



## A HISTÓRIA SILENCIADA NO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

Cristiane Gomes de Souza<sup>1</sup>  
Maria Virgínia Borges Amaral<sup>2</sup>

Nos últimos dez anos, o Brasil tem presenciado o crescimento do índice de mulheres gestoras da sua própria empresa. Muitas mulheres estão sendo cooptadas pelo discurso empresarial, conduzidas pela ideia de liberdade de escolha e de sucesso no mundo dos negócios.

Para os apologistas do mercado, trata-se de um movimento positivo, que revela a expansão da presença da mulher no mercado de trabalho, decorrente de muitos fatores sociais, políticos, culturais, como, por exemplo, a diminuição da fecundidade feminina, o processo migratório do campo para as cidades, implicando, inclusive, maior facilidade de acesso aos bens e serviços e aumentando o índice de escolaridade das mulheres. Evidentemente, esse não é um fenômeno que se explica por si só, há inúmeras razões para as mulheres viverem um processo de ressignificação da condição feminina, alicerçada em uma história de opressão e resistência. O “novo” emerge, pois, sob um discurso de liberdade e escolha de oportunidade, silenciando a necessidade de reprodução da vida por meio do trabalho.

Procura-se, neste estudo, analisar o discurso propagado pelo “Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios”, tendo-se como pressuposto o entendimento de que esse discurso cria no *sujeito mulher* a ilusão de ser “dona da sua história”, ao colocá-la no lugar de sujeito falante que julga ser livre para escolher o que diz, livre dos efeitos da ideologia a qual está submetida. Traz-se, para dar suporte teórico a essa análise, o quadro teórico, que trabalha com a relação entre sujeito e língua, vinculada ao inconsciente, à história e à ideologia, procurando entender como o discurso produz sentidos, tendo em vista a formação discursiva em que o *sujeito mulher* fala de um lugar determinado, que julga ser seu e resultante de suas escolhas.

Neste sentido, retoma-se o entendimento de que o discurso é prática política e esta “tem por função transformar as relações sociais no interior da prática social” (HERBERT/PÊCHEUX, 2011, p.37). Ademais, é interessante observar que o efeito de ilusão, produzido no e pelo discurso do empreendedorismo feminino, conduz a um processo de silenciamento da condição de sujeito que continua a mercê da ideologia dominante do mercado, por isso importante interpretar, no dito, o que é silenciado nos depoimentos das mulheres premiadas, em condições outras que as fazem perceber-se como empreendedoras e empresárias de sucesso, nesta sociedade, regida pelos interesses

---

<sup>1</sup> Psicóloga, Especialista em Psicopedagogia (UFAL), Mestre em Serviço Social (UFAL), Doutoranda em Linguística, do Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, da Universidade Federal de Alagoas (PPGLL/UFAL). E-mail: cristianesouza\_psi@hotmail.com Orientanda da Professora Dra. Maria Virgínia Borges Amaral. Membro do Grupo de Estudos em Análise do Discurso (GrAD – PPGLL/UFAL). Maceió- Alagoas – Brasil.

<sup>2</sup> Professora dos Programas de Pós-Graduação: PPGSS – Serviço Social e PPGLL – Letras e Linguística da Universidade Federal de Alagoas. Pesquisadora do CNPq. Assistente Social, Mestre e Doutora em Linguística com concentração em Análise do Discurso. E-mail: mvirginia39@gmail.com.



mercadológicos, em detrimento da realização do gênero humano. No debate “O político na Análise do Discurso: contradição, silenciamento, resistência”, importa também entender a relação entre o processo de formação do sujeito político e social e as práticas discursivas que deslocam sentidos sobre a identificação de gênero na história. Assim, podendo participar do esforço teórico e político para dar visibilidade às mulheres e aos seus dizeres.

Nossos gestos de análise privilegiam, nesse momento, os efeitos de sentido sobre o que venha a ser a mulher de negócios a partir do discurso das próprias mulheres. Um discurso que carrega sentidos como as mulheres constituem suas subjetividades e práticas sociais, podendo transformar e/ou rejeitar as representações que lhes são propostas. A partir de sequências discursivas (SD) da história da mulher (Troféu Ouro, ciclo 2015 – Categoria Pequenos Negócios - Prêmio Sebrae Mulher de Negócios - PSMN)<sup>3</sup>, buscar-se-á entender a lógica e a visão de mundo subjacentes às representações femininas no âmbito dos negócios. A história é de Jordana de Castro Saldanha Repezza (empresa Salgadart), cujo título apresentamos a seguir:

SD 01 - **SUCESSO: 100% + IDEOLOGIA** (REPEZZA, 2015).

