar e ir até outro setor da empresa, por exemplo. Evita também o confronto com o chefe, ter que lidar com as emoções do subordinado que recebeu um feedback negativo...Tudo o que incomoda e dá trabalho, mas contribui para você se tornar uma profissional mais preparada (NOVA, ed.495, dezembro de 2014).

SD10b: Profissionais com menos de 30 anos, que cresceram habituados ao conforto de se comunicar por aparelhos, tem trazido um novo problema para o trabalho: a relutância em falar pessoalmente. “Eles não tem facilidade para resolver conflitos e definir pontos de vista. Diz Renata Maglioca.[...]A dificuldade em se desligar dos meios digitais vai além da linguagem. Vários jovens passam a restringir ao mundo virtual toda forma de comunicação com os colegas e superiores (VOCÊ S.A, ed.194, julho de 2014).

Na sequência retirada de NOVA/COSMOPOLITAN, encontramos mais uma vez situações ficcionais pelas quais a leitora poderia passar, construídas através da antecipação de cenários que seriam desconfortáveis para ela. A revista coloca a leitora em dois papéis, a de subordinada e a de chefe. Enquanto subordinada, a revista trabalha com a antecipação de uma relação conflituosa entre a profissional e seu superior, indicando que uma conversa entre essas duas partes seria um “confronto”. Já na posição de chefia, ela é colocada com alguém que foge das “emoções do subordinado”.

Em SD10b, “a relutância em falar pessoalmente” é trazida como um novo problema nos ambientes de trabalho, cuja causa são os jovens. Estes são colocados, portanto, como os agentes causadores deste problema, que passou a existir com sua entrada no mercado de trabalho. Os jovens, desavisados dos malefícios da hiperconectividade, causam um problema no ambiente no trabalho.

O comportamento deles é explicado pelo fato de terem crescido “habituados ao conforto de se comunicar por aparelhos”. Entendemos “crescer”, aqui, como passar da infância e adolescência para a fase adulta. Esse comportamento seria resultado de um estilo de vida, de hábitos adquiridos de acordo com o ambiente ao qual foram expostos, com o tipo de educação que receberam e estímulos que lhe foram dados. Desse modo, a “culpa” não seria deles, mas de quem os deixou criar esse mau-hábito.

Chamou-nos a atenção o uso do verbo “restringir” e do substantivo “relutância” (verbo relutar), quando comparado ao uso do verbo “evitar” em SD10a. Vejamos a seguir os enunciados encontrados nas definições de alguns dicionários<sup>25</sup> para tais verbetes, lembrando que, tal como apresentado anteriormente no item 3.1, estamos considerando as produções dos dicionários como discursos.

---

<sup>25</sup>Os dicionários consultados foram Dicionário Online de Português (<https://www.dicio.com.br/>) e Michaelis Online (<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>)



Quadro 07- Evitar x Relutar x Restringir

<b>Evitar</b>	<b>Relutância/Relutar</b>	<b>Restringir</b>
Esquivar-se de algo por ser desagradável ou perigoso	Lutar novamente	Impor restrição a
Fugir a	Criar formas de resistir;	Fazer com que haja limite(s)
Esquivar-se; fugir de uma situação desagradável	Resistir a	Limitar a si mesmo
Afastar-se de uma briga ou discussão	Opor força ou resistência	Manter-se dentro de determinados limites
Impedir	Obstinar-se	
Impor obstáculos para que algo não aconteça		

Fonte: A autora, 2018.

Do quadro acima tiramos que “relutar” e “restringir” usados em SD10b, remetem a ação. No caso de “relutar” temos ainda os sentidos de luta, força e resistência. Em contrapartida, o verbo “evitar”, usado em SD10a, produz efeitos de sentidos de passividade, fraqueza e covardia, já que, quem não tem força ou coragem suficiente para se opor e resistir foge.

Dessa forma, em sua vida profissional a leitora não gosta e/ou não sabe lidar com (não tem força e coragem) situações incômodas, difíceis e que lhe deem trabalho (preguiçosa, insensível e covarde). A revista precisa explicar que as situações incômodas e trabalhosas são necessárias e fazem parte do meio de trabalho, e que é preciso saber lidar com elas, produz-se uma imagem infantilizada da leitora.

Assim, diferentemente de VOCÊ S.A, o uso da comunicação virtual no trabalho não é causado por um hábito adquirido durante a infância que foi, conseqüentemente, transposto para o trabalho. Constrói-se um sentido de que as leitoras de NOVA/COSMOPOLITAN fazem uso desse artifício para esquivar-se das situações das quais elas não gostam e não têm coragem para enfrentar.

Observamos então, pela análise das primeiras sequências, que, apesar da mudança de trajeto temático, os sentidos parecem se manter os mesmos em cada uma das revistas. Para as mulheres de NOVA/COSMOPOLITAN retoma-se a memória discursiva da FD Sexista, que atribui a fraqueza, a passividade e covardia como condições “naturais” da condição feminina.

Já para os “profissionais” de VOCÊ S.A, são produzidos sentidos de força e impetuosidade, que, quando inscritos da FD Sexista, convergem para os sentidos de “masculino/homem”.

Feito esse primeiro gesto analítico comparativo entre as sequências, mudaremos a metodologia de análise. A partir de agora, analisaremos os recortes feitos de cada revista em separado, ou seja, não faremos mais uma comparação entre sequências. Focaremos primeiramente, em uma análise das sequências retiradas da revista NOVA/COSMOPOLITAN, para depois fazermos as análises das sequências de VOCÊ S.A.

### 3.2.1 Elas fogem porque são mimadas

Continuamos a análise com um texto retirado de NOVA/COSMOPOLITAN no qual se busca explicar para a leitora que a comunicação digital não é adequada em todas as situações profissionais e alertar dos prejuízos para sua carreira.

SD11: Assim como não se começa nem se termina um namoro por mensagem – tá, tem gente que faz, mas deveria ser “demitido” da sua vida – alguns assuntos da sua carreira não podem ser tratados no mundo virtual. Aquele pedido de folga para ir a um show, a promoção que não chega, uma negociação com um cliente... Situações como estas correm o risco de ser mal interpretadas quando ficam restritas a mensagens de textos. É como DR. Basta um verbo mal utilizado, uma leitura errada, já era (NOVA, ed.495, dezembro de 2014).

Chamou-nos a atenção a diferença de funcionamento entre SD11 e o que foi visto em SD9b. Em VOCÊ S.A encontramos muitos dados estatísticos como forma de convencer o leitor do problema apresentado, ao passo que, em NOVA/COSMOPOLITAN, busca-se uma comparação das relações de trabalho com as relações amorosas para explicar a inadequação do uso excessivo de comunicação virtual. A revista trabalha, portanto, a partir da antecipação de que, a para a leitora, o campo amoroso é um universo mais conhecido do que o mundo corporativo e de que elas não seriam capazes de entender as instruções trazidas sem essa analogia.

Identificamos nesse discurso uma aproximação com o relato que Betty Friedan faz em seu livro “A Mística Feminina”. A autora traz uma breve pesquisa sobre a imagem das mulheres nas revistas femininas norte-americanas ao longo anos 1930, 1940, 1950 e 1960, sendo este último o período em que a jornalista escrevia para revistas femininas. No decorrer

de seus ensaios, ela reporta algumas falas que ouvia durante as reuniões editoriais. O seguinte nos chamou especial atenção para esta reflexão: “As mulheres não suportam uma ideia em estado puro. É preciso traduzi-la em termos acessíveis a sua mentalidade” (FRIEDAN, 1971, p.47).

Segundo a escritora, enunciados semelhantes estavam presentes também nos discursos dos educadores norte-americanos da década de 1960. Segundo eles, a mulher não devia ser educada como um homem e sim para seu papel feminino (em sua função biológica e social). Sendo consideradas qualidades femininas “o senso do próximo, do imediato, dos intangíveis relacionamentos qualitativos, uma aversão às estatísticas e quantidades”, “o emocional” e todas as forças que cultivam o que é “bom, verdadeiro, belo, útil e santo”, em contrapartida são consideradas masculinas a “inovação”, “construção abstrata”, “pensamento quantitativo” (FRIEDAN, 1971).

Podemos observar no exposto acima, o ressoar de uma memória discursiva inscrita já na obra Emílio, de Rousseau, apresentada no capítulo 2, segundo o qual a mulher deveria ser educada segundo a sua natureza, determinando que a “mulher tem mais espírito, o homem mais gênio, a mulher observa o homem raciocina” (ROUSSEAU, 1995 [1762], p.463).

Outro funcionamento didático encontrado em SD11 se dá através do uso da exemplificação. A revista julga necessário exemplificar quais são os assuntos que não podem ser tratados virtualmente. Aqui, a revista trabalha, também, a partir da antecipação de algumas situações com as quais a leitora se depararia corriqueiramente em seu ambiente de trabalho.

A ordenação dos exemplos pode funcionar como ordem de prioridade ou frequência, assim, o “pedido de folga para ir a um show” é colocado como item prioritário. A imagem criada é de que a leitora priorizaria os compromissos de sua vida pessoal e não os profissionais, de que não seria responsável e não levaria o trabalho a sério. Identificamos, novamente, dizeres inscritos na obra de Rousseau, na qual ele afirmava que a frivolidade e a inconstância são defeitos que nascem facilmente nas mulheres, provenientes de seus primeiros gostos corrompidos (ROUSSEAU [1762], 1995).

Como já apontado na análise de SD1a do item 3.1, a matéria analisada da revista NOVA/COSMOPOLITAN possui um funcionamento discursivo no qual, através de um simulacro de diálogo, o sujeito do discurso estabelece uma relação íntima de aproximação com a leitora. Identificamos que o mesmo se dá ao longo da matéria “Você foi adicionada ao grupo trabalho”, analisada neste item. Seleccionamos as sequências a seguir para explorar como se dá esse funcionamento no texto.

SD12:Não adianta. Em alguns casos você terá que levantar da cadeira e lidar com a situação. Inadmissível levar um pé na bunda por WhatsApp, certo? E uma bronca do seu chefe? Também! (NOVA, ed.495, dezembro de 2014).

Começamos marcando o enunciado “Não adianta”, que funciona como a simulação de uma resposta à antecipação de uma possível reclamação da leitora, que não teria se convencido com os argumentos trazidos, construindo assim uma imagem infantil e mimada da leitora. Como as explicações trazidas até então não teriam sido suficientes para que a leitora compreendesse, a revista tentará convencê-la.

A revista continua com o recurso das comparações entre uma situação de um relacionamento amoroso e uma situação profissional. A leitora é convocada a refletir, através da antecipação de uma situação supostamente inaceitável para ela, para que possa compreender que as duas situações possuem o mesmo grau de inadmissibilidade.

O uso das interrogações marca mais diretamente a simulação de um diálogo, a leitora é convocada a responder a primeira pergunta colocada. A partir da antecipação da resposta “sim” por parte da leitora, o sujeito-jornalista emenda outra pergunta, sem deixar espaço para que o seu interlocutor preencha a lacuna com sua resposta.

Encontramos, tanto em SD11, como na sequência a seguir, uma regularidade no funcionamento do uso da pontuação, mais especificamente o travessão. Lembrando que os mecanismos como pontuação são entendidos, em AD, como gestos de interpretação, ou seja, são espaços de preenchimento de sentidos (ORLANDI, 2012a).

SD13: No trabalho é normal que boa parte da comunicação seja escrita. Mesmo que você converse sobre o assunto, pode ser importante reforçar por e-mail — essas mensagens são como documentos: eles formalizam e registram o que foi combinado. [...] E fique atenta à linguagem na hora de escrever o texto. A supervisora de marketing Márcia viveu um climão com um colega que esqueceu o CapsLock ligado — parecia estar GRITANDO AO COBRAR UMA DEMANDA. “Acabamos nos desentendendo e só resolvemos o impasse por Skype” (NOVA, ed.495, dezembro de 2014).

Temos que o uso do travessão, nas três ocorrências, funciona como uma quebra na linearidade textual produzida pelo sujeito que enuncia. Essas pausas simulam a antecipação de interrupções feitas pela leitora para fazer perguntas ou comentários. Recuperamos aqui, os enunciados que compõem esse simulacro de diálogo, preenchendo (em negrito) as lacunas deixadas pelo sujeito do discurso com possíveis dizeres que funcionariam como antecipação para a revista.

- (c) Assim como não se começa nem se termina um namoro por mensagem (**mas tem gente que faz isso!**) – tá, tem gente que faz, mas deveria ser “demitido” da sua vida.
- (d) Pode ser importante reforçar por e-mail (**pra que usar e-mail no trabalho?**) - essas mensagens são como documentos; eles formalizam e registram o que foi combinado.
- (e) Márcia viveu um climão com um colega que esqueceu o CapsLock ligado ( **e daí? O que que tem?** )– parecia estar GRITANDO AO COBRAR UMA DEMANDA.

Nos enunciados (d) e (e) , segundo a possível antecipação realizada pela revista, o ambiente de trabalho seria algo desconhecido para a leitora, havendo, portanto a necessidade de explicar as regras de comunicação do mundo corporativo. Esse efeito de sentido é reforçado pelo uso da expressão “é normal” para explicar o que é ou não “normal” no ambiente de trabalho.

A imagem que se constrói da leitora de NOVA/COSMOPOLITAN é a de uma mulher que não sabe distinguir as situações nas quais deve falar pessoalmente, ao telefone ou por e-mail, de alguém que não está habituada com o ambiente corporativo e que não sabe como se dão as relações de trabalho, pois tem apenas como referência as experiências de relações amorosas.

Encontramos, novamente, o pré-construído “elas não sabem” sustentando o discurso de NOVA/COSMOPOLITAN. O ambiente corporativo não seria, portanto, um espaço com o qual elas estejam acostumadas é preciso que a revista as ensine como funciona este universo até então desconhecido por elas.

