

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CURSO DE BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA**

DONNA ZDRUIKOSKI RAMIRES

**A GLAMOURIZAÇÃO DA MULHER EMPREENDEDORA NAS REVISTAS
CLAUDIA E *VOGUE* ON-LINE: UMA ANÁLISE DO SISTEMA DE
TRANSITIVIDADE**

**ITAQUI
2023**

DONNA ZDRUIKOSKI RAMIRES

**A GLAMOURIZAÇÃO DA MULHER EMPREENDEDORA NAS REVISTAS
CLAUDIA E VOGUE ON-LINE: UMA ANÁLISE DO SISTEMA DE
TRANSITIVIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências e Tecnologia da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel.

Orientadora: Cristina dos Santos Lovato

**ITAQUI
2022**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais)

RR173g Ramires, Donna Zdruikoski

A Glamourização da Mulher Empreendedora nas revistas Claudia e Vogue on-line: uma Análise do Sistema de Transitividade / Donna Zdruikoski Ramires.

26 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade Federal do Pampa, INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA, 2023.

"Orientação: Cristina dos Santos Lovato ".

1. Empreendedorismo Feminino . 2. Sistema de Transitividade .
3. Revistas Femininas . I. Título.


DONNA ZDRUIKOSKI RAMIRES

**A GLAMOURIZAÇÃO DA MULHER EMPREENDEDORA NAS REVISTAS
CLAUDIA E VOGUE ON-LINE: UMA ANÁLISE DO SISTEMA DE
TRANSITIVIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências e Tecnologia da Universidade Federal do Pampa como requisito parcial na obtenção do título de Bacharel.

Dissertação defendida e aprovada em: 27/01/2023


Banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
 CRISTINA DOS SANTOS LOVATO
Data: 02/02/2023 17:00:11-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Prof^a. Dr^a. Cristina dos Santos Lovatos


Orientadora

UNIPAMPA

Documento assinado digitalmente
 THIAGO SANTOS DA SILVA
Data: 02/02/2023 18:43:08-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Prof. Dr. Thiago Santos da Silva

UNIPAMPA

Documento assinado digitalmente
 GABRIEL DOS SANTOS KEHLER
Data: 03/02/2023 17:16:28-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Prof. Dr. Gabriel dos Santos Kehler

UNIPAMPA

SUMÁRIO

1. Introdução	9
2. Fundamentação Teórica	12
2.1 Linguística Sistêmico-Funcional.....	12
2.2 Sistema de Transitividade.....	13
2.3 Análise de Discurso Crítica.....	16
3. Metodologia.....	17
4. Descrição e Discussão dos Resultados.....	19
5. Considerações finais.....	24
6. Referências.....	25

Lista de Figuras

Figura 1	14
Figura 2	17
Figura 3	19
Figura 4	21
Figura 5	23

Resumo

Dados do Instituto Brasileiro de Estatística por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua indicam que a inclusão das mulheres no mercado de trabalho ocorre em um contexto em que questões econômicas aumentam a desigualdade social. A partir desse contexto, é analisado o Sistema de transitividade da Gramática Sistêmico-Funcional de Halliday para verificar como ocorre a representação social da mulher empreendedora em revistas femininas disponíveis on-line. Busca-se realizar uma análise discursiva textualmente orientada com base na Análise do Discurso Crítica através de uma abordagem quanti-qualitativa do título e do lide de dez reportagens sobre a relação *mulher e empreendedorismo* publicadas nas Revistas *Claudia* e *Vogue*. Os resultados indicam que o empreendedorismo surge na vida das mulheres como um apoio emocional para recomeçar sua vida ou ser uma fonte de sustento para si e sua família. Por fim, a glamourização do empreendedorismo feminino se evidencia na fragilidade do vínculo empregatício que aquele oferece e no fato de que muitas mulheres empreendem sem ter condições de administrar o seu negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Sistema de transitividade; Revistas femininas.

Abstract

Data from the Brazilian Institute of Statistics through the Continuous National Household Sample Survey indicate that the inclusion of women in the labor market occurs in a context in which economic issues increase social inequality. From this context, Transitivity System of Halliday's Systemic Functional-Grammar is analyzed in this study to verify how women entrepreneurs' social representation appears in online women's magazines. The aim is to carry out a textually oriented discursive analysis based on Critical Discourse Analysis through a quantitative and qualitative approach of the title and the lead of ten magazine reports on the relationship between women and entrepreneurship published in *Claudia* and *Vogue*. The results indicate that entrepreneurship appears in women's lives as emotional support to restart their lives or as a source of livelihood for themselves and their families. Finally, the glamorization of female entrepreneurship is evident in the fragility of the employment relationship it offers and in the fact that many women became entrepreneurs without being able to manage their businesses.