Do título, iniciamos nossas análises a partir do lexema *sucesso*. Para Cunha (1997), a forma *succedere*, enquanto gênese do léxico *sucesso*, é um dos meios de constituição das necessidades dos sujeitos modernos nas sociedades capitalistas. A ordem do sucesso revela-se como um dos efeitos ideológicos impregnados na forma com a qual os sujeitos devem se adequar, e porque não ter sucesso, no “mundo dos negócios” é um problema. O título da história evidencia que a mulher de negócios é uma “pessoa de sucesso” e, para persuadir o leitor (e obter o “prêmio) por suas conquistas, Repezza inicia o texto remetendo o *Sucesso à 100% + Ideologia*, o que demonstra, concretamente, o atravessamento do sujeito pela ideologia. Essas questões apontam para o fato de que, na constituição do discurso, a ideologia é interpretação de sentidos em certa direção, sendo que esta é determinada pela relação da linguagem com a história em seus mecanismos imaginários (ORLANDI, 2006).

Na tentativa de interpretar os efeitos de sentido, questionamos: Quem é o sujeito que fala e qual o lugar ocupa no/para o SEBRAE? De fato, uma mulher de negócios “premiada” que ocupa um lugar de referência para outras mulheres. Um sujeito de sucesso, que revela, no título de sua história, algo da ordem do repetível, da lembrança e do esquecimento que não cessa de se fazer presente.

Além disso, importante situar o papel do silêncio no discurso. Orlandi diz sobre o silêncio fundador: “aquele que existe nas palavras, que significa o não-dito e que dá espaço de recuo significativo, produzindo as condições para significar (ORLANDI, 2007, p. 24). Principalmente, sobre o silêncio constitutivo e silêncio local, silêncio e resistência, onde são analisados mecanismos usados por vozes sociais, reprimidas por uma ideologia dominante, mas que buscam significar em silêncio. Do exposto, podemos ainda observar o funcionamento do discurso do sucesso, entendendo “[...] a

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/site/premiadas>



relação da materialidade da língua, com a história, com o real” (GUILHAMOU; MALDIDIER, 2010, p. 169). E se todo discurso possui suas especificidades, Payer (2005) reforça que:

O enunciado de sucesso se imprime através de inúmeros textos, e circula de muitos modos, mas sobretudo através da Mídia. Pode-se notar que há um certo “discurso do sucesso” funcionando atualmente em grande escala. São incontáveis os títulos que pretendem ensinar ao sujeito-leitor como “ter sucesso”: sucesso nas empresas (lucro), sucesso profissional [...] sucesso na imagem pública, como imagem de mídia (PAYER, 2005, p. 18) (grifo da autora).

O que apreendemos é que o discurso de sucesso produz para a mulher, especialmente, porque sujeito e sentido não se separam, que ela pode, pela ideologia do “sucesso”, ocupar o lugar de evidência em grande escala (vencedora de um prêmio, por exemplo). As contradições presentes no discurso, mediante o enunciado dado pela Repezza agregam-se ao surgimento de um novo tipo de discurso do mercado, o de sucesso.

Mais que isso, chamamos atenção para a leitura “[...] ‘do outro no interior do mesmo’” (PÊCHEUX et al, 2010 [1982], p. 275; aspas do autor) que se encontra um gesto interpretativo no qual constitui a AD, visto que “[...] toda leitura destrinça o texto, privilegia certos elementos para ocultar outros, reaproxima o que dispersou, dispersa o que estava unido” (ibid, p. 278) numa perspectiva sócio histórica dos sujeitos e sentidos.

Repezza ativa uma memória sobre o lugar da mulher em nossa cultura, que mobiliza e se inscreve num lugar para a mulher que a insere num espaço doméstico e limitado, seguindo um padrão de mulher construído sobre a ideia de fragilidade, tendo os papéis femininos culturalmente determinados. Todavia, ainda revela mudanças em sua materialidade linguística e discursiva pois surgem novos efeitos de sentido, resultando em efeitos de memórias, de negação e silenciamento do já dito, (CUTRIM; SOUSA, 2014), de reconfiguração do sentido primeiro. A “mulher empreendedora” remete à sua determinação, como uma característica que sempre a acompanhou, até mesmo para enfrentar as dificuldades que a vida lhe oferecesse, como apresentamos num recorte de sua história publicada depois de ser reconhecida “vencedora”:

[...] Hoje tenho orgulho do que faço, porque criamos algo que faz bem para as pessoas. Eu não me enxergava fazendo algo que não fosse saudável. Fui atleta por ideologia, fui jornalista por ideologia, e pra ser empresária eu também tinha que ter uma ideologia. Então eu falava pra minha mãe, temos que ser 100%. Na empresa eu faço questão de colocar e ser tudo 100%, 100% integral, 100% saudável. [...] Acredito que para ter sucesso como empreendedora é necessário ter muito foco e determinação, muito planejamento, cumprir todas as etapas e também documentá-las. [...] E não se subestime, assim como eu, eu nunca achei que eu ia ser empreendedora. Mas as vezes você pode encontrar a sua felicidade e seu sucesso em algo que você nunca imaginava que teria. É preciso experimentar e acreditar que é possível. Em resumo, escolha algo que te mova, que se enxergue fazendo, que te dê orgulho de fazer! (REPEZZA, 2015).