A seguir, passamos para a continuação da análise das sequências restantes retiradas de VOCÊ S.A.

### 3.2.2 Eles fogem porque ainda não são homens

Verificamos que, logo após a introdução, o texto é marcado por uma grande quantidade de dados estatísticos de três institutos de pesquisa. Esses números sobre o comportamento dos jovens com relação à comunicação digital são usados para comprovar o que está sendo apontado como problemático pela revista (diferentemente de SD11):

SD14: De acordo com um levantamento da Lab42, empresa americana de pesquisa no mercado digital, 71% das pessoas entre 13 e 21 anos preferem enviar mensagens em vez de realizar ligações para se comunicar. Outro levantamento, dessa vez do MySpace, com usuários entre 14 e 21 anos, apontou que 36% deles acham mais fácil falar sobre si mesmo por mensagem de texto ou e-mail do que pessoalmente”. A sociabilidade desses meios é tão grande que 78% dos jovens preferem até mesmo namorar por meio de aplicativos de mensagem instantâneas, como apontou um estudo da consultoria de tecnologia Gartner com jovens da mesma faixa etária. É o que acontece com Ludmila Maia, de 27 anos, que trabalha na agência de publicidade Remix, de São Paulo.(VOCÊ S/A, ed 194, julho de 2014)

Chamou-nos atenção uma característica, também presente em SD9b, que é a menção a nacionalidade dos institutos de pesquisa “grupo espanhol Telefónica” e “empresa americana de pesquisa”, sendo os países europeus e os EUA referências de saber científico e credibilidade para o Brasil (discurso de que o que vem de fora é bom e confiável).

Como forma de “pessoalizar” os números reportados, o caso “real” de uma profissional que se encaixa na situação em questão é colocado, sendo introduzido pela frase “é o que acontece com Ludmila”. Tal sentença tem como sujeito implícito “isso”, podendo ser reescrita “como isso é o que acontece com Ludmila”. Embora Ludmila não se encaixe na faixa etária reportada pela pesquisa, ela é trazida como personificação do comportamento anteriormente descrito, produzindo um discurso que infantiliza Ludmila, pois, apesar de 27 anos, se comporta como os jovens de 13 a 21.

O pronome relativo “que” se refere a “o/isso” e funciona como elemento anafórico retomando uma ideia mencionada anteriormente no texto. Essa referência, entretanto, não é bem definida e explícita, a resposta para a pergunta “o que acontece com Ludmila?” não é unívoca. No período que antecede a frase “é o que acontece com Ludmila”, temos três elementos na seguinte ordem: “preferem enviar mensagens em vez de realizar ligações”, “acham mais fácil falar de si mesmo por mensagem de texto” e “preferem até mesmo namorar por meio de aplicativos de mensagens”. A ordenação dos elementos no texto produz o efeito de sentidos de que a resposta imediata para “o que acontece com Ludmila?” é “prefere namorar por app de mensagens”.

Começamos a observar um discurso sobre mulher em VOCÊ S.A, que, além de infantilizá-la, atrela a sua vida ao relacionamento amoroso, mesmo quando se trata da vida profissional, inscrevendo a “mulher” na mesma FD que a “mulher” de NOVA/COSMOPOLITAN.

Na sequência a seguir, o relato pessoal da profissional mencionada é trazido:

SD15: “Eu tenho boas ideias quando estou escrevendo, pois consigo organizar melhor meu pensamento”, diz Ludmila, que admite ser introspectiva e ter uma aversão natural à comunicação oral. Atender ao telefone é quase impensável para ela (VOCÊ S.A, ed. 194, julho de 2014).

Destacamos aqui o uso do verbo “admitir”, que tem um sentido de “reconhecer”, “aceitar”, como o reconhecimento de um erro ou confissão de pecado ou crime, como se “ser introspectivo” fosse algo errôneo, ou algo que devesse ser escondido.

Além disso, também marcamos o uso do termo “aversão” que funciona de forma distinta de “relutância”, utilizado em SD10b. “Aversão” remete a sentimentos de repulsa e repugnância, enquanto “relutância” produz sentidos de resistência e força.

Diferentemente dos jovens profissionais de SD10b (da própria VOCÊ S.A), que relutam em falar pessoalmente porque “cresceram habituados ao conforto de se comunicar por aparelhos”, Ludmila tem uma “aversão natural à comunicação oral”, ou seja, é uma característica inata, que nasceu com ela e, logo, não foi causada por fatores externos. Deprendemos, assim, uma produção de efeito de sentido que naturaliza o comportamento feminino, retomando o discurso da “natureza feminina” que se inscreve na FD Sexista.

Logo após o relato de Ludmila, o discurso de um profissional da saúde é trazido para explicar o comportamento humano.

SD16: Para o psicólogo Cristiano Nabuco, coordenador do Grupo de Dependência da Internet do Hospital das Clínicas de São Paulo, esse comportamento é algo que ocorre com frequência e não afeta só os jovens. “Os mais tímidos usam a tecnologia para compensar essa limitação pessoal”, diz Cristiano. À medida que o comportamento se repete, o cérebro associa a situação a uma sensação de bem estar. “Isso gera um vício comportamental”, diz o psicólogo (VOCÊ S.A, ed.194, julho de 2014).

Segundo o psicólogo, o comportamento retratado na revista (uso excessivo de comunicação virtual) afeta não só os jovens, mas também os mais tímidos, que “usam a tecnologia para compensar uma limitação pessoal”. Primeiramente, gostaríamos de destacar o posicionamento sobre a timidez, uma vez que tal característica é colocada como “limitação pessoal”, algo que não é positivo e deve ser superado, pois impede o sucesso profissional. Ser tímido é ruim.

Ao buscarmos em alguns dicionários monolíngues da língua portuguesa<sup>26</sup>, observamos que os efeitos de sentido produzidos para tímido no dicionário são atravessados por um

<sup>26</sup> Os dicionários consultados foram Dicionário Online de Português (<https://www.dicio.com.br/>), Michaelis Online (<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>) e *Dicionário escolar da língua portuguesa/Academia Brasileira de Letras*. 2ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008.

discurso do medo. Encontramos como sinônimos para “tímido” os seguintes enunciados: medroso, receoso, que tem temor, inseguro. Alguns dicionários ainda colocam em suas definições o enunciado “indivíduo fraco, frouxo”. Como antônimos encontramos: “audacioso, despachado, ousado”, tem-se como o oposto de tímido, alguém com valentia e coragem.

Podemos, assim, operar um deslizamento de sentidos de “tímidos” para “medrosos” e, a partir de um jogo parafrástico, deslizar do enunciado “os mais **tímidos** usam a tecnologia para compensar uma limitação pessoal” para “os mais **medrosos** usam a tecnologia para compensar uma limitação pessoal”<sup>27</sup>, sendo o medo a limitação pessoal.

A partir das análises até então realizadas, depreendemos a criação discursiva de três grupos representando um comportamento problemático que impede o sucesso profissional. Dois deles são depreendidos por meio do uso da estrutura “não só” em SD16, que marca linguisticamente os grupos de “os jovens” e “os tímidos” e que, pelo deslizamento de sentidos apresentado acima, podem também ser descritos por “os jovens” e “os medrosos”.

O terceiro grupo, “mulher”, é depreendido ao longo das análises SD14 e SD15. Ludmila tem seu gênero marcado como mulher e os enunciados que caracterizam seu comportamento não se enquadram nos outros dois grupos, é possível, portanto, operar o deslizamento de sentidos de Ludmila para “mulher”. Resumimos no quadro a seguir os três grupos depreendidos com as análises no das sequências:

Quadro 08– Jovens x Tímidos x Mulher

<b>Grupo Discursivo</b>	<b>Origem do “problema”</b>
Jovens	Cresceram habituados com a comunicação por mensagens
Tímidos/Medrosos	Usam a tecnologia para compensar uma limitação pessoal, vício comportamental.
Mulher	Tem aversão natural à comunicação oral

Fonte: A autora, 2018.

Desse modo, constroem-se discursivamente três modelos de referências comportamentais que não devem ser seguidos pelos leitores, caso queiram ser bem sucedidos: “os jovens”, “mulher” e “os tímidos/medrosos”.

<sup>27</sup> O negrito aqui é usado para indicar quais palavras estão sendo substituídas.



Por fim, após explicitar as causas, a revista mostra uma possível consequência para o profissional caso ele não melhore seu comportamento e o caminho para que possam superar o problema apresentado.

SD17: Com o tempo a habilidade de liderança pode ser questionada.  
 [...] A saída para superar um mau hábito é enfrentá-lo. Isso não significa abandonar completamente as mensagens escritas, apenas a identificar que tipo de comunicação é mais indicado para cada situação. [...] “Maturidade é decidir fazer coisas que não são confortáveis”, diz o coach Silvio Celestino, de São Paulo. [...] Embora seja algo difícil, que cobra de todos nós uma capacidade de dominar as próprias emoções, é necessário se forçar a sair dos limites seguros que a tecnologia nos propõe e falar na cara – no bom sentido (VOCÊ S.A, ed.194, julho de 2014).

Como já mencionado, verificamos que alcançar uma posição de liderança representa o sucesso profissional, a imagem de líder é a imagem do profissional bem sucedido.

Primeiramente chamamos atenção para o uso do verbo “enfrentar”, que remete a sentidos de combate, de encarar algo (ou um perigo) sem medo, a “saída para superar um mau-hábito” seria, portanto, ter coragem para encará-lo.

A saída apresentada em SD17 leva em conta que o problema de se comunicar por mensagens é um “hábito ruim”. Tal solução se encaixa para os jovens, que “cresceram habituados a se comunicar por aparelhos” ou para os tímidos, que acabaram caindo em um “vício comportamental”. Porém, o caso de Ludmila é diferente, pois ela tem uma “aversão natural à comunicação oral”, ou seja, para ela não se trata de hábito ou vício, é de sua natureza ser medrosa, de forma que não há como Ludmila não ter medo, para ela não há saída.

Além disso, o conceito de maturidade é definido por “decidir fazer coisas que não são confortáveis”, algo que requer se “forçar a sair dos limites seguros”. Outro ponto trazido como característica possível para maturidade é “capacidade de dominar as próprias emoções”. O conceito de maturidade está relacionado aos sentidos de coragem, força e autocontrole emocional, características sócio-historicamente construídas como sendo do homem viril (de acordo com a FD Sexista). Como já visto ao longo do segundo capítulo, esse mesmo discurso atribui à natureza feminina características como medo, fraqueza e descontrole emocional, as mulheres seriam, portanto, eternamente imaturas, independente da idade. Mais especificamente, podemos, novamente, perceber as ressonâncias do discurso rousseauiano, segundo o qual as mulheres passam a vida sem atingir a “idade da razão”, sendo para sempre fracas e estúpidas como uma criança.

Logo, para alcançarem o sucesso, os tímidos precisam vencer o medo, os jovens amadurecer, e, para as mulheres, não há o que fazer, sua natureza não lhes permitem serem bem sucedidas.

Gostaríamos, por fim, de traçar o percurso das diferentes formas de construção do “outro” (eles) no discurso chegando até a representação do sujeito-jornalista de VOCÊ S.A. Recuperamos as marcas linguísticas dessas representações ao longo das sequências e organizamos os possíveis efeitos de sentido produzidos no quadro abaixo.

Quadro 09 – Formas de representação

<b>Marcas Linguísticas (formas de representação)</b>	<b>Efeitos de sentidos possíveis</b>
O Brasil	A nação
O brasileiro	Você leitor (eu?) e todos os que fazem parte da nação brasileira
Profissionais com menos de trinta anos	Eles, os jovens
Jovens entre 13 e 21 anos	Eles, os jovens
Ludmila	Ela, mulher(es)
Os mais tímidos	Eles, os mais tímidos
Todos nós	Nós: eu e você que não somos eles

Fonte: A autora, 2018

Em SD9b, o outro é representado por “O Brasil”, seguido de “o brasileiro” (você e eles). Tem-se aqui um sentido de coletividade, de nação e de todos aqueles pertencentes a ela. O uso desse referente funciona de forma ambígua, o sujeito pode ou não estar incluído neste referente, pode funcionar como “vocês e eles” ou “nós, eu, você e eles”.

Já “os jovens”, “os tímidos” e “as mulheres”, tais como descrevemos na análise de SD16, funcionam como a representação que o sujeito-jornalista faz do outro, (eles e elas), o sujeito fala deles e sobre eles, um grupo do qual ele não faz parte.

Porém, ao chegar em SD17, encontramos o uso da marca “nós”, que indica a aproximação do sujeito com o referente discursivo. Precisamos lembrar aqui que, segundo Indursky (2013), a marca “nós” tem uma grande amplitude referencial, sendo difícil estabelecer critérios para sua identificação, pois o “*nós* constrói um referencial discursivo muito difuso que permite a instauração não só da indeterminação como também da ambiguidade que decorre do fato de uma mesma forma poder apresentar referentes tão diversos”<sup>28</sup> (INDURSKY, 2013, p.92). À vista disso, o que depreendemos em nossa análise são apenas possibilidades de funcionamento do uso dessa marca linguística.

<sup>28</sup> Grifo da autora.

Em um primeiro momento, podemos, então, entender esse “nós” como “eu-sujeito do discurso” e “você-leitor”. Ao enunciar “nós”, o sujeito do discurso cria um grupo do qual ele e o leitor fazem parte, excluindo-se dos outros três grupos construídos como “outro” do discurso (jovens, mulheres e tímidos).

Um possível funcionamento discursivo para esse “todos nós” seria, portanto, “todos nós, eu e você, que não somos eles”, a partir do qual, através dos efeitos de sentido depreendidos ao longo das análises, construímos as seguintes paráfrases:

Todos nós que não somos tímidos, mulheres e jovens



Todos nós que somos maduros, corajosos, que controlamos as emoções



Todos nós que somos homens

Constatamos que a matéria analisada de VOCÊ S.A produz um discurso que, além de se inscrever na FD Sexista, é enunciado a partir da posição sujeito “homem”, que tem como interlocutor também a posição sujeito “homem”. Teríamos, portanto, o seguinte funcionamento discursivo: “eu-sujeito-homem” falo para “você-sujeito leitor de VOCÊ S.A”, que também é homem, sobre jovens, tímidos e mulheres.