Keywords: Female entrepreneurship; Transitivity system; Women's magazines.

1 Introdução

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) faz parte das pesquisas desenvolvidas no Grupo CNPq de Pesquisa e Extensão *Linguagem, Cultura Sociedade e Educação – LinCES –*, coordenado pela orientadora desse TCC, na Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Campus Itaqui, no Estado do Rio Grande do Sul. As pesquisas desenvolvidas no LinCES centram-se na relação entre linguagem, gênero social, cultura e sociedade com ênfase nos problemas enfrentados pelas pessoas na vida social. Esta pesquisa volta-se para o estudo da relação entre *mulher e trabalho* na contemporaneidade.

A incorporação da mulher no mercado de trabalho marca-se em um contexto em que se combinam fatores econômicos que recrudescem a desigualdade social e que, ao mesmo tempo, impulsionam a inserção da mulher no mercado de trabalho informal nos últimos anos. Isso é um reflexo que os números levantados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram: as mulheres brasileiras são a maioria dos desempregados no Brasil: 54% maior do que a dos homens no segundo semestre de 2022 (IBGE /Pnad, 2022).

Com o avanço das pautas sobre gênero social direcionadas para o desenvolvimento profissional das mulheres, nos últimos dez anos, ganhando mais visibilidade na sociedade (ASSUMPÇÃO, 2008; BANDEIRA, AMORIM, OLIVEIRA, 2020; BIANCHI, SALVATORE, 2016; SOUSA, 2020), percebe-se a importância de observar como a mídia retrata a relação *mulher e empreendedorismo* e estabelece uma representação social para as mulheres empreendedoras na atualidade.

A palavra *empreendedorismo* deriva do verbo *empreender* e ganhou visibilidade no final do século XX e, especialmente, na última década. A evolução desse termo indica uma mudança social em termos econômicos, sociais e culturais, o que acaba por interferir nas relações de trabalho no âmbito do capitalismo neoliberal. O empreendedorismo reflete ainda uma “passagem de uma sociedade antes caracterizada pela produção manufatureira e agrária para uma produção mercantil, industrial, até chegar até chegar aos modelos de produção contemporânea” (CARMO, et al., 2020, p. 19).

A versão de 2009 do Dicionário Houaiss inaugurou a palavra *empreendedorismo* e a inseriu no campo da Administração a definindo em termos de

dois aspectos: 1. como disposição e capacidade para idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços e/ou negócios e 2. como iniciativa para construir novos negócios ou implementar mudanças em empresas (HOUAISS, 2009).

Atualmente, percebe-se que houve um aumento de interesse pelo empreendedorismo feminino no contexto acadêmico e científico, isso seria um indicativo do impacto que as mulheres têm na economia mundial¹ (BIANCHI, SALVATORE, 2016). Esse aspecto se deve ao fato de que o empreendedorismo está se mostrando como uma opção de carreira cada vez mais frequente para elas (BANDEIRA, AMORIM, OLIVEIRA, 2020, p. 1106). Quanto aos discursos sobre as mulheres empreendedoras, eles parecem as definir de maneira contraditória porque as inserem em uma construção histórica que as identifica com atividades que foram exercidas por muito tempo exclusivamente por mulheres como, por exemplo, cuidado com a casa e os outros, gastronomia, moda e beleza. Isso converge para conformidades que expressam uma divisão sexual do trabalho e que constrói um arranjo social assimétrico para os universos feminino e masculino (SOUZA, 2020).

Muito se tem pesquisado sobre as mudanças culturais em relação à mulher e seus novos papéis na sociedade. Se as palavras dizem muito sobre as mudanças sociais e culturais de uma época, a expressão “mulher pública”, segundo Rago (2004: 31), revela uma longa história de exclusões e humilhações para a mulher, pois apenas 30 anos atrás, este termo se referia a “mulheres da vida”. Ainda de acordo com Rago (2004: 31), ser mulher até os anos 60 significava identificar-se com a esfera privada da maternidade, do lar e do casamento indissolúvel. A mulher que saísse dessas regras pagava o alto preço da condenação moral. A medicina do século XIX pregava que o útero fazia com que as mulheres desejassem ser mães e que este órgão era responsável por todos os maus e bons funcionamentos fisiológicos, emocionais e psíquicos da mulher. (ASSUMPÇÃO, 2008, p. 20)

A imagem da mulher em local de trabalho ainda é descrita por características tradicionalmente atribuídas ao sexo feminino tais como: sofisticação, elegância, traços finos e delicadeza. Ter determinada aparência, “supostamente, diminui a respeitabilidade da mulher como profissional e faz parecer que qualquer sucesso não vem da sua capacidade, mas de autorizações concedidas” (SOUZA, 2020, p. 703).