Por esses termos, entendemos que a Repezza parece tentar romper com a ordem. Embora saibamos que as formações discursivas permitem ao sujeito dizer o que é possível, mas também o que é impossível em uma situação e posição estabelecida, como também pertinente dizer que faz da luta de classes parte representacional constitutiva, juntando o dizer às condições de produção. E



mesmo que num mundo opressor, as mulheres vivam sob a sombra de uma ideologia dominante, é admissível que os limites da formação discursiva assujeitada por uma ideologia do oprimido cruze suas fronteiras pelo silêncio.

Ao se referir “*É preciso experimentar e acreditar que é possível. Em resumo, escolha algo que te mova que se enxergue fazendo, que te dê orgulho de fazer!*”, Repezza, nessa SD 02, parece demonstrar que a sua conquista advém de aquisições de direitos e não uma tentativa de tomar o poder, todavia podemos entender que o paradigma vigente de gênero pode estar sofrendo uma fissura. Isso pode confirmar que as mulheres podem experimentar uma nova forma de conceber a liberdade de gênero, de acordo com o que cada uma julga certo para si, porém, decerto que ainda há um longo caminho a seguir.

As mulheres têm também poderes de que tiram partido, na esfera doméstica, onde enraízam sua influência. Nesse sentido, quando as mulheres são colocadas em objetivações ou subjetivações, mas também em complexas relações de poder, esse mesmo poder não se reduz à opressão e dominação, mas produz saber. Na perspectiva foucaultiana, onde há poder há resistência, pois “[...] jamais somos aprisionados pelo poder: podemos sempre modificar sua dominação em condições determinadas e segundo uma estratégia precisa” (FOUCAULT, 1979, p. 24). Entendemos, pois, que se desenha aí uma espécie de carreira feminina, onde as formas de resistência indicam outras respostas.

Por todo o exposto, tomar o silêncio como objeto de estudo nos apresenta certas dificuldades porque, na relação do dizível com o indizível, o próprio analista corre o risco de se perder no caminho entre o dizer e o não-dizer. Procuramos, aqui, entender os processos de significação que sustentam a interpretação, revelando seus contornos mutáveis, e ver na sequência discursiva a presença de outro texto silenciado, mas que o constitui. Recolocamos em questão a ideia, sempre intensa de que a história das mulheres avança, e que as categorias da contradição, silenciamento e resistência sejam consideradas.

## REFERÊNCIAS

- CUNHA, A. G. da. *Dicionário etimológico nova fronteira da língua portuguesa*. 2ª. Ed. 9ª reimpressão. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.
- CUTRIM, Ilza Galvão; SOUSA, Claudemir. Entre a tradição e o esquecimento: representações discursivas sobre quilombo e identidade quilombola. In: CRUZ, Mônica da Silva; CUTRIM, Ilza Galvão; CABRAL, Luís Rodolfo. (orgs). *Discursos, sujeitos e sentidos: perspectivas identitárias*. Curitiba: Editora CRV, 2014. p. 69-84.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1988. p. 145-53. Edição original: 1979.
- GUILHAMOU, J; MALDIDIER, D. História e discurso. In: ORLANDI, E (Org.) *Gestos de leitura: da história no discurso*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2010b.
- HERBERT, Thomas [PÊCHEUX, Michel]. Observações para uma teoria geral das ideologias. Tradução de Carolina M.R. Zuccolillo, Eni P.Orlandi e José H. Nunes. *Rua*, Campinas, n. 1, p.63-89, 1995. Tradução de: *Pour une théorie générale des idéologies*, 1968.
- ORLANDI, Eni P. *Análise do Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, Pontes, 2006



\_\_\_\_\_. *As formas do silêncio*. Campinas. Editora da Unicamp, 2007.

PAYER, M. O. "*Linguagem e sociedade contemporânea. Sujeito, mídia, mercado*". Revista Rua, No. 11. Labeurb/Nudecri/UNICAMP, 2005.

PÊCHUEX, M; FUCHS, K. [1975] A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. (Orgs.) Françoise Gadet e Tony Hak; Trad. Bethania S. Mariani [et.al.] – 4ª ed. – Campinas, SP: Editora Unicamp, 2010.

PÊCHEUX, M. [et. al.; 1982]. Apresentação da análise automática do discurso. In. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. (Orgs.) Françoise Gadet e Tony Hak; Trad. Bethania S. Mariani [et. al.] – 4ª ed. – Campinas, SP: Editora Unicamp, 2010.

\_\_\_\_\_. *Semântica e discurso: Uma crítica à afirmação do óbvio*. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997b (original de 1975).