Desse modo, o discurso sobre mulheres encontrado em VOCÊ S.A se inscreve na mesma formação discursiva que atravessa as duas matérias de NOVA/COSMOPOLITAN analisadas. Fala-se sobre mulher do mesmo lugar, os mesmos sentidos são produzidos, de forma que posição “mulher” é uma posição de sujeito que se se inscreve e adquire seu sentido na FD Sexista. Além disso, em ambas as matérias de VOCÊ S.A, o sujeito “profissional” se inscreve nessa mesma FD como “homem”.

Ademais, depreendemos em nossas análises, um discurso sobre medo/coragem atravessando esses outros discursos mencionadas acima. Estamos considerando como pertencentes a esse discurso todos os dizeres que produzem efeitos de sentidos relacionados a medo, insegurança, covardia, coragem, bravura, etc. Nesse discurso, a coragem aparece como uma condição para os profissionais serem bem-sucedidos, ao mesmo tempo em que o medo é naturalizado como uma condição da mulher. São esses sentidos que nos levam ao trajeto temático a ser analisado no próximo capítulo.

#### 4 VOCÊ TEM MEDO DE QUÊ?

Neste capítulo apresentaremos as análises de duas matérias da revista VOCÊ S/A. No item 4.1 analisaremos matéria “Enfrente seus Medos”, de fevereiro de 2015, em que a revista retrata os medos e inseguranças no âmbito profissional para seus leitores em geral (sem distinção marcada de gênero). Já no item 4.2, analisamos a matéria “Insegurança Feminina”, de março de 2015, na qual são abordados os medos e inseguranças das mulheres no mercado de trabalho e como isso pode atrapalhar seu crescimento profissional.

Nosso objetivo é analisar e comparar o funcionamento das posições sujeito “profissional” e sujeito “profissional-mulher” entre as próprias matérias de VOCÊ S.A. Mais precisamente, comparar o funcionamento discursivo quando  $I_V(LV)$ <sup>29</sup> é ocupado pela posição “profissional” e quando  $I_V(LV)$  é ocupado pela posição sujeito “profissional-mulher”.

Como pudemos observar ao longo do capítulo 3, os sentimentos de medo e insegurança permeiam as análises, sendo naturalizado para as mulheres nos textos tanto de NOVA/COSMOPOLITAN como de VOCÊ S.A. Por esse motivo, chamaram-nos a atenção essas duas matérias dedicadas, especificamente, a esse tema dentro da revista VOCÊ S/A, mais ainda sendo uma delas dedicada às mulheres.

Além disso, no decorrer das análises, também nos deparamos com efeitos de sentido que apontam (para) um discurso que se inscreve numa formação discursiva sexista, na qual a bravura constitui uma das principais virtudes da virilidade.

Ao recuperamos os sentidos para a coragem e bravura, encontramos que eles são sócio-historicamente atribuídos à masculinidade, tidas como características impostas ao homem viril. O historiador francês Ivan Jablonka (2013), em seu texto sobre a educação dos meninos no ocidente do século XIX, aponta a coragem como um valor a lhes ser inculcado desde sua mais tenra idade, já que “a idade viril deve ser preparada desde a infância” (JABLONKA, 2013 p.38). Desse modo, os meninos são recriminados por suas mães se demonstram medo, são castigados se choramingam, afinal, não podem se comportar como uma “menininha” (JABLONKA, 2013).

A educação institucional não se mostrou diferente. Considerava-se que “é precisamente criando meninos com indulgência que os transformamos em meninas, seres moles e delicados, inclinados à ingratidão e à cólera” (JABLONKA, 2013, p.52). Os alunos

---

<sup>29</sup> “Quem é ele para que lhe fale assim?”

do sexo masculino são submetidos também à ginástica e ao esporte com o objetivo de torná-los “robustos” e afastar o “medo, a covardia e a frouxidão” (JABLONKA, 2013, p.57); já as meninas estão isentas dessas atividades.

A educação cristã também ditava os valores da virilidade, tida como primeiramente a plenitude da vida moral, a firmeza do homem em seu propósito. Jablonka (2013) traz, entre outros exemplos, o seguinte dizer de uma homiliada protestante do início do século XX: “seja um homem: ser um homem significa ter aquela virtude corajosa que não retrocede nem diante dos sofrimentos nem diante dos sacrifícios” (JABLONKA, 2013, p.46).

Os mesmos valores eram requisitos da masculinidade no Brasil do século XIX e começo do século XX em que os meninos deviam provar sua coragem ao longo de diversos momentos da vida. Ela deveria ser demonstrada por eles, por exemplo, quando pegavam varicela, malária, entre outras doenças comuns e que acometiam os irmãos, vizinhos e conhecidos. Alguns morriam ainda enquanto bebês, mas os que sobreviviam mostravam as cicatrizes como provado sofrimento vencido (SANT’ANNA, 2013).

Os pequenos também deviam enfrentar as dores para arrancar um dente. A doença e o sofrimento físico eram considerados úteis para a criação de homens verdadeiros, uma vez que a dor física ainda podia endireitar a alma e erigir firmeza no pensamento. Eram tomados como “homens de mentira” os choramingões que eram acometidos por tremedeiras visíveis diante da menor ameaça (SANT’ANNA, 2013).

Uma instituição onde se faziam valer significativamente os valores da virilidade no século XIX era o exército, que prezava pela coragem e dureza de seus homens. Estes precisavam provar uma virilidade que implicava “uma disponibilidade constante para o exercício da brutalidade” (BERTAUD, 2013, p.82).

Os recrutas aprendiam a fixar os olhos diante de si e manter seu corpo completamente rígido para demonstrar autocontrole e impassibilidade, elementos considerados necessários ao combate. Ademais, deviam sempre defender sua honra, bem como a de todo o regimento, mantendo-se de pé com a espada em punho e não podendo jamais recuar diante de um insulto (BERTAUD, 2013).

Bertaud (2013) aponta, que desde 1812, o Coronel Berriat lembrava que a perda do membro viril ou dos dois testículos impedia a entrada no exército. Além disso, o coronel francês alertava para que desconfiassem de jovens que, apesar de terem um aparelho genital normal, apresentassem extrema magreza, músculos pouco pronunciados ou uma voz delicada. Segundo suas palavras: “são traços que anunciam, de acordo com o coronel, um indivíduo que não será jamais um homem no sentido exato do termo” (BERTAUD, 2013, p.77).

Desse modo, se para as mulheres a bravura tende a ser um acréscimo bem vindo, para os homens ele é historicamente considerada como obrigatória, o elemento central na formação de um verdadeiro macho (SANT'ANNA, 2013).

Tomamos aqui o conceito de Pêcheux (2014a [1975]) para “norma identificadora”, que, através do efeito de mascaramento da ideologia, designa ao mesmo tempo, através do hábito e do uso o que é, e o que deve ser o sujeito. O autor traz como exemplo o enunciado “um soldado francês não recua”, que, de acordo com a norma identificadora, funciona ideologicamente como “se você é um soldado francês, o que de fato você é, então você não pode/deve recuar” (PÊCHEUX 2014a [1975], p.146).

Como vimos anteriormente, a coragem é um valor imprescindível tanto aos homens como aos soldados, de modo que para ser soldado é preciso ser homem. Podemos operar, no enunciado “um soldado francês não recua”, a substituição de soldado para homem, produzindo a paráfrase um homem não recua, que funciona como: “se você é um homem, o que de fato você é, então você não pode/deve recuar”. Vejamos agora como os sentidos para medo e coragem são mobilizados pelas matérias de VOCÊ S.A.

#### 4.1 Dois medos, duas causas, duas normas

Começamos pela análise da matéria “Enfrente seus medos”, trouxemos como primeira sequência a ser analisada uma explicação da revista como condição humana:

SD18: Inseguranças [...] são mecanismos de proteção desenvolvidos por nosso corpo ao longo do tempo. É natural do ser humano sentir um arrepio na espinha quando está em uma situação de perigo iminente, seja um assalto, seja uma reunião importante. Situações potencialmente perigosas, como enfrentar um ano complicado economicamente, dar um grande passo na carreira ou discordar de um chefe difícil, podem trazer alguma sensação de desconforto (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Deparamo-nos, em SD18, com o discurso científico da biologia para naturalizar o comportamento humano. Por meio do uso do termo “ser humano”, constrói-se uma generalização, todos nós da espécie humana, cria-se o laço comum a toda espécie. Encontramos novamente um discurso que busca justificar o comportamento tido como negativo pela própria revista. A partir da antecipação de uma possível inquietação do leitor por se sentir covarde e medroso e entender isso como uma fraqueza, a revista o tranquiliza

com o discurso de que: não há problema em sentir medo, afinal, é normal senti-lo em situações perigosas, é da condição humana e não uma fraqueza sua. A coragem não estaria em não sentir o medo, afinal, isso seria natural em situações de perigo como busca provar a biologia, mas sim em enfrentá-los.

Outro ponto a ser analisado nesta sequência é o paralelo feito entre situações fora e dentro do âmbito profissional, no qual o mesmo grau de perigo é dado para um assalto e para uma reunião importante, retomando sentidos de combate e enfrentamento.

Como analisado por Amaral (2005), a FD de Mercado é atravessada por um discurso que mobiliza sentidos para “luta, combate, batalha” que, combinados com a representação de unicidade dada ao mercado, reproduz o movimento de separação entre perdedores e vencedores na sociedade capitalista. O discurso da FD de Mercado explicita os mecanismos de sobrevivência dos que lutam para adquirir e conservar seu espaço no mercado.

O efeito de sentidos produzido é, portanto, de que o ambiente corporativo é como um campo de batalha, e que, assim como um verdadeiro soldado, o profissional não pode recuar. É preciso enfrentar o medo para conquistar a vitória e vencer no mercado de trabalho. Assim como soldado francês, o bom profissional não recua jamais.

Apesar de o presente trabalho ter como foco principal a análise de materialidades linguísticas, consideramos que a imagem trazida na apresentação desta matéria contribui, juntamente com o linguístico, para a construção de efeitos de sentidos, constituindo assim, como define Lagazzi (2010), uma composição de diferentes materialidades significantes, em que comparecem o linguístico e o imagético. Por isso trazemos a seguir a figura que acompanha o enunciado título da matéria:

Figura 05 – O monstro do medo



Fonte: Revista VOCÊ S.A, ed.200, fevereiro de 2015.

Podemos observar que, juntamente com o título, o monstro da imagem representa os medos do homem que os está “agressivamente” espantando e intimidando. Apesar de maior e mais forte que o homem da figura, o monstro se sente acuado. O homem na figura representa, neste contexto, o profissional a quem a revista se dirige. Apesar da palavra “homem” (ou o qualificador “masculino”) não estar presente na materialidade linguística, aparece aqui na materialidade imagética, funcionando como modelo de virilidade a ser seguido.

Desse modo, mobilizando os sentidos produzidos pela imagem com os sentidos construídos sócio historicamente apresentados na introdução deste capítulo, podemos operar as seguintes paráfrases para o enunciado título apresentado na imagem acima:

Enfrente seus medos



Não fuja dos seus medos



Não seja covarde



Seja corajoso (valente)



Seja homem



Embora a imagem masculina esteja representada na figura que introduz a matéria, o parágrafo inicial apresenta, através de uma pequena narrativa, o caso de uma profissional mulher que se viu em uma situação de medo na vida profissional. Temos, então, logo na primeira página a demarcação de um discurso sobre “homem” e sobre “mulher”. Vejamos a partir da sequência a seguir os sentidos produzidos para “mulher”:

SD19: Uma das primeiras sensações que Carla Leonato, de 28 anos, sentiu quando teve de assumir, em 2014, o cargo de gerente de trade marketing da Mondelez, fabricante de alimentos, foi medo. Por ser jovem, mulher e dar um grande passo na carreira, ela ficou realmente preocupada. A essas inseguranças se somou o fato de que a profissional estava mudando de área de atuação, pois, antes da mudança, ela tinha experiência apenas em empresas dos segmentos de higiene e beleza (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Os motivos causadores de preocupação da profissional são enumerados na seguinte ordem: “ser jovem”, “ser mulher”, “dar um grande passo na carreira”, “estava mudando de área de atuação”. Chamou-nos a atenção a condição de mulher da profissional ser linguisticamente marcada, sinalizando que o gênero diferencia os profissionais no mercado de trabalho. Retomando as análises realizadas no item 3.2.1, temos novamente a condição do “jovem” construída como o “outro”, produzindo o efeito de sentido de “eles, os jovens”, “elas, as mulheres”, diferente de “nós homens”. Identificamos, assim, que a mulher no mercado de trabalho representa “o outro”, o diferente do padrão.

O caso da profissional mulher apresentado em SD19 é retomado na sequência a seguir:

SD20: Mas o medo tem um aspecto positivo de umentar a produtividade. “A pessoa se torna mais cautelosa e assertiva”, afirma Marcelo Olivieri, da Talenses, empresa de recrutamento de São Paulo. Foi o que aconteceu com Carla. Os temores a ajudaram a compreender o que precisava mudar em suas atitudes para dar conta dos novos desafios. “Passei a enxergar que, na verdade, eu me cobrava muito mais do que os outros”, afirma Carla (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Ao longo da sequência, são trazidas duas características do profissional produtivo (que são, segundo a SD, reforçadas pelo medo): a cautela e a assertividade. Uma pessoa cautelosa pode ser entendida como alguém que age com cuidado, prudência e moderação. A pessoa cautelosa analisa e pondera as possíveis consequências negativas antes de tomar uma decisão. O termo assertivo é usado para qualificar pessoas que expressam segurança ao agir, que se comportam de maneira firme e mostram decisão nas palavras.