Conforme destaca Saffioti (2004, p. 52), o maior inimigo das mulheres continua sendo a ordem patriarcal de gênero, implantada historicamente em nossa

¹ Tradução nossa.

sociedade em que se consolidou um esquema de relações em que os homens são privilegiados.

Essas diferenças específicas de gênero são bem conhecidas e têm sido amplamente analisadas. Eles vão desde a escolha dos setores industriais em que as mulheres optam por atuar – maioritariamente comércio varejista e serviços – à disparidade salarial que penaliza as mulheres, ao baixo capital financeiro inicial com o qual as mulheres são obrigadas a trabalhar e acesso limitado ao crédito. Essas restrições se refletem na escala menor, escassez de lucros e crescimento mais lento que caracterizam as empresas femininas². (BIANCHI; SALVATORE, 2016, p. 199)

Essas diferenças respaldadas no gênero social não são arbitrárias: elas carregam os valores da sociedade e suas crenças culturais. Logo, neste trabalho, a análise discursiva busca investigar como as representações midiáticas da mulher empreendedora no recorte de corpora escolhido nesta pesquisa contribui para a manutenção dos discursos tradicionais sobre as mulheres. “As representações expressas pelo discurso estão intrinsecamente ligadas à formação da identidade do indivíduo” (ASSUMPÇÃO, 2008). À vista disso, o objetivo principal é analisar as escolhas lexicais e verificar como o Sistema de transitividade representa/constrói a identidade da mulher empreendedora em mídias sociais. Para tanto, os objetivos específicos são:

1. Identificar como o *corpus* da pesquisa utiliza as estruturas da língua e reproduz uma representação social para as mulheres empreendedoras;
2. Analisar como a formação discursiva opera na construção dessa identidade; e
3. Identificar como a prática discursiva se apropria dessa representação construída nos textos e reproduz um padrão discursivo que alinha a mulher empreendedora aos discursos tradicionais.

A concepção teórica aqui se respalda na Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) e tem como ferramenta para o levantamento de dados o Sistema de transitividade da Gramática Sistêmico-Funcional (HALLIDAY, 2004; FUZER, CABRAL, 2014). A Análise de Discurso Crítica contribui para a interpretação dos dados levantados por meio dos conceitos de práticas social e discursiva. A escolha do Sistema de transitividade como ferramenta se justifica porque ele possibilita compreender como os valores e as crenças de uma determinada cultura são expressos por uma gama particular de significados. Por isso, a pesquisa relatada

² Tradução nossa.

aqui é de natureza quanti-qualitativa. O *corpus* da pesquisa é composto por 10 (dez) reportagens publicadas nas revistas *Cláudia* e *Vogue* on-lines.

Além dessa introdução com as diretrizes gerais desta pesquisa, o texto conta com uma seção de fundamentação teórica dividida em três partes: *Linguística Sistêmica-Funcional*, em que são apresentados os conceitos centrais dessa perspectiva teórica. Após, uma seção em que o Sistema de transitividade é descrito com exemplos extraídos da literatura científica sobre o tema. Por fim, uma seção sobre a Análise Crítica do Discurso em que se revisita conceitos-chave dessa abordagem teórica e metodológica que orientam a interpretação dos dados do estudo. Ainda, há as seções intituladas *Descrição metodológica do estudo*, *Descrição e Discussão dos Resultados* e *Considerações Finais*, respectivamente.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Linguística Sistêmico-Funcional

A Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) centra-se na percepção da língua como uma escolha e, por isso, lança um olhar sobre o modo como esta é usada. A LSF opõe-se, assim, aos estudos formais de cunho mentalista, pois seu foco de interesse é o uso da língua como forma de interação entre os falantes” (CUNHA, SOUZA, 2007, p. 19).

Na perspectiva funcionalista, a língua(gem) é concebida como uma manifestação sociossemiótica porque se constitui como um modo de representação da experiência humana quer seja na “realidade” presente/percebida no meio físico ou concreto, quer seja a “realidade” idealizada/construída em nossa mente, num plano mais abstrato” (MENDES, SOUZA, 2019, p. 605). Com o foco direcionado para a língua em uso, as pesquisas funcionalistas voltam-se para o estudo de produtos autênticos da interação social, ou seja, textos que circulam na sociedade.

O funcionalismo se fundamenta em dois pressupostos básicos, segundo Cunha e Sousa (2007, p. 15):

1. A língua desempenha funções que são externas ao sistema linguístico; e
2. Essas funções externas contribuem para moldar a organização interna da língua.