A cautela e a assertividade, qualidades necessárias ao bom profissional, estão atreladas à uma condição de autocontrole, condição essa, que, segundo a memória discursiva da FD Sexista é considerada como um atributo masculino. Segundo esse discurso, o homem:

sujeito à imposição do agir, dotado de ambição, possuidor do senso de iniciativa, cabe-lhe controlar suas emoções, dominar seus medos demonstrar coragem e firmeza seja no trabalho, seja no campo de batalha. Ele precisa encarar desafios; se necessário, não recusar um duelo. Tudo isso implica o autodomínio (CORBIN, 2013, p.20).

Desse modo, temos que o medo ajudou a profissional mulher a se tornar mais produtiva, pois fez com que ela tivesse atitudes e comportamentos tidos como “masculinos” dentro da FD Sexista.

Gostaríamos de chamar atenção, também, para o enunciado da fala da profissional, “na verdade, eu me cobrava muito mais do que os outros”, que funciona individualizando o problema. O medo da profissional não é causado pelas situações perigosas, não é da condição humana, é uma condição dela.

Após apresentar os benefícios do medo, a revista alerta para suas consequências negativas:

SD21: O problema é quando os temores são tão grandes que, em vez de trazer alguma cautela, paralisam. O maior problema é a omissão: o profissional cria um nível de aversão ao risco que o leva a abrir mão de oportunidades para sua carreira ou sua empresa (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Ao longo de SD20 e SD21, notamos a construção de uma gradação do medo, na qual haveria o medo bom, que aumenta a produtividade, e o medo ruim, que paralisa o funcionário. O medo ruim torna os profissionais covardes. Afinal, cautela em excesso já não é mais produtivo, torna-se covardia. Produz-se um discurso que pode funcionar como: você pode até ter medo, mas não pode ser fraco, precisa enfrentar, pois, se ficar paralisado frente ao inimigo no campo de batalha, é morto.

O medo ruim, então, é aquele que produz o efeito reverso do medo bom, colocando os profissionais no lugar de passividade, o que, inscrito na FD Sexista, os aproxima da condição feminina.

Verificamos, ao longo das sequências analisadas, a criação discursiva de um efeito de “dualidade”: homens x mulheres, medo ruim x medo bom; a sequência a seguir aponta para mais uma dualidade:

SD22: A ideia é que a pessoa descubra os principais motivos de sua insegurança e trabalhe para diminuí-la. No caso de questões técnicas, fazer um curso ou dedicar-se diariamente aos estudos pode ajudar. Quando são receios ligados a comportamentos ou relacionamentos, uma conversa franca – ou a simples disposição de se arriscar mais pode fazer a diferença (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Apesar de o sentimento de insegurança ser individualizado, e de cada ser responsável por descobrir as fontes desse sentimento, a própria revista apresenta as possíveis causas para as “inseguranças pessoais”. Estas podem estar relacionadas a questões técnicas ou comportamentais e de relacionamentos. O leitor encontra-se frente a uma dualidade, devendo identificar-se com algumas das duas opções dadas pela revista para a causa do medo.

Assim, a partir de projeções imaginárias, a revista elabora uma lista com situações do âmbito corporativo que podem gerar medo nos profissionais. As sequências a seguir foram recortadas de alguns desses itens, escolhemos aqueles em que exemplos de profissionais são trazidos como referência.

Identificamos aqui um dos funcionamentos da ideologia da FD de Mercado proposto por Amaral (2005) que promove a competição e comparação entre os sujeitos, estes “são estimulados a modificar os rumos de suas ações e comportamentos pessoais para imitar os sujeitos com os quais fizeram a comparação, com o sujeito bem sucedido” (AMARAL, 2005). Como veremos nas análises a seguir, esses exemplos funcionam também como uma forma de ajudar os leitores a conseguirem se identificar, de forma a reconhecer as causas de suas inseguranças e seguirem corretamente o aconselhado pela revista.

Chamou-nos a atenção o fato de haver apenas um profissional homem como exemplo para os casos. Escolhemos analisar primeiramente as sequências nas quais exemplos com profissionais mulheres são apresentados para, posteriormente, analisar a sequência com profissional masculino.

Vejamos, então, o funcionamento da SD a seguir:

SD23: Como não se assustar com: O risco de errar.

Todo profissional cometerá alguns erros durante a carreira. Mas é preciso ter cuidado para que a expectativa do dia em que vai falhar não acabe virando desculpa pra não agir. “O medo de errar tem de servir de motivo para procurar mais conhecimento e não para deixar de fazer as coisas”, diz Marcelo, da Talenses. Foi essa a lição que Paula Yamakawa, de 36 anos, diretora de estatística do Ibope Inteligência aprendeu ao longo da carreira nessa área. A ideia de que alguma falha em seu trabalho possa afetar os resultados das pesquisas oferecidas aos seus clientes é uma constante em seu dia a dia. Mas ela aprendeu a se defender. “Procuro sempre embasar muito bem as decisões que tomo, porque isso me dá mais segurança”, afirma Paula (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Destacamos em SD23 o uso do verbo “aprender” para profissional mulher, tem-se aí o efeito de sentido de que as mulheres precisam passar por um processo de aprendizado para conseguirem ocupar os espaços corporativos. Mais uma vez, encontramos o pré-construído “elas não sabem” sustentado o discurso sobre a mulher.

Um dos aprendizados apontados na sequência acima é o de “se defender”, que nos leva ao efeito de sentido produzido em SD18, de que o ambiente corporativo é tão perigoso e arriscado como um campo de batalha. Tal como em um combate, é preciso saber se defender para sobreviver e ser bem sucedido, competência que as mulheres não possuem e, por conseguinte, precisam, aprender se quiserem permanecer neste lugar que não é o delas. O discurso do “aprendizado” também se faz presente na sequência a seguir:

SD24: Como não se assustar com: Os sentimentos dos outros.

(...) “Sempre fui direta no meu jeito de falar e sabia que isso poderia me trazer problemas” diz Renata Galindo, 29 anos, gerente de logística de uma multinacional do setor farmacêutico. Ela procurou ajuda de chefes que tinham mais habilidades com a gestão e conseguiu mudar. “Aprendi a me controlar e a tratar os assuntos de forma mais objetiva”, afirma (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Novamente, encontramos o uso do termo “ajuda” para se referir a uma mulher, produzindo o efeito de sentido de que elas precisam recorrer a alguma assistência, de que sozinhas não são capazes. Vemos aqui, o mesmo discurso que atravessa a SD7b (retirada de NOVA/COSMOMOPOLITAN), de que sozinhas as mulheres não são capazes e devem se aconselhar com quem é mais experiente e sabe mais do que ela. As mulheres não teriam autonomia, característica construída como necessária para o sujeito bem-sucedido da FD de Mercado (AMARAL, 2005).

Verificamos, assim como em SD20, a necessidade de mudança de atitude e/ou comportamento para essa profissional crescer em sua carreira. Retomamos o enunciado da fala da profissional, que apresenta seu relato em SD24, para operar o seguinte jogo parafrástico:

Aprendi a me controlar e ser mais objetiva



Não sabia me controlar e nem ser objetiva



Não era controlada e nem objetiva



Era descontrolada e prolixa

Tem-se aqui, a produção de efeito de sentidos de que a profissional não saberia se controlar, ou seja, nos deparamos, de novo, com a imagem da mulher histórica, sem controle sobre suas emoções, além da imagem da mulher com pouco senso de praticidade.

Para finalizar as análises, trazemos a seguir a SD25 em que o relato é de um profissional homem:

SD25: Como não se assustar com: os grandes projetos  
O mercado cada vez mais globalizado e competitivo faz com que todo projeto assuma ares de grande tarefa. “Não saber se vai dar conta de um desafio é absolutamente natural até para quem já está em um cargo alto”, afirma Adriana da Fellipelli. O medo de não estar preparado para uma responsabilidade maior do que estava acostumado fez com que o administrador Maurício Gentile, de 30 anos, recusasse propostas profissionais. Foi então que ele resolveu se preparar melhor. Depois de estudar o funcionamento de mercados internacionais, ele aceitou a proposta para ser gerente de vendas da fabricante de resinas Nitro Química para a Europa. “O medo foi bom porque me fez buscar conhecimento e me preparar para lidar com desafios maiores”. O ideal mesmo é tentar enfrentar o desafio e entender quais habilidades você precisa para dar conta do recado, mas não se deixe abater por ainda não estar pronto (VOCÊ S.A ed. 200, fevereiro de 2015).

Mais uma vez encontramos um discurso que naturaliza comportamentos através do uso da expressão “é natural”, intensificado pelo uso do advérbio “absolutamente”, que funciona novamente justificando o medo, mostrando ao leitor que ele não é o único a se sentir assim. Além disso, o uso da expressão “até” produz o efeito de sentido de que ter um alto cargo seria o topo a ser alcançado, logo, ao alcançá-lo o profissional já teria passado por todas as gradações do medo.

Em SD25, o caso de um profissional homem é usado para “exemplificar” a situação. Observamos que o medo do profissional se deve apenas ao fato de “não estar preparado para uma responsabilidade maior com a que estava acostumado”, ou seja, ele já sabe lidar com responsabilidades. Há inclusive, um efeito de sentido de prudência, em que ele reconhece sua falta de preparo para assumir um cargo o que o faz “buscar conhecimento e se preparar melhor”. Retoma-se o sentido de que os homens têm como característica inata a prudência, uma vez que agem movidos pela razão e não pela emoção, o que faz dele bons soldados e bons profissionais.

Diferentemente do caso das outras profissionais mulheres apresentadas na matéria, não há para Maurício qualquer menção às questões emocionais e de relacionamento, seus problemas são apenas de ordem técnica (divisão feita na SD22).

Recuperamos alguns enunciados já analisados nas sequências anteriores que se referem às profissionais mulheres para compará-los com alguns retirados de SD25.

(f) “Ele resolveu se preparar melhor” (SD25).

(g) “Ela procurou ajuda (...) e conseguiu mudar” (SD24 ).

Notamos que, em (g), as profissionais precisaram pedir algum tipo de ajuda para mudar, já Mauricio não precisa de nenhuma mudança em seu comportamento ou atitude, tampouco de ajuda. Ele sabe do que precisa para melhorar e pode fazer sozinho, reconhece que necessita buscar conhecimento e se preparar melhor.

Nos enunciados a seguir, podemos observar como o medo motiva os dois profissionais de forma diferente:

(h) “O medo foi bom porque me fez buscar conhecimento e me preparar para lidar com desafios maiores” (SD25).

(i) “Os temores a ajudaram a compreender o que precisava mudar em suas atitudes para dar conta dos novos desafios” (SD20).

No enunciado (h) temos que o medo motivou o profissional (homem) a agir. Podemos relacionar o verbo “buscar” a sentidos “de desbravar, descobrir”. Além disso, como já observado anteriormente, para Mauricio a questão gira em torno do “conhecimento”; ele já estaria preparado, só precisa adquirir o conhecimento, são demandas de ordem profissional e prática.

Já no enunciado (i) o uso do verbo “ajudar” está, novamente, associado às mulheres. Percebemos aí uma regularidade no funcionamento discursivo produzindo uma imagem de mulheres que sempre precisam ser ajudadas, não conseguindo se resolverem sozinhas. Ademais, a ajuda não é para que elas, assim como Maurício, busquem conhecimento ou se preparem melhor, mas sempre para que elas mudem, seja seu comportamento ou atitudes. A construção “o que precisava mudar” produz um efeito de essencialização da condição da mulher. Já é posto que ela tem características a serem modificadas, elas existem antes mesmo que ela própria saiba.

Maurício exemplifica a condição de bom-sujeito da FD de Mercado que caminha na direção certa para ser identificado como o sujeito-bem sucedido, seguindo “espontaneamente”

as determinações do mercado, que dita que para ser “o melhor”, é preciso vontade e competência (AMARAL, 2005).

Para finalizar, elaboramos o quadro abaixo, retomando os efeitos de sentidos produzidos pelos exemplos trazidos ao longo da matéria:

Quadro 10 – Exemplificação

Se você é como:	<p><b>Carla</b></p> <p><b>Paula</b></p> <p><b>Renata</b></p>	<p>Mude suas atitudes</p> <p>Aprenda a se defender</p> <p>Aprenda a lição</p> <p>Procure ajuda</p> <p>Aprenda a se controlar</p> <p>Aprenda a ser objetiva</p>
Se você é como:	<b>Maurício</b>	<p>Busque conhecimento</p> <p>Prepare-se para os desafios</p> <p>Seja prudente</p>

Fonte: A autora, 2018.

Operando um deslizamento de sentidos com os enunciados das duas primeiras colunas, montamos as seguintes paráfrases:

“Se você é como : **Carla, Paula, Renata**”



“Se você é como **elas**”



“Se você é como uma **mulher**”

“Se você é como **Maurício**”



“Se você é como **ele**”



“Se você é como um **homem**”

Podemos então reescrever o quadro 10 da seguinte forma:

Quadro 11 – norma identificadora

<b>Se você é como uma mulher:</b>	<b>Se você é como um homem:</b>
Mude suas atitudes	Busque conhecimento Prepare-se para os desafios Seja prudente
Aprenda a se defender	
Aprenda a lição	
Procure ajuda	
Aprenda a se controlar	
Aprenda a ser objetiva	

Fonte: A autora, 2018.

Diferentemente do que vimos na matéria do item 3.2.1, cujas análises nos levaram a um funcionamento discursivo no qual, inscrito em uma FD Sexista, o sujeito-jornalista se identifica na posição de homem que fala para outros homens sobre as mulheres como “o outro” do discurso, depreendemos aqui o funcionamento de duas normas identificadoras, uma para homens e outra para mulheres.