Os pressupostos citados congregam uma série de campos de pesquisa. Contudo, essa pesquisa utiliza a proposta de Michel Halliday, em especial, aquelas oriundas da Gramática Sistêmico-Funcional (GSF). Na GFS, a gramática é

entendida como um conjunto de sistemas de escolhas semanticamente motivadas e organizadas com base em metafunções que nascem da interação com o contexto social. Conforme Fuzer e Cabral (2014, p. 32), as metafunções podem ser definidas como “manifestações, no sistema linguístico, dos propósitos que estão subjacentes a todos os usos da língua: compreender o meio (ideacional), relacionar-se com os outros (interpessoal) e organizar a informação (textual)”.

A metafunção ideacional³ é constituída por duas funções: experimental e lógica. A primeira está relacionada com a criação de um modelo de representação de mundo; e a segunda é responsável pela fusão de grupos lexicais e oracionais. Essa metafunção concentra-se no estudo da representação da experiência humana no mundo real. Isso deve-se “ao fato de que a experiência humana é geralmente entendida como um fluxo de eventos e acontecimentos, atos ligados ao agir, dizer, sentir, ter e ser” (CUNHA; SOUSA, 2007, p. 53). O Sistema de transitividade é responsável pela realização dessas atividades através dos tipos de processos (tradicionalmente conhecidos como verbos), cada um dos tipos de processos molda uma parcela da experiência seja no âmbito da experiência humana seja no âmbito das relações sociais e como elas são materializadas textualmente. A seguir, o Sistema de Transitividade é explicado.

2.2 Sistema de Transitividade

A transitividade é entendida como “um sistema de relação entre componentes que formam uma figura, concebidas como significados produzidos pelos processos em associação com participantes (quem faz o quê), e, eventualmente, às circunstâncias associadas ao processo (onde, quando, como, por que etc.) (CABRAL; FUZER, 2014). Processos dizem respeito ao modo como a experiência é constituída, as atividades são realizadas e como elas representam o mundo social, físico e mental (HALLIDAY; MATHTHIESSEN, 2004).

Conforme Fuzer e Cabral (Idem, p. 41), as figuras são diferenciadas de acordo com o tipo de processo: “figuras de fazer e acontecer, de sentir, de dizer e de comportar-se”. São três os processos previstos na GSF: material, mental e relacional. Há, ainda, outros que se enquadram no limiar entre esses três processos. A Figura 1 os resume.

³ Devido ao recorte de pesquisa proposto, optou-se por descrever somente a Metafunção Ideacional.



Figura 1 – Tipos de processos, com base em Fuzer e Cabral (2014).

- Processos Materiais** são os processos de ‘fazer’, aqueles através dos quais uma entidade faz algo. São representados por verbos como *nadar*, *telefonar*, *ler*, *comprar*. Os processos materiais têm obrigatoriamente um **Ator** e opcionalmente uma **Meta**.

Exemplo

Transitivo	<i>A família</i> Ator	<i>deixou</i> Processo material	<i>a casa.</i> Meta
Intransitivo	<i>A lua</i> Ator	<i>brilhava</i> Processo material	<i>maravilhosamente.</i> Circunstância

- Processos Mentais** são aqueles de sensação e lidam com a apreciação humana do mundo ao expressar noções de sentir, pensar e perceber. Ao analisar um texto é possível detectar crenças, valores e desejos segundo esse processo. Os participantes desse tipo de processo são o **Experienciador** e o **Fenômeno**.

Exemplo

<i>Maria</i> Experienciador	<i>sonha</i> Processo mental	<i>com uma nova</i> Fenômeno
--------------------------------	---------------------------------	------------------------------

- Processos relacionais** são os processos de *ser*. Isto é, aqueles que estabelecem uma conexão entre entidades. Os processos relacionais podem ser de dois tipos: *atributivos* ou *identificadores*. Nos atributivos os elementos estruturais são o **Portador** e o **Atributo**, já no processo relacional identificador, há o **Identificado** e o **Identificador**.

Exemplo

Atributivo	<i>A mesa</i>	<i>está</i>	<i>quebrada.</i>
------------	---------------	-------------	------------------

	Portador	Processo relacional	Atributo
Relacional	<i>A mesa</i> Identificado	<i>é</i> Processo material	<i>essencial em uma cozinha.</i> Identificador

4. **Processos Verbais** são tipos de processos que expressam o *dizer*. Os elementos estruturais desse processo são o **Dizente**, quem diz ou comunica algo, o **Receptor** a quem a verbiagem é dirigida, a **Verbiagem** a própria verbalização e o **Alvo**, o objeto da verbalização.

Exemplo

<i>A professora</i> Dizente	<i>conta</i> Processo verbal	<i>histórias</i> verbiagem	<i>para as</i> <i>crianças</i> Receptor	<i>nas sextas-feiras</i> Circunstância
--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------	---	---

Há também orações verbais que apresentam *alvo*. O alvo é a entidade atingida pelo processo de dizer.

<i>O Ministério público</i> Dizente	<i>denunciou</i> Processo verbal	<i>o médico</i> alvo	por assédio Circunstância (causa)
--	-------------------------------------	-------------------------	--------------------------------------

5. **Processos Existenciais** indicam algo que existe ou acontece, seu único elemento é o **Existente**.

Exemplo

<i>Há</i> Processo existencial	<i>alterações no texto.</i> Existente
-----------------------------------	--

6. **Processos Comportamentais** são os responsáveis pela construção do comportamento humano fisiológico e psicológico. Possui um único participante que é o **Comportante**.

<i>Maria</i> Comportante	<i>tossiu</i> Processo comportamental	<i>à noite</i> circunstância
-----------------------------	--	---------------------------------

Os processos e as respectivas definições, seguidas por exemplos, são apresentadas aqui para os fins da pesquisa. É importante frisar que para uma compreensão aprofundada é necessário recorrer aos textos citados nas referências como, por exemplo, o livro *Introdução à Gramática sistêmico-funcional em Língua Portuguesa* escrito por Cristiane Fuzer e Sara Regina Scotta-Cabral.

A concepção de língua como um sistema sociosemiótico que se organiza conforme as metafunções tem sido o ponto de encontro entre a Gramática Sistêmico-funcional (HALLIDAY, MATTHIESSEN, 2004) e a Análise de Discurso Crítica (ADC) da vertente anglo-saxã (FAIRCLOUGH, 2001, por exemplo). Segundo Fairclough (2001, p. 48), a GSF “fornece diferentes ‘tipos de processos’ (grifo do autor) e ‘participantes’ (grifo do autor) associados como opções, e a seleção de um tipo de processo particular pode ser ideologicamente significativa”. Logo, a GSF dá a ADC o aparato metodológico necessário para estudar como os discursos se fixam ou alteram conforme a conjuntura sócio-histórica (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999).

2.3 Análise de Discurso Crítica

A expressão *análise de discurso crítica* foi referenciada pela primeira vez nos estudos do linguista britânico Norman Fairclough, em 1985, no *Journal of Pragmatics* (FAIRCLOUGH, 2001). Desde de lá essa vertente linguística vem se consolidando como uma abordagem teórica-metodológica para o estudo da língua em uso e situada em contextos específicos. A ADC busca investigar o papel da linguagem nos fenômenos sociais ao observar como o discurso, enquanto uma ação realizada pela linguagem, constitui e é constituído pela dinâmica da vida social, em especial, como participa para a manutenção e reprodução de problemas sociais contemporâneos.

A ADC oferece, assim, um arcabouço teórico que permite subsidiar a pesquisa social. O que difere a ADC de outras abordagens críticas é a interface que ela promove entre análise linguística e análise social (MELO, 2018). Chouliaraki e Fairclough (1999) apontam que as pesquisas em ADC devem incidir sobre problemas sociais típicos da vida social de modo a oferecer uma crítica explanatória para superar esses problemas.

A ADC tem, em seu escopo, uma teoria social crítica interligada a um campo de pesquisa que intenta operar mudanças nas relações sociais de poder e dominação, e finalmente, precisa estar fundamentada em análises linguísticas. Em conjugação com a LSF, ela pode ampliar a visão do pesquisador sobre o contexto investigado, objetivando estreitar cada vez mais o elo entre o social e o linguístico. (BARROS, 2018, p. 47)

A abordagem desenvolvida pela ADC encontra-se na pesquisa qualitativa, pois mantém o foco direcionado para a análise detalhada de textos e discursos. Para tanto, propõe uma concepção tridimensional de análise com o objetivo de reunir três tradições analíticas, as quais, segundo ele Fairclough (2001, p. 100-101), são indispensáveis para a análise do discurso.



Figura 2 – Concepção tridimensional do discurso (adaptado de FAIRCLOUGH, 2001, p. 101).

A análise do texto inclui o exame do *vocabulário*, da *gramática*, da *coesão* e da *estrutura textual*. O *vocabulário* diz respeito ao uso das palavras individuais, a *gramática* trata das palavras combinadas em orações e frases, a *coesão* estuda a ligação entre orações e frases e, por fim, a *estrutura textual* investiga as propriedades organizacionais dos textos.

A dimensão da prática discursiva se concentra nos processos de *produção*, *distribuição* e *consumo* dos textos. Verifica como a natureza desses processos variam conforme fatores de ordem social. A terceira e última dimensão está relacionada à instanciação do discurso em termos de *ideologia* e *hegemonia*. Ou seja, como esses dois elementos estão imbricados no que as pessoas fazem com base em conhecimentos partilhados sobre o *ser* e *existir* na sociedade.