A partir daí, traçamos o seguinte funcionamento para as normas identificadoras: “se você é homem, o que de fato você é, então seu medo é causado por questões técnicas e é preciso que você busque conhecimento, você já é um sujeito da FD de Mercado. Mas se você é mulher, o que de fato você é, então seu medo é de ordem comportamental, para se tornar um sujeito bem-sucedido é preciso que você supere a sua condição de mulher, que lhe foi dada pela natureza”.

Constatamos que, apesar de não serem o “outro” do discurso e de estarem na posição de interlocutoras, os sentidos para “mulher” continuam sendo produzidos do mesmo lugar, de uma FD Sexista que naturaliza o comportamento feminino.

Como visto ao longo das análises até aqui realizadas, a condição de medo e insegurança são naturalizadas para as mulheres. Essa seria uma característica intrínseca a elas, fazendo inclusive com que a revista VOCÊ S.A elabore uma matéria especificamente para abordar o medo delas, como veremos no item a seguir.



## 4.2 Insegurança ou opressão?

Neste item analisamos a matéria “Insegurança Feminina”, a última de nosso *corpus*. Esta matéria de VOCÊ S.A tem a particularidade de ser direcionada especialmente às mulheres. Essa designação específica às mulheres dentro de VOCÊ S.A já aponta para o lugar da mulher como “o outro”, um sujeito diferente da formação imaginária de leitor tida como padrão, que, por oposição dentro da ideologia binarista de gênero, é o homem. Além disso, ao falar sobre insegurança feminina, a revista marca a existência de um tipo de insegurança que se caracteriza por ser da condição da mulher.

Começamos a análise com a sequência retirada do parágrafo introdutório da matéria:

SD26: se antes eram os homens que duvidavam da competência das mulheres, agora, dizem os especialistas, elas mesmas não acreditam tanto em si quanto deveriam (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Podemos observar que SD26 funciona criando uma linha temporal por meio do uso dos advérbios “antes” e “agora”. Temos o que Zoppi-Fontana (1997) denomina formas de representação da temporalidade no discurso, isto é, um “conjunto de formas linguísticas e funcionamentos enunciativos diversos que manifestam a categoria semântica “tempo” na superfície discursiva” (ZOPPI-FONTANA, 1997, p.144).

Essa representação da temporalidade funciona produzindo “representações imaginárias que constituem discursivamente cada um desses tempos” (ZOPPI-FONTANA, 1997, p151). Assim, a representação imaginária do “antes” construída pela revista constitui um passado em que as mulheres eram “impedidas” pelos homens de ocupar certos espaços, a eles cabia julgar o que as mulheres podiam ou não fazer, do que elas eram capazes ou não.

Ao trazer o discurso para o presente, produz-se o efeito de sentido de que esse discurso da “memória do passado” não existe mais, de que elas seriam livres e nada as impediria de crescer na carreira, além delas mesmas.

O uso do verbo “dever” produz um efeito de sentidos de que há uma normatização sobre o comportamento das mulheres, como se existisse uma medida correta de autoconfiança pré-determinada que elas deveriam ter. Observamos aí, um discurso determinístico sobre o que deve ser a mulher, comportamento esse ditado pelos especialistas que sabem mais sobre as mulheres do que elas mesmas. Deparamo-nos com o mesmo pré-construído que sustenta o

discurso de NOVA/COSMOPOLITAN encontrado nas análises do capítulo 3: “Elas não sabem”.

Chamou-nos a atenção o fato de que, até então, a palavra homem não havia sido linguisticamente materializada nas matérias de VOCÊ S/A. Desse modo, tal como observado nas análises da revista NOVA/COSMOPOLITAN no decorrer do capítulo 3, para se falar sobre mulheres retoma-se algum tipo de relação que as mulheres tenham com os homens na sociedade. A existência da mulher é, portanto, pautada no masculino, não se fala da mulher por ela mesma, como um ser que exista em si e para si, ela é sempre significada em relação ao homem.

Os homens são trazidos em outros momentos do texto, como podemos ver a seguir:

SD27: Quando pensam em se candidatar a uma promoção, as mulheres precisam ter certeza de que tem 100% das atribuições exigidas. Se tiverem 99%, nem cogitarão almejar o cargo. Os homens são diferentes. Quando acham que tem cerca de 60% das competências já correm atrás.

(...) trazem a tona uma questão que tem assombrando cada vez mais mulheres: na vida profissional, elas são mais inseguras do que eles (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

No texto de SD27, depreendemos a discursivização de dois grupos de profissionais marcadamente distintos: os homens e as mulheres. Voltamos aqui, ao que Pêcheux (2008 [1983]) denomina de espaço discursivo logicamente estabilizado, no qual se fazem presentes as aparências da coerção lógica disjuntiva. Esses espaços advêm do que o autor coloca como “técnicas de gestão social dos indivíduos em que eles são marcados, identificados, comparados, separados segundo critérios definidos, etc.” (PÊCHEUX 2008 [1983], p.31).

Disso tiramos que o efeito de disjunção lógica em SD19 funciona da seguinte forma: é impossível que tal pessoa seja homem “e” mulher, “ou” se é homem, “ou” se é mulher, além disso, é impossível que tal pessoa seja homem e que seja mais inseguro que uma mulher.

Segundo Pêcheux (2008 [1983]), esses espaços discursivos logicamente estabilizados se sustentam através de “detentores do saber”, os especialistas e responsáveis de diferentes ordens e áreas, que determinam o que é “verdadeiro” ou “falso”, se o estado das coisas é “A” ou “não-A”. Tem-se, assim, a falsa-aparência de uma homogeneidade lógica, que funciona como se, face a essa rede de proposições lógicas, nenhuma pessoa tivesse o poder de escapar totalmente.

O funcionamento explicativo da disjunção aparece na sequência a seguir:

SD28: (...) além da questão comportamental, há explicações biológicas para isso. Falar que os hormônios influenciam as atitudes femininas não é só um clichê, mas um fato: cientistas descobriram que a atuação do estrogênio (principal hormônio feminino) no cérebro, faz com que as mulheres tenham mais facilidade em criar laços e conexões e mais dificuldade para discordar e correr riscos - essas últimas atitudes são muitas vezes necessárias para aumentar a confiança. Outro fator é que as mulheres costumam ativar a amígdala cerebral (parte fundamental do sistema límbico, que controla as emoções) com mais facilidade do que os homens. O resultado? Muito tempo gasto remoendo os erros do passado e temendo o futuro. A natureza não está a favor mas dá para mudá-la (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Identificamos, nessa SD, marcas de um discurso científico usado para explicar o comportamento feminino. O uso excessivo de termos específicos da biologia parece funcionar como forma de trazer argumentos supostamente de difícil contestação por parte de uma pessoa leiga. Desta forma, apenas outro especialista da área biomédica seria capaz de (ou estaria autorizado a) refutar os argumentos e explicações trazidas.

Podemos pensar esse funcionamento como próprio do que Orlandi (2011) define como um discurso autoritário. Segundo a autora, o discurso autoritário é definido pela contenção da polissemia, ou seja, não há abertura (espaço) para múltiplos sentidos. Além disso, essa tipologia discursiva também tem como modo de funcionamento “fixar o ouvinte na posição de ouvinte e o locutor na posição de locutor” (ORLANDI, 2011, p.33).

Temos que o agente (tomado aqui como posição discursiva) do discurso, neste caso o sujeito-cientista, se pretende único, determinando o que é o sentido para a outra posição, “o sentido é este”. Não há, assim, possibilidade de reversibilidade entre a posição-leitor e a posição-cientista, uma vez que a posição-leitor não possuiria a mesma legitimidade que a posição-cientista.

O efeito da ilusão da disjunção lógica é, portanto, sustentado pelo discurso da ciência, que segundo Orlandi constrói “a *objetividade* que nos livra das formulações equívocas e não-unívocas. Com o discurso naturalista estaríamos no domínio da homogeneidade lógica” (ORLANDI, 2002, p.306)<sup>30</sup>.

Retoma-se a memória do discurso naturalista difundido ao longo do século XIX (visto no capítulo 2) que “empenha-se em através da voz da ciência, explicitar o dimorfismo sexual que se encontra *já inscrito* na ordem da natureza” (CORBIN, 2013, p. 15)<sup>31</sup>, as diferenças anatômicas entre homem e mulher governam todos os componentes do ser.

A partir da análise de SD28 organizamos no quadro abaixo os sentidos depreendidos para homens e mulheres de acordo com a sua natureza biológica:

<sup>30</sup> Grifo da autora.

<sup>31</sup> Grifo do autor.

Quadro 12 – características biológicas: homem x mulher

<b>Mulheres</b>	<b>Homens</b>
Facilidade para criar laços e conexões	Dificuldade para criar laços e conexões
Dificuldade de discordar	Facilidade de discordar
Dificuldade de correr riscos	Facilidade de correr riscos
Remoer o passado	Não remoer o passado
Temer o futuro	Não temer o futuro (ter coragem)

Fonte: A autora, 2018.

Operando os enunciados dentro do efeito criado da disjunção lógica, teremos, por exemplo, as seguintes proposições: ser mulher “e” ter coragem é falso; ser homem “e” temer o futuro é falso. É impossível que tal pessoa seja mulher “e” tenha facilidade de correr riscos. É impossível que tal pessoa seja homem “e” tenha dificuldade de correr riscos.

Como já apontamos, volta-se ao discurso naturalista, disseminado ao longo do século XIX no ocidente, que estabelece uma associação entre a mulher e sua natureza, ratificando agora cientificamente a dicotomia: homens, cérebro, razão, lucidez, capacidade de decisão *versus* mulher, coração, sentimentos, sensibilidade (ENGELS, 2013).

A SD28 é encerrada pelo enunciado: “A natureza não está a favor (das mulheres), mas dá para mudá-la”, se a natureza não está a favor das mulheres, estaria a favor dos homens? O discurso naturalista é mais uma vez reafirmado, havendo aqui uma depreciação da natureza feminina, justificando a natural soberania masculina. Os homens ocupam lugares de poder porque a natureza os fez para tal, é a ordem natural do mundo. As mulheres devem aceitar sua natureza “desfavorável”, para que possam tentar mudá-la, pois desse modo elas poderão conquistar o mercado de trabalho.

A “natureza feminina” é colocada como o principal empecilho para o sucesso profissional das mulheres, sua natureza as levaria a ter comportamentos que causam o próprio fracasso, o mesmo efeito de sentido é construído na sequência seguinte:

SD29: O que significa que, mesmo sendo a maioria nas universidades e mesmo com as empresas começando a se empenhar com programas de inclusão e estímulo ao desenvolvimento das funcionárias, inconscientemente elas sabotam o próprio crescimento.

A autocrítica é tamanha que, apesar de estudos mostrarem que mulheres em cargos de liderança contribuem mais para o sucesso das empresas (...)elas ainda se sabotam. (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Observamos na SD acima o funcionamento do discurso mercadológico que coloca as instituições do mercado como as provedoras da liberdade, pois o mercado é meio que permite a igualdade entre todos os cidadãos. As empresas promovem “programas de inclusão e estímulo ao desenvolvimento das funcionárias”, fazendo com que homens e mulheres sejam imaginariamente livres e iguais para competir.

Através do uso da expressão “mesmo”, o discurso produzido em SD29 pode funcionar como resposta a outro discurso que reclama oportunidades iguais para as mulheres no mercado de trabalho. Esse outro discurso estaria inscrito no que traçamos como uma FD Feminista. Segundo os elementos de saber dessa FD, as mulheres não atingem os cargos mais altos devido a uma estrutura social na qual os homens são privilegiados e as mulheres excluídas das posições de poder por serem consideradas naturalmente inaptas.

O discurso produzido em SD29 se inscreve na FD Sexista e seria então enunciado como: “Reconhecemos sim a competência das mulheres, o problema vem de vocês que não se reconhecem e se sabotam; nós não podemos fazer mais nada por vocês”.

A revista faz, ainda, uma referência genérica a estudos como forma de comprovação para o argumento de que a causa da diferença de condições entre homens e mulheres no mercado não é devido a uma falta de competência produtiva, mas sim pelo próprio comportamento feminino. Teria-se, assim, uma prova irrefutável de que as mulheres podem ser produtivas e de que isso é reconhecido tanto pela sociedade, como pelas empresas, são elas que não conseguem reconhecer seu próprio valor. Aliás, as empresas fazem de tudo para incluí-las.

As mulheres não conseguiriam, portanto, enxergar as situações como elas “realmente são” e tomariam atitudes baseada em “imaginações de sua cabeça”. Tal efeito de sentido é reforçado através do uso do termo “inconscientemente”<sup>32</sup> que constrói a imagem das mulheres como incapazes de sequer perceberem que fazem mal a si próprias. Retoma-se aí outro discurso da FD Sexista, discurso esse que alega as mulheres não poderiam guiar suas próprias vidas de forma autônoma, pois são um perigo para si próprias, devendo sempre ficar sob a tutela masculina.

---

<sup>32</sup> Não estamos considerando que, nesta SD, o termo esteja atrelado aos estudos da psicanálise.

Começamos a observar, então, um discurso da loucura atravessando a formação imaginária construída para essas mulheres, tal como podemos observar em SD30:

SD30: Tudo pela sombra de que, para assumir certos cargos, deve-se provar o tempo todo que é a melhor opção.

Às vezes ouvimos uma voz nos dizer que não somos boas o bastante ou que não devemos nos manifestar. Silencie essa voz para expressar suas opiniões (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Segundo Pêcheux (1990 [1982]), a palavra “espectro” pode ser entendida em vários sentidos, dentre eles destacamos o de “figura fantástica do espírito dos mortos, que retorna para perseguir os vivos” (PÊCHEUX 1990 [1982], p.2). Consideramos que os termos “assombrado” (em SD27), “sombra” e “uma voz” se encaixam na definição proposta por Pêcheux e funcionam produzindo um efeito de sentido que remete ao discurso da loucura.