De acordo com Fairclough (idem, p. 101), os procedimentos analíticos da ADC incluem a análise textual, a qual pode ser chamada de *descrição*, e as dimensões que tratam da análise das práticas discursiva e social podem ser denominadas de *interpretação*. Essas duas últimas permitem realizar uma crítica explanatória dos dados. A seguir, os procedimentos adotados para realizar essa pesquisa são indicados.

3. Metodologia

Esta pesquisa se trata de uma análise discursiva textualmente orientada, pois o que interessa são os mecanismos de produção do discurso e seu funcionamento na estrutura social favorecendo ou não a mudança social. Adota-se, para tanto, uma abordagem quanti-qualitativa para a análise dos títulos e dos lide de dez reportagens publicadas nas revistas *Cláudia* On-line e *Vogue* On-line. Optou-se por essas revistas em função da gratuidade e da acessibilidade dos textos. A revista *Claudia* é uma publicação da Editora Abril e é conhecida por ser uma revista “amiga da mulher moderna. Está em circulação desde 1961 com temas sobre moda, sexo, comportamento, astrologia, trabalho, família, saúde e bem-estar feminino (CABRAL, 2021). A revista *Vogue* surgiu no final do século XIX, nos Estados Unidos da América, e está presente em pelo menos 21 países. No Brasil, passou a circular em 1975 para atender à elite brasileira com editorias sobre as tendências da moda nacional e internacional, além de comportamento (HEINZELMAN et al., 2012).

Os textos analisados estão indicados no Quadro 1 abaixo. Também é indicado o código utilizado para se referir aos textos na análise e discussão dos resultados; o código é composto pela inicial maiúscula do nome da revista (C e V) seguida pelo símbolo de sustenido (#) e um número de um (1) a cinco (5) que corresponde à ordem em que foram selecionados e analisados.

Quadro 1 – *Corpus* de pesquisa

PINHEIRO, Ana. Plano Free Free nasceu para capacitar meninas e mulheres no Brasil. Claudia , Revista Claudia, jul. 2020. Disponível em: https://claudia.abril.com.br/feminismo/plano-free-free-nasce-para-capacitar-meninas-e-mulheres-no-brasil/ . Acesso em: 11 jul. 2022.	C#1
MARQUES, Marina. Documentário protagonizado por mulheres aborda força do empreendedorismo. Claudia , Revista Claudia, jun. 2022. Disponível em: https://claudia.abril.com.br/sua-vida/consulador-da-mulher/ . Acesso em: 11 jul. 2022.	C#2
PAIXÃO, Ligea. Mulheres de sucesso revelam desafios e caminhos do afroempreendedorismo. Claudia , Revista Claudia, nov. 2021. Disponível em: https://claudia.abril.com.br/feminismo/empreendedorismo-negras-mulheres/ . Acesso em: 13 jul. 2022.	C#3
PAÍVA, Nathalie. Após luto materno e fracassos, empreendedora encontra saída para ressurgir. Claudia , Revista Claudia, out. 2021. Disponível em: https://claudia.abril.com.br/carreira/luto-materno-empreendedora/ . Acesso em: 13 jul. 2022.	C#4
DA REDAÇÃO. Maternidade foi “empurrãozinho” para 75% das empreendedoras. Claudia , Revista Claudia, jan. 2018. Disponível em: https://claudia.abril.com.br/carreira/maternidade-foi-empurrãozinho-para-75-das-empreendedoras/ . Acesso em: 12 jul. 2022.	C#5
NEVES, Maria. Como ela faz e acontece: Giovana Pacini, CEO da Merz no Brasil. Vogue , Globo, out. 2022. Disponível em: https://vogue.globo.com/vogue-negocios/noticia/2022/10/como-ela-faz-e-acontece-giovana-pacini-ceo-da-merz-no-brasil.ghtml . Acesso em: 13 out. 2022.	V#1
MERLO, Paula. Como ela faz e acontece: Camila Coutinho, CEO e fundadora da plataforma Garotas Estúpidas e da marca de beleza GE Beauty. Vogue , Globo, set. 2022. Disponível em: https://vogue.globo.com/vogue-negocios/noticia/2022/09/como-ela-faz-e-acontece-camila-coutinho-fundadora-e-ceo-da-plataforma-garotas-estupidas-e-da-marca-de-beleza-ge-beauty.ghtml . Acesso em: 13 out. 2022.	V#2
MERLO, Paula. Como ela faz e acontece: Sabrina Zanker, diretora geral da divisão de luxo da L'Oréal. Vogue , Globo, set. 2022. Disponível em: https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2022/09/como-ela-faz-e-acontece-sabrina-zanker-	V#3

diretora-geral-da-divisao-de-luxo-da-loreal.html . Acesso em: 13 out. 2022.	
NEVES, Maria. Como ela faz e acontece: Claudia Woods, CEO da WeWork para a América Latina. <i>Vogue</i> , Globo, jun. 2022. Disponível em: https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2022/06/como-ela-faz-e-acontece-claudia-woods-ceo-do-wework-para-america-latina.html . Acesso em: 13 out. 2022.	V#4
MERLO, Paula. Como ela faz e acontece: Tatiana Sadala, co-fundadora e CEO do Todas Group. <i>Vogue</i> , Globo, jun. 2022. Disponível em: https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2022/06/como-ela-faz-e-acontece-tatiana-sadala-co-fundadora-e-ceo-do-todas-group.html . Acesso em: 13 out. 2022.	V#5