“Ouvir vozes” é tido no senso comum como um sintoma de loucura. Dizer que alguém “ouve vozes” significa dizer que essa pessoa ouve coisas que não existem no “mundo real”, tais vozes seriam uma alucinação. O uso do termo “sombra” também remete a algo tido como produto da imaginação que está sempre presente na mente da pessoa, enfim, algo que não é concretamente existente. Logo, a cobrança sobre as mulheres existiria apenas em suas mentes e não na sociedade.

Assim como em SD20, identificamos aqui o funcionamento da relação de tensão entre duas FDs antagônicas. Os enunciados “mulheres não são boas o bastante” e “mulheres não devem se manifestar” se inscrevem na FD Sexista, que trata as mulheres como seres inferiores e, por isso, devem se submeter a quem sabe, os homens. Entretanto, esses enunciados são negados pela própria FD na qual estão inscritos, através do discurso da mulher louca, que tem como pré-construído: “elas são descontroladas, não sabem o que dizem”.

O discurso da mulher louca se faz presente em outros momentos do texto, como podemos observar na próxima sequência:

SD31: A segurança vem de dentro. Por isso, é fundamental olhar para si mesma e mapear as virtudes para aumentar a certeza de que é competente. Um cuidado deve ser tomado: não transformar essa avaliação em uma competição pessoal e pender para o perfeccionismo – descomunal nas mulheres. “Profissionais em altos cargos tendem a autocrítica e à exigência exageradas”, diz Pâmela Magalhães, psicóloga de São Paulo (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Depreendemos, nos enunciados “perfeccionismo – descomunal nas mulheres” e “tendem à autocrítica e à exigência exagerada”, os seguintes efeitos de sentido para as

mulheres: são exageradamente autocríticas, são exageradamente exigentes e descomunalmente perfeccionistas.

Verificamos, assim, uma universalização que caracteriza o comportamento feminino, no qual é marcado exagero e o excesso, remetendo à imagem construída na FD Sexista da mulher histérica e descontrolada, sendo inclusive validado pela voz de uma psicóloga.

Além disso, em “A segurança vem de dentro”, notamos uma aproximação com o enunciado a “fé vem de dentro”, de um possível discurso religioso, de modo que, bastaria acreditar para se tornar uma pessoa segura. Novamente, a reponsabilidade por se sentir “seguro”, ou não, advém do próprio sujeito, independentemente de suas condições materiais de existência e de uma estrutura social.

Para provar que é possível, bastando o esforço pessoal, vencer a insegurança, a revista traz a exemplificação do caso de uma profissional:

SD32: Quem se transformou para lidar com o fantasma do perfeccionismo foi Camila Lastra [...] Camila decidiu que era hora de mudar. Fez terapia, reformulou a equipe e modificou processos que antes não surtiavam efeito (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

A sequência acima apresenta o caso de uma profissional de sucesso, ou seja, ela é colocada como um exemplo a ser seguido. Chamam-nos a atenção as expressões “se transformou” e “fez terapia” como ações a serem seguidas pelas profissionais. Para serem bem-sucedidas, as mulheres precisam se transformar, é preciso que elas se tornem “outra” (ou outro), diferentes de sua natureza. Já o uso de “fez terapia” funciona, mais uma vez, remetendo ao discurso da mulher louca, desequilibrada, que precisa cuidar do controle de seu psicológico e de suas emoções para conseguir se inserir no ambiente corporativo. A terapia (tratamentos psicanalíticos ou psicológicos) são tidos como “lugar de promoção da felicidade” (MARIANI, 2006, p.38), a terapia é colocada como a solução para todos os problemas.

O exemplo de outra profissional é trazido ao longo da matéria:

SD33: Por mais difícil que seja as mulheres têm de aprender a se posicionar e bancar as próprias ideias, como faz Valéria Castanho (...), primeira gerente regional da indústria automobilística brasileira, ela começou como estagiária e precisou se posicionar (e se impor) para tornar-se respeitada em um universo masculino. “Não ajo como um homem e tenho um estilo próprio de trabalho”, diz Vanessa. “Mas não hesito: quando traço um objetivo, não penso se vou ou não cumpri-lo, mas como farei isso” (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Destacamos, primeiramente, o uso dos verbos “aprender” e “tornar-se”. O primeiro nos leva à produção de efeito de sentidos de que as mulheres não sabem se posicionar e

bancar as próprias ideias. Não é apenas uma dificuldade, é uma questão de aprendizagem. Retoma-se o pré-construído que acompanha todas as análises desde o capítulo 3 “elas não sabem”.

Já o verbo “tornar-se” remete ao sentido de passar a possuir uma condição que não tinha, ou seja, as mulheres não são respeitadas em meio aos homens e cabe a elas conquistar essa condição. Ser respeitada em um universo masculino seria, assim, responsabilidade apenas da própria mulher, e não dos homens. Tem-se a produção de efeito de sentidos que retoma o discurso de que haveria as mulheres respeitáveis e as não respeitáveis, as que se dão ao respeito e as que não se dão ao respeito.

Encontramos em SD33 um funcionamento de contradição com o discurso de SD30, pois aqui o sujeito do discurso afirma que as mulheres não são respeitadas no universo masculino, ao passo que, em DS30, isso é colocado como uma fantasia da mente feminina.

Abordamos no capítulo 3 o conceito de efeito metafórico na análise do discurso. Através dele, produzimos paráfrases que são “diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado” (ORLANDI, 2013, p.36), porém, através do efeito metafórico também se tem a produção da polissemia, que é a produção da diferença. Se no processo parafrástico há um retorno ao mesmo espaço dizível em meio a diferentes situações e locutores, a polissemia se dá quando, nas mesmas condições de produção imediatas, há um deslocamento, um deslizamento de sentidos (ORLANDI, 1998).

Podemos perceber essa tensão entre a paráfrase e a polissemia no enunciado “não ajo como um homem”, retirado da fala da profissional. Para compreender como se dá esse funcionamento, começamos pensando paráfrases a partir do deslizamento de sentidos substituindo “não homem” por “mulher”, que resulta no enunciado “ajo como uma mulher”.

Dentro das condições de produção em que se opera a disjunção lógica “homem ou mulher”, só haveria essas duas opções para preencher o enunciado. Ao usar “não homem”, o sujeito se exclui da identificação do sujeito-homem, contudo, não se inclui no oposto da disjunção, o “sujeito-mulher”. Haveria, assim, uma dupla negação “não ajo como um homem” e “não ajo como uma mulher”.

Através do uso da conjunção adversativa “mas” em “não ajo como um homem, mas não hesito”, temos que, segundo o enunciado, os homens não hesitam ao tomar atitudes. Fazendo um jogo parafrástico dentro da disjunção lógica temos:



Mulheres hesitam, homens não hesitam



Mulheres são hesitantes, homens são firmes (decididos)

Retomando a fala da profissional, podemos a partir do exposto acima, propor a seguinte reformulação: “Não ajo como um homem, mas não hesito, logo, não ajo como uma mulher. Tenho um estilo próprio”.

O “estilo próprio” seria uma terceira via, uma vez que o sujeito não consegue se identificar dentro da disjunção lógica, pois nela (na disjunção), não é possível agir como uma mulher e não hesitar. Desse modo, se o sujeito “não hesita”, também não se identifica como “sujeito homem”, precisa de uma terceira via, fora da disjunção.

Constatamos, então, que apesar de serem semelhantes em sua superfície textual os dois enunciados (“não ajo como um homem” e “ajo como uma mulher”) funcionam produzindo efeitos de sentidos diferentes. Há aí uma ruptura no processo de significação, a polissemia.

Nas sequências finais de nossa análise, trazemos como o discurso sobre a dupla jornada de trabalho das mulheres atravessa o discurso ao mesmo tempo em que tende a ser silenciado:

SD34: Conciliar a vida pessoal com a carreira é mais um fator que aumenta a insegurança feminina.

A falta de confiança pesa, mas há outro problema: por achar que têm obrigação de dar conta sozinhas, de todas as responsabilidades profissionais e domésticas, as mulheres recuam quando se veem diante de uma promoção (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Na sequência acima, o discurso da dupla jornada é materializado como uma “conciliação entre vida pessoal com a carreira”; tem-se aí uma divisão marcada entre a vida profissional dentro da esfera assalariada e a vida “fora” desse espaço, colocado como “vida pessoal”. Não se esclarece, entretanto, o que está incluído nesta “vida pessoal”. Não importa que tipo de vida fora do trabalho a mulher tenha, ela teria as mesmas dificuldades? Mulheres casadas e solteiras, mulheres mães ou não mães, teriam todas essas a mesma dificuldade? Apagam-se as diferenças e as condições materiais de existência de cada mulher, produzindo-se assim um efeito de universalização da condição das mulheres, transformando essa condição em algo intrínseco a elas, ou à condição de mulher.

Observamos novamente a relação de tensão produzida entre as duas FDs antagônicas apresentadas ao longo do capítulo 2. O discurso de SD34 funciona como negação a uma

denúncia trazida pela FD Feminista de que todas as responsabilidades domésticas são atribuídas às mulheres pela sociedade, sob o argumento de que esta é sua vocação natural.

O enunciado “por achar que” produz o efeito de sentido de que essas atribuições não são impostas às mulheres pela sociedade e nem pelos homens, mas que são elas próprias que se imputam essa função. Desse modo, a reivindicação das mulheres por uma igualdade de divisão do trabalho teria como resposta um enunciado similar a: “as mulheres acham que têm a obrigação de dar conta sozinha das responsabilidades domésticas, mas isso não é verdade, é apenas imaginação de suas cabeças”, o que, além de silenciar a opressão sofrida pelas mulheres, as culpabiliza pela própria situação.

Dessa forma, o dizer “As mulheres recuam quando se veem diante de uma promoção” é deslocado de toda uma estrutura social que a impede de levar o cargo adiante, no discurso produzido pela revista, as mulheres recuam porque querem e não porque são levadas a, ou impedidas de seguir.

Mais uma vez o sujeito do discurso, inscrito na FD Sexista, nega os elementos de saber da FD na qual está inscrito, através do discurso da mulher louca. Todavia, ao apresentar a solução para o problema acima mencionado, encontramos novamente uma contradição no próprio discurso da revista:

SD35:A melhor maneira de controlar essa angústia é compartilhar as responsabilidades. A romena Alina Asiminei (...) percebeu que dividir as atribuições pode ser a melhor maneira de aumentar a autoconfiança.(...) Alina dá autonomia ao time , pois só assim tem tempo para fazer atividades que considera importantes, como buscar a filha na escola (VOCÊ S.A, ed.201, março de 2015).

Para exemplificar que é possível controlar a angústia e aumentar a autoconfiança, a revista traz o exemplo de Alina que abre mão de parte do tempo em suas atividades profissionais para se dedicar ao que ela considera importante, a filha.

Notamos que a solução trazida não inclui dividir as atribuições domésticas para que a mulher possa ter mais tempo para sua carreira. Tem-se a produção de efeitos de sentidos de que, apesar de estarem no mercado de trabalho, as mulheres não podem deixar de lado o que é importante, a casa e os filhos.

As atividades da profissional enquanto mães são colocadas como prioritárias nos remetendo ao discurso da maternidade como papel primeiro da mulher na sociedade. A sequência analisada também nos remete ao discurso de que para se livrarem de suas angústias e serem plenamente felizes, as mulheres devem aceitar seu papel na sociedade dando lugar à sua feminilidade, sendo esta definida como:

[...] um conjunto de atributos próprios a todas as mulheres, em função das particularidades de seus corpos e de sua capacidade procriadora, a partir daí, atribui-se às mulheres um pendor definido para ocupar um único lugar social – a família e o espaço doméstico – a partir do qual se traça um único destino para todas: a maternidade (KEHL, 2016 p.40).

Assim, o discurso que em SD34 é colocado como fruto da imaginação das mulheres é reafirmado pelo próprio sujeito do discurso.

Ao longo das análises percebemos que o texto é atravessado por um discurso que culpa a mulher pelo próprio fracasso, ou melhor, atribui à sua condição de mulher a incapacidade para assumir determinadas funções no mundo do trabalho. Além de construir a imagem da mulher como a louca e histérica, que vive de acordo com um imaginário criado por elas e não de acordo com o “mundo real”. As opressões de ordem estrutural, os discursos que afastam as mulheres da esfera pública e atribuem como aptidão natural a esfera privada são silenciados. O efeito de sentidos produzido é de que as mulheres são inseguras porque são mulheres, não crescem na carreira porque são inseguras, não crescem na carreira porque sua natureza não lhes permite.

Disso tiramos que a relação de tensão entre o que traçamos de FD Feminista e FD Sexista é retomada ao longo do fio-discursivo das sequências analisadas. Identificamos assim no percurso dessas sequências o funcionamento do conceito de “enunciado dividido”, que pode ser definido como um enunciado com uma estrutura que veicula “em seu interior dois enunciados contrários afetados por FDs antagônicas e indicadoras de posição de sujeitos inconciliáveis. Esse enunciado divide-se entre essas posições” (INDURSKY, 2013, p.272).

Segundo Courtine (2009 [1981]), o enunciado dividido configura um tipo particular de paráfrase discursiva, na qual, duas formulações de formas sintáticas iguais, atribuem os mesmos valores a determinados lugares dessa estrutura e dois valores antagônicos a pelo menos um outro lugar dessa mesma estrutura.

O autor propõe a forma geral  $P -$  em que  $P$  representa um contexto de formulação comum e  $-$  os dois termos não substituíveis que atribuem valores antagônicos ao enunciado, quando designados a um lugar determinado da estrutura sintática dessa formulação. O que caracteriza o enunciado dividido é justamente a não “substitucionalidade” (comutabilidade) entre os elementos  $X$  e  $Y$ . O enunciado preenchido com o elemento  $X$  inscreve o enunciado em uma determinada formação discursiva ao passo que, se preenchido com o elemento  $Y$ , o enunciado passa a pertencer à outra formação discursiva, antagônica a anterior (COURTINE, 2009 [1981]).