Como critério para seleção desses textos foi estabelecido que deveriam ter indicado no texto que seus conteúdos versavam sobre empreendedorismo ou estavam na seção da revista destinada a essa discussão.

Quanto aos procedimentos de análise textual – *descrição* –, os títulos e os lides foram tabulados e, após, identificados os processos. Na sequência, os dados foram quantificados. Por fim, a *interpretação* partiu de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção dos textos em termos.

4. Descrição e Discussão dos Resultados

Os resultados quantitativos indicam a predominância de processos materiais (46%) no *corpus* analisado, tal como demonstra a Figura 3⁴.

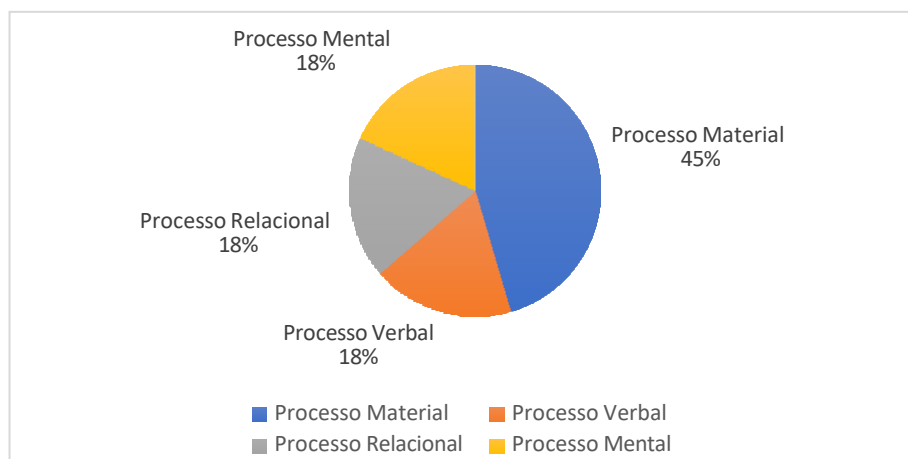


Figura 3 – Total de ocorrências dos processos no *corpus*.

Na sequência, os exemplos ilustram as ocorrências dos processos materiais nos textos do *corpus*.

Processos materiais:

⁴ Os verbos destacados com cores diferentes no texto a seguir serão referentes à Figura 3.

Exemplo 1

C#1 Plano Free Free **nasce** para capacitar meninas e mulheres no Brasil.

Exemplo 2

V#4 Corrida, foco e uma vocação para negócios disruptivos **fazem** Claudia Woods, uma das executivas de mais prestígio no Brasil.

Exemplo 3

C#2 Documentário protagonizado por mulheres **aborda** a força do empreendedorismo.

Exemplo 4

V#1 Como ela **faz e acontece**: Giovana Pacini, CEO da Merz no Brasil.

Exemplo 5

C#2 Marca brasileira de calcinhas absorventes **permitirá** que clientes criem suas próprias lojinhas no site, recebendo comissão por vendas.

Exemplo 6

V#5 Ela **largou** a carreira de mais de uma década em multinacionais para abrir um negócio cheio de propósito: uma comunidade que impulsiona e desenvolve lideranças femininas.

Embora os processos materiais sejam mais frequentes no *corpus* no geral. Na revista *Claudia*, apesar de algumas variações na frequência dos processos, os mentais e os relacionais são mais recorrentes. Predominam processos mentais (34%) e relacionais (33%), seguidos pelos processos materiais (25%) e verbais (8%), este com a menor frequência, conforme indica a Figura 4.