Munidos desse conceito, recuperamos alguns enunciados das SDs analisadas ao longo deste item e, através do funcionamento da forma P – , elaboramos as paráfrases com as duas formulações possíveis para os enunciados divididos encontrados.

No quadro a seguir, os enunciados da coluna da esquerda são os que estão presentes no *corpus*, os elementos em negrito representam o elemento X da estrutura – que atribuem valores que os inscrevem da FD Sexista. Já a coluna da direita contempla as paráfrases realizadas, trocando-se o elemento X por Y, de modo que o enunciado passa a se inscrever na FD Feminista.

Quadro 13 – Enunciado dividido

FD Sexista (X)	FD Feminista (Y)
Conciliar a vida pessoal com a carreira é mais um fator que aumenta <b>a insegurança feminina.</b>  por <b>achar que têm</b> obrigação de dar conta sozinhas, de todas as responsabilidades profissionais e domésticas, as mulheres recuam quando se veem diante de uma promoção	Conciliar a vida pessoal com a carreira é mais um fator que aumenta <b>o trabalho feminino.</b>  por <b>terem</b> (por serem cobradas) obrigação de dar conta sozinhas, de todas as responsabilidades profissionais e domésticas, as mulheres recuam quando se veem diante de uma promoção
A melhor maneira de controlar essa angústia é compartilhar as responsabilidades.	A melhor maneira de controlar essa angústia é compartilhar as responsabilidades <b>domésticas</b>
Quem se transformou para lidar com <b>o fantasma</b> do perfeccionismo	Quem se transformou para lidar com <b>a cobrança</b> do perfeccionismo
Tudo pela <b>sombra</b> de que, para assumir certos cargos, deve-se provar o tempo todo que é a melhor opção.  Às vezes ouvimos <b>uma voz</b> nos dizer que não somos boas o bastante ou que não devemos nos manifestar.	Tudo pela <b>cobrança</b> de que, para assumir certos cargos, deve-se provar o tempo todo que é a melhor opção.  Às vezes ouvimos <b>a sociedade</b> nos dizer que não somos boas o bastante ou que não devemos nos manifestar.
elas ainda <b>se sabotam</b>	Elas ainda <b>são sabotadas</b>
A <b>natureza</b> não está a favor (das mulheres)	A <b>sociedade</b> não está a favor (das mulheres)
Falar que os hormônios influenciam as atitudes femininas <b>não é só</b> um clichê, <b>mas</b> um fato.	Falar que os hormônios influenciam as atitudes femininas <b>é só</b> um clichê e <b>não</b> um fato.
Elas são mais <b>inseguras</b> que eles	Elas são mais <b>oprimidas</b> que eles

Fonte: A autora, 2018.

A partir do resultado de nossas análises, podemos usar a fórmula de Courtine também para o enunciado título da matéria, em que teríamos para as posições — , a oposição — . Temos, então, que o título “Insegurança Feminina” se inscreve na FD Sexista, que naturaliza a insegurança como condição natural, ao passo que o enunciado “Opressão Feminina” se inscreve na FD Feminista que reivindica a igualdade entre homens e mulheres.

Para Courtine (2009[1981]), o enunciado dividido materializa no interdiscurso a fronteira dos domínios de saber próprios à FD antagônicas, indicando a linha divisória entre o formulável e o não-formulável para cada um dos processos discursivos.

Concluimos, então, que o enunciado “Opressão Feminina” e todos os outros apresentados na coluna da direita do quadro 13 são da ordem do “não-formulável” dentro da FD Sexista, pois é próprio do funcionamento ideológico dessa FD que os sujeitos não reconheçam as mulheres como classe oprimida. E é justamente aí que entra o funcionamento dos discursos religiosos, científicos e filosóficos na FD Sexista, uma vez que deslocam os sentidos de “opressão feminina” para desígnios de Deus, da biologia ou da natureza. É por isso que, quando inscritos na FD Sexista, os sujeitos “homens” não se reconhecem como opressores e as “mulheres” não se reconhecem como oprimidas, pois pensam estar vivendo na ordem “natural” do mundo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Provocadas pela máxima de Kergoat “trabalhadora não é o feminino de trabalhador”, começamos essa pesquisa com a seguinte pergunta como motivação: será possível pensar em uma posição de sujeito trabalhador neutro, não gendrado?

A partir de tal ideia, começamos com a proposta de fazer uma análise comparativa entre a posição sujeito “trabalhador” projetada em algumas matérias de VOCÊ S.A e a posição “trabalhadora” projetada nas páginas de NOVA/COSMOPOLITAN. Buscávamos, com isso, encontrar algum discurso atravessando VOCÊ S.A que nos levasse a alguma posição de gênero para o sujeito “trabalhador”, uma vez que a própria revista não distingue seu público leitor por gênero.

Garimpendo a imensidão do arquivo, iniciamos o processo de construção do *corpus*. Guiadas pelo conceito de trajeto temático, agrupamos pares de textos com o mesmo tema para serem analisados e partimos na aventura rumo à busca de sentidos. No meio do percurso, nos deparamos com dois funcionamentos: um discurso sobre mulher atravessando as matérias de VOCÊ S.A e um discurso sobre medo perpassando todas as análises.

Como analistas do discurso devemos, ao menos tentar, ter em mente que fazer AD não significa buscar sentidos pré-determinados, mas sim, saber “escutar” os possíveis efeitos de sentido produzidos pela materialidade discursiva. Não somos nós que chegamos aos sentidos, são os sentidos que chegam até nós. Assim sendo, não pudemos ignorar esses sentidos sobre medo e insegurança que se colocaram em nosso caminho. Paramos, demos meia volta, redirecionamos o trajeto temático e voltamos ao arquivo em busca de algo que nos falasse sobre medo e mulheres no trabalho.

Após esse percurso, encontramos duas matérias sobre medo na revista VOCÊ S.A, sendo uma delas destinada especificamente às mulheres, ou seja, encontramos aí a posição sujeito “trabalhadora” como formação imaginária para o leitor dentro de VOCÊ S.A. Decidimos incluir essas duas matérias em nossas análises e fechamos nosso corpus com o total de seis matérias, agrupadas em três trajetos temáticos: “chefia”, com as matérias “Master Chefe” de NOVA/COSMOPOLITAN e “Chefe de Primeira Viagem” de VOCÊ S.A; “comunicação virtual” com “Você foi adicionada ao grupo trabalho” de NOVA/COSMOPOLITAN e “Geração Texto” de VOCÊ S.A e por fim “medo/insegurança” com as matérias “Enfrente seus medos” e “Insegurança Feminina”, ambas de VOCÊ S.A.

Buscamos, assim, na passagem de um trajeto temático para o outro, analisar os efeitos de sentido para as posições sujeito “trabalhador” e “trabalhadora” nas duas revistas e como essas posições funcionam no discurso. Será que “as trabalhadoras” de NOVA/COSMOPOLITAN significam do mesmo lugar que as de VOCÊ S.A? E de que lugar significam os sujeitos “trabalhadores”?

A primeira conclusão, sempre parcial, a que chegamos foi que os discursos sobre trabalho produzidos pelas duas revistas se inscrevem no que Amaral (2005) define como FD de Mercado, cujos elementos de saber estabelecem que as relações de trabalho devem ser reguladas pelas determinações do mercado, sustentando a ideologia capitalista. Observamos também que os sujeitos “trabalhadores” das revistas se inscrevem na FD de Mercado como sujeitos “profissionais” e que as revistas não falam sobre “trabalho” para esses sujeitos, mas sim sobre “carreira”. Passamos, então, a trabalhar com as posições de sujeito “profissional” e “profissional-mulher” e vimos que a posição “profissional-mulher” apontava em direção a um funcionamento transversal de algum discurso “sobre “mulher” na FD de Mercado e que, talvez, a posição “profissional” também fosse atravessada por um discurso gendrado.

A partir dos efeitos de sentidos apreendidos de nossas análises, recuperamos certa memória discursiva sobre “mulher” e, por conseguinte, sobre “homem”, que sustentam os dizeres das revistas. Fizemos isso através de uma retomada de produções discursivas em diferentes momentos históricos e tentamos, com isso, delimitar um recorte de interdiscursos sobre “mulher” e “homem”. É assim que, ao fim do capítulo 2, apresentamos duas formações discursivas funcionando como lugares de inscrição para as posições de sujeito “mulher” e “homem” que comparecem em nosso *corpus*: a FD Sexista que se mantém como lugar do interdiscurso hegemônico, ou seja, que matém a ordem vigente, e a FD Feminista, que mantém uma constante relação de tensão com a FD Sexista.

Depois, apresentamos nos Capítulos 3 e 4 as análises das matérias selecionadas para nosso *corpus*, seguindo o percurso dos trajetos temáticos estabelecidos. Ao longo das análises do capítulo 3 estabelecemos uma análise comparativa entre as matérias de NOVA/COSMOPOLITAN e VOCÊ/S.A. Na análise do trajeto temático “liderança”, encontramos que os efeitos de sentidos produzidos para as mulheres se inscrevem na FD por nós traçada como FD Sexista, naturalizando as mulheres como medrosas, inseguras, apavoradas, descontroladas (desequilibradas) e falsas, além de não compreenderem a dinâmica do mundo corporativo. Embora não tenhamos encontrado especificamente dizeres sobre homens nas matérias de VOCE S.A, os efeitos de sentido produzidos para a imagem do sujeito “profissional”, nessa revista, se inscrevem na FD Sexista como sentidos para



masculino, de modo que o sujeito “profissional” corresponde ao sujeito “homem” da FD Sexista.

Ao passar para as análises do trajeto temático “comunicação virtual”, vimos que os efeitos de sentido produzidos para as mulheres em NOVA/COSMOPOLITAN se mantêm estabilizados. Mudamos o tema, porém, os sentidos continuam os mesmos. Em VOCÊ S.A depreendemos os mesmos efeitos de sentido da análise anterior e encontramos, também, um discurso sobre mulheres atravessando as sequências discursivas.

Nesse discurso sobre mulheres, verificamos que elas são construídas discursivamente como “o outro” do discurso, assim como “os tímidos” e “os jovens”, que têm em comum o medo, a insegurança e a imaturidade. Entretanto, dentre esses três grupos, as mulheres são as únicas que têm o medo como condição inata. Portanto, o discurso sobre mulher encontrado em VOCÊ S.A converge para a mesma matriz do discurso sobre mulher de NOVA/COSMOPOLITAN: são naturalmente medrosas e inseguras, não têm controle de suas emoções e são eternamente imaturas, infantis, independente de sua idade.

Ademais, conseguimos depreender que o discurso de VOCÊ S.A, além de inscrito na FD Sexista, funciona como um discurso da posição de “homem” para “homem”, sendo a maturidade e a coragem valores impostos a essa condição de homem.

Partimos, então, para o terceiro e último trajeto temático, o do “medo/insegurança”, composto por duas matérias da revista VOCÊ S.A. Na análise do item 4.1 depreendemos o funcionamento de duas normas identificadoras, uma para sujeito “mulher” e outra para sujeito homem, cujos sentidos se inscrevem na mesma formação discursiva, a FD Sexista. Desse modo, apesar de um funcionamento distinto das matérias anteriores de VOCÊ S.A, os sentidos convergem para o mesmo lugar de significação.

Por fim, quando chegamos à análise da última matéria, na qual VOCÊ S.A fala sobre e para “mulheres”, identificamos que o sujeito do discurso também enuncia da FD Sexista. No entanto, diferentemente do que vimos nas análises anteriores, aqui o discurso do sujeito retoma a relação de tensão estabelecida entre FD Sexista e FD Feminista.

Disso concluímos primeiramente que, nas matérias analisadas, as posições de sujeito “profissional-mulher”, tanto em VOCÊ S.A quanto em NOVA/COSMOPOLITAN, são posições “mulher” que se inscrevem na FD Sexista. E que a posição de sujeito “profissional” projetada nas páginas de VOCÊ S.A também se inscreve na FD Sexista como sujeito “homem”, de modo que a posição “profissional” já significa por si só homem, não precisando da designação sujeito “profissional-homem”.

Essas posições são sustentadas pelo funcionamento transversal do discurso sexista no discurso mercadológico que, articulando pré-construídos das duas formações discursivas, produz o seguinte efeito no fio do discurso: “Para ser um sujeito bem-sucedido, é preciso ter autocontrole e confiança; as mulheres, por serem naturalmente inseguras e descontroladas, não nasceram para ser sujeitos bem-sucedidos”.

É esse funcionamento transversal que funciona também atribuindo como características inatas ao masculino todas as qualidades que constituem o sujeito “bem-sucedido” da FD de Mercado. A posição “profissional” é construída como lugar natural a ser ocupado pelos homens, um destino para o qual eles nasceram. O homem é, assim, “sempre-já” sujeito profissional da FD de Mercado e, para chegar à posição de sujeito “bem-sucedido”, precisa ser o melhor dentre os outros sujeitos profissionais.

Essa conclusão se sustenta no efeito de sentidos apreendidos das recomendações para “profissional-mulher” em todas as matérias analisadas. Segundo esse discurso, a “profissional-mulher” precisa, antes de entrar na competição do mercado, vencer a sua “natureza feminina”. Independente de sua qualificação profissional, ela não se tornará bem-sucedida enquanto for mulher. O sujeito “profissional-mulher” encontra-se, então, numa posição de “tornar-se”, ou seja, está num processo de “vir a ser sujeito profissional” no qual a condição de “profissional” será alcançada quando ela conseguir sair da posição de “mulher”.

Contudo, notamos que, quando esse sujeito “profissional-mulher” ocupa o lugar do sujeito “profissional” como formação imaginária do leitor de VOCÊ S.A., o funcionamento discursivo muda e instaura-se a relação de tensão entre a FD Sexista e a FD Feminista. O discurso produzido pela matéria “Insegurança Feminina” se sustenta na constante refutação de um discurso feminista que reivindica condições de igualdade, isto é, que exige a inscrição das mulheres como sujeitos “profissionais”, alegando não ser a sua condição “natural” de mulher que as exclui do mercado, mas sim uma opressão estrutural da sociedade.

O sujeito do discurso de VOCÊ S.A., inscrito na FD Sexista, nega e contesta as acusações do discurso feminista, atribuindo a opressão a invenções da mente das mulheres, reafirmando que a insegurança é uma condição natural das mulheres. Além disso, o discurso da revista ainda afirma que, para serem menos inseguras, as mulheres devem dar mais atenção ao que é realmente importante: os filhos.

Dessa forma, temos que, enquanto a posição “sujeito-profissional” está como leitora da NOVA/COSMOPOLITAN, ela está na posição de “mulher” pré-determinada pela FD Sexista. Como vimos no item 1.1.3, a “mulher” de NOVA/COSMOPOLITAN almeja chegar à condição “mulher” de CLAUDIA, aquela que atingiu a plenitude de sua realização pessoal,

tem um casamento feliz, filhos e também uma carreira. Nesse deslocamento ela permanece sempre na posição “profissional-mulher”, sem criar tensão na rede de sentidos do discurso sexista, em outras palavras, ela permanece como o “bom-sujeito” da FD Sexista. O mesmo se dá quando o sujeito “profissional-mulher” aparece em VOCÊ S.A aceitando de forma pacífica o seu lugar de “mulher”.

Porém, quando a posição sujeito “profissional-mulher” se desloca para se inscrever como sujeito “profissional” de VOCÊ S.A, reivindica aí uma condição de igualdade entre “homem” e “mulher” dentro da posição “profissional”. Como sujeito “profissional” de VOCÊ S.A ambiciona não mais ser “mulher” de CLAUDIA, mas sim o sujeito “bem-sucedido” da revista EXAME. Passa a querer fazer parte da “comunidade de negócios”, que é composta, como vimos, no item 1.1.3, por homens de negócios. Esse deslocamento provoca, então, a desestabilização da harmonia na FD Sexista, pois nela insere justamente os elementos de saber emanados da FD Feminista, que contesta as posições de poder masculinas.

É aí que o discurso sexista comparece para lembrar às mulheres até onde elas podem ir. Impondo e fazendo valer sua hegemonia, estabelecendo que, diferentemente do que o discurso feminista enuncia, as mulheres não conquistaram seus direitos, mas que estes lhe foram concedidos por quem tem o poder, os homens. Assim sendo, as mulheres são aceitas no mercado de trabalho, mas não nas posições de poder. Ao ousar sair do papel “principal” de mulher para ocupar um lugar que está sob domínio masculino, os ecos da memória discursiva surgem em unísono gritando como uma ameaça: você pode trabalhar, pode até ser “profissional-mulher”, mas não ouse se tornar “bem sucedida”, não ouse ser uma “mulher de negócios”, não ouse ser “presidenta”, *tchau, querida!*

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Maria Virgínia Borges. *O avesso do discurso: análise de práticas discursivas no campo do trabalho*. Maceió: EDUFAL, 2007.

\_\_\_\_\_. *Discurso de relações de trabalho*. Maceió: EDUFAL, 2005.

ARISTÓTELES. *A Política*. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1985.

BAALBAKI, Angela. *A revista Ciência Hoje das Crianças e o discurso de divulgação científica: entre o ludicismo e a necessidade*. 2010. 308f Tese (Doutorado) - Instituto de Letras, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.

BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo : fatos e mitos*, v. 1. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016a [1949]. p.214.

BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo: a experiência vivida*, v. 2. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016b [1949].

BERTAUD, Jean-Paul. O exército e o brevê da virilidade. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. *História da virilidade. O triunfo da virilidade: O Século XIX*, v. 2. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p.74-94.

BÍBLIA, Português. *A Bíblia Sagrada: Antigo e Novo Testamento*. Tradução de João Ferreira de Almeida. L.C.C. Publicações Eletrônicas, 2001. Disponível em: <<http://www.culturabrasil.pro.br/>>. Acesso em: 13 fev.2017.

BORGES, Joana Vieira. *Para além do tornar-se: ressonâncias das leituras feministas de O Segundo Sexo no Brasil*. 2007.136f. Dissertação (Mestrado em História) - Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

CHAPERON, Sylvie. Auê sobre o segundo sexo. *Cadernos Pagu*, Campinas, SP, n.12, p. 37-53, 1999. Publicação do PAGU – Núcleo de Estudos de Gênero/UNICAMP.

CORBIN, Alain. A virilidade reconsiderada sob o prisma do naturalismo. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. *História da virilidade. o triunfo da virilidade: O Século XIX*, v. 2. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p.12-34.

COURTINE, Jean-Jacques. *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: EdUFSCar, 2009 [1981].

DELA-SILVA, Silmara; DIAS, Juciele pereira. Felicidade, um arquivo. Sobre a noção de arquivo e o seu funcionamento no discurso da/na mídia. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro; MITTMANN, Solange. (Org.). *Análise do discurso: dos fundamentos aos desdobramentos (30 anos de Michel Pêcheux)*. 1. ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2015. v. 1, p. 123-136.

D'INCAO, Maria Ângela. Mulher e família burguesa. In: DEL PRIORI, Mary. *História das mulheres no Brasil*. 10. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2013. p.223-240.

ENGEL, Magali. Psiquiatria e feminilidade. In: DEL PRIORI, Mary. *História das mulheres no Brasil*. 10. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2013. p.322-361.

FRIEDAN, Betty. *Mística feminina*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1971.

FREIRE, Maria Martha de Luna. *A puericultura em revista*. Physis, Rio de Janeiro, v. 24, n. 3, p. 973-993, Sept. 2014. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-73312014000300973&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312014000300973&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 06 fev. 2018.

GARCIA, Carla Cristina. *Breve história do feminismo*. São Paulo: Claridade, 2011.

GRADIM, Anabela. *Manual de jornalismo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2000.

GUILHAUMOU, Jacques; MALDIDIER, Denise. Efeitos do arquivo. A análise do discurso no lado da história. In: ORLANDI, E. (Org.). *Gestos e leitura: da história no discurso*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

HENRY, Paul. A história não existe? In: ORLANDI, E. (Org.). *Gestos e leitura: da história no discurso*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

HIRATA, Helena. *Nova divisão sexual do trabalho? : um olhar voltado para a empresa e sociedade*. São Paulo, SP: Boitempo, 2002.

INDURSKY, Freda. *A fala dos quartos e as outras vozes*. 2.ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2013.

\_\_\_\_\_. Unicidade, desdobramento, fragmentação: trajetória da noção de sujeito em análise do discurso. In: MITTMANN, Solange; GRIGOLETTO, Evandra; CAZARIN, Ercília. (Org.). *Práticas discursivas e identitárias: sujeito e língua*. 1. ed. Porto Alegre: Nova prova, 2008. p. 9-33.

JABLONKA, Ivan. A infância ou a “viagem rumo a virilidade”. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. *História da virilidade. o triunfo da virilidade: o Século XIX*, v. 2. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p.37-73.

KEHL, Maria Rita. *Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade*. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

KERGOAT, Danièle; HIRATA, Helena. Relações sociais de sexo e psicopatologia do trabalho. In: HIRATA, Helena. *Nova divisão sexual do trabalho?: um olhar voltado para a empresa e sociedade*. São Paulo, SP: Boitempo, 2002.

LAGAZZI, Suzy. *Linha de passe: a materialidade significativa em análise*. RUA, Campinas, SP, v. 16, n. 2, p. 173-182, jul. 2015. ISSN 2179-9911. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638825/6431>>. Acesso em: 04 mar. 2018. DOI:<https://doi.org/10.20396/rua.v16i2.8638825>.

LARAIA, Roque. O Jardim do Éden revisitado. *Revista de Antropologia USP*, São Paulo, v.40, n.1, p.149, 1997.

LOURO, Guaciara Lopes. Mulheres na sala de aula. In: DEL PRIORI, Mary. *História das mulheres no Brasil*. 10. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2013. p.443-481.

MARIANI, Bethania. *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)*. Rio de Janeiro: Renavan; Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1998.

MARIANI, Bethania. *Sentidos de subjetividade: imprensa e psicanálise*. Polifonia (UFMT), v. 12, 2006. p.21-345

MARTINS, Ana Paula Vosne. *Visões do feminino: a medicina da mulher nos séculos XIX e XX* [online]. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2004. Disponível em: SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

MITTMANN, Solange. Discurso e texto: na pista de uma metodologia de análise. In: LEANDRO FERREIRA, Maria Cristina; INDURSKY, Freda (Org). *Análise do discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites*. São Carlos: Claraluz, 2007. p.153-162.

MORAES, Maria Lygia Quartim. Prefácio. In: WOLLSTONECRAFT, Mary. *Reivindicação dos direitos da mulher*; tradução Ivania Pocinho Motta. 1.ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

NOGUEIRA, Luciana. Discurso, sujeito e relações de trabalho: a posição discursiva da Petrobras. 2015. 314f. Tese (Doutorado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2015.

NUNES, José Horta. *Dicionários no Brasil: análise e história*. Campinas, SP: Pontes; São Paulo: Fapesp São José do Rio Preto, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de discurso: princípios & procedimentos*. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2013.

\_\_\_\_\_. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012a.

\_\_\_\_\_. *Discurso e leitura*. 9. ed. Campinas, SP: Cortez, 2012b.

\_\_\_\_\_. *Discurso em análise: sujeito, sentido, ideologia*. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2012c.

\_\_\_\_\_. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 6. ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

\_\_\_\_\_. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 11. ed. Campinas, SP: Pontes: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_. *Língua e conhecimento linguístico: para uma história das ideias no Brasil*. São Paulo, SP: Cortez, 2002, p.306.

\_\_\_\_\_. Para quem é o discurso pedagógico. In: ORLANDI, E. *A Linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

\_\_\_\_\_. *Paráfrase e polissemia: a fluidez nos limites do simbólico*. RUA, v.4, p.9-19, 1998.

PASSOS, Clarice Medeiros. *A escrita de Carmem da Silva: as colunas A arte de ser mulher*. 2012. 140f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F; HAK, T. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014b [1969].

\_\_\_\_\_. Delimitações, inversões, deslocamentos. *Cadernos de Estudos Lingüísticos*, Campinas, SP, v. 19, p. 7-24, nov. 2012 [1982].

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 5. ed. Campinas, SP: Pontes, 2008 [1982].

\_\_\_\_\_. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, E. (Org.). *Gestos e leitura: da história no discurso*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010 [1982].

\_\_\_\_\_. Papel da memória. In: ACHARD, P. et al. (Org.). *Papel da memória*. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2007 [1983]. p.49-57.

\_\_\_\_\_.;FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, F; HAK, T. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 5aed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014c [1975].

\_\_\_\_\_. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014a [1975].

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. 2. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2013.

\_\_\_\_\_. As mulheres, o poder, a história. In: PERROT, Michelle. *Os excluídos da história: operários, mulheres e prisioneiros*. 7. ed. Rio de Janeiro; São Paulo: Paz e Terra, 2017. p.177-196.

PINTO, Céli Regina Jardim. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu, 2003.

\_\_\_\_\_. Feminismo, história e poder. *Revista de Sociologia e Política*, [S.l.], v. 18, n. 36, jun. 2010. ISSN 1678-9873. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/31624>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

PINSKY, Carla Bassanezi. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORI, Mary. *História das Mulheres no Brasil*. 10. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2013, p.607-639.

PLATÃO. *A República*. Tradução de J. Guinsburg, São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1965.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. In: DEL PRIORI, Mary. *História das mulheres no Brasil*. 10. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2013, p.578-606.

REBELO, Ana Cecília Trindade. *Mulher de nova, mulher fases: o jogo da vida nas páginas da Cosmopolitan Brasil*. 2017.172f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Emílio; ou da educação*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995 [1762].

SAFFIOTTI, Heleieth I. B. *A mulher na sociedade de classes*. 3. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2013.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Masculinidade e virilidade entre a Belle Époque e a República. In: AMANTINO, M.; DEL PRIORE, M.. (Org.). *História dos homens no Brasil*. 1. ed. São Paulo: UNESP, 2013. v. 1, p. 245-266.

SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de linguística geral*. 34. ed. São Paulo: Cultrix, 2012[1916].

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

SCHNOOR, Eduardo. “Riscando o chão”: masculinidade e mundo rural entre a Colônia e o Império. In: AMANTINO, M.; DEL PRIORE, M. (Org.). *História dos homens no Brasil*. 1. ed. São Paulo: UNESP, 2013. v. 1, p.85-117.

SCOTT, Joan Wallach. *Only paradoxes to offer: French feminists and the rights of man*. 2. ed. USA: President and Fellows of Harvard College, 1998.

SILVA, Viviam Oliveira da. *Revista Nova Cosmopolitan ontem e hoje: a análise do discurso sobre a mulher na mídia*. 2014. 139f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) - Instituto de Letras, Universidade Federal Fluminense, 2014.

TELES, Maria Amélia de Almeida. *Breve história do feminismo no Brasil*. 1. ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1993.

TELLES, Norma. Escritoras, escritas, escrituras. In: DEL PRIORI, Mary. *História das mulheres no Brasil*. 10. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2013. p.401-442.

WOLLSTONECRAFT, Mary. *Reivindicação dos direitos da mulher*; tradução Ivania Pocinho Motta. 1.ed. São Paulo: Boitempo, 2016 [1792].

WOOD JR, Thomaz; PAULA, Ana Paula Paes. A Mídia especializada e a cultura do management. *Revista O&S*, v.13, n.38, jul./set. 2006.

ZOPPI-FONTANA, Mônica. *Cidadãos modernos: discurso e representação política*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.