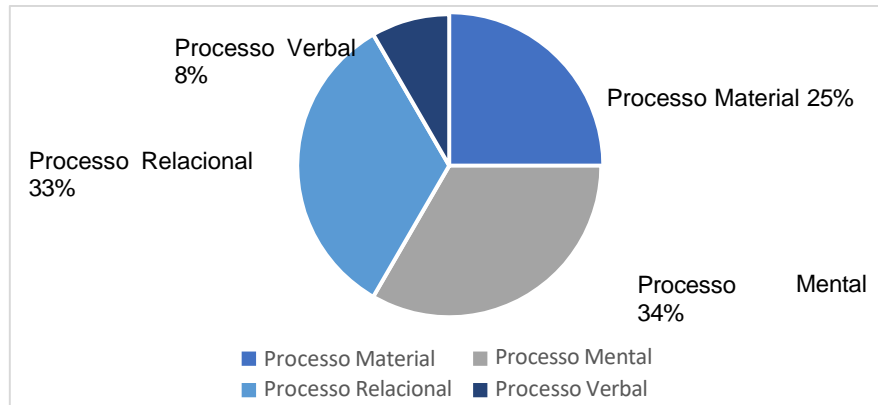


Figura 4 – Revista *Claudia* On-line

Os exemplos a seguir ilustram a ocorrência dos processos nos textos analisados da revista *Claudia* on-line.

Processos Mentais:

Exemplo 7

C#4 Após luto materno e fracassos, empreendedora **encontra** saída para ressurgir.

Exemplo 8

C#4 Rejane Toigo **se reergueu** após a morte de um dos filhos e **descobriu** uma nova maneira de empreender.

Processos Relacionais:

Exemplo 9

C#3 No dia Internacional da Mulher Empreendedora o dilema para as mulheres pretas **ainda** é o mesmo: como sobreviver ao racismo institucional no mundo dos negócios?

Exemplo 10

C#5 Maternidade foi empurrãozinho para 75% das empreendedoras.

Processos Verbais:

Exemplo 11

C#3 Mulheres de sucesso **revelam** os desafios e caminhos do empreendedorismo.

A predominância de processos do tipo mental (C#4 se reergueu, no exemplo 8) e relacional (C#5 é, no exemplo 11) sugere uma tentativa de evidenciar uma visão positiva do empreendedorismo e de sua capacidade de promover uma mudança na vida das mulheres que empreendem (C#4 “Rejane Toigo se reergueu após a morte de um dos filhos e descobriu uma nova maneira de empreender”). Isso se dá também pela presença de verbos relacionais que servem, nos textos analisados, como uma tentativa de estruturar e definir a função do empreendedorismo na vida das mulheres.

Outro aspecto que chama a atenção é a maternidade como um elemento motivador para o empreendedorismo feminino. Esse aspecto parece sugerir que o empreendedorismo é apresentado não somente como um recurso para uma mudança na vida das mulheres como também um elemento que pode dar um novo sentido a vida delas após perderam seus filhos (C#5 “Maternidade foi empurrãozinho para 75% das empreendedoras” e C#4 “Após luto materno e fracassos, empreendedora encontra saída para ressurgir”). A revista parece se alinhar à cultura da maternidade compulsória ao naturalizar e universalizar essa crença como inerente ao gênero feminino (C#5 “Após terem filhos, essas mães decidiram ter o próprio negócio; mulheres são 32% dos empreendedores do Brasil.”)

Isso evidencia que as desigualdades existentes na sociedade brasileira têm o marcador de gênero como aspecto determinante. Ademais, antes de ser uma questão econômica, a relevância do marcador de gênero alinha-se a aspectos sociais, históricos e culturais. Daí que as representações sociais da mulher empreendedora se restringem a afazeres e papéis tradicionalmente associados às mulheres. Isso corrobora com o que Ferreira et. al (2018) aponta sobre as motivações para o empreendedorismo feminino serem diferentes daquelas dos homens porque as mulheres são levadas por questões familiares enquanto os homens por questões de ganho monetário.

Diferentemente da revista *Claudia*, a revista *Vogue* alterna entre dois tipos de processos: materiais (70%) e verbais (30%), conforme demonstra a Figura 5.

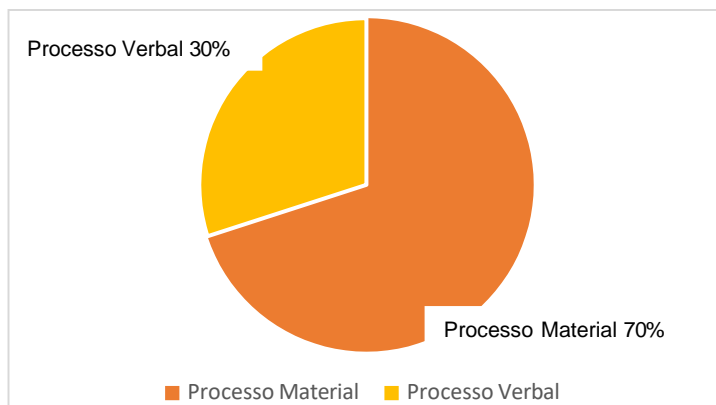


Figura 5 – Revista *Vogue* On-line

A revista *Vogue* traz a ideia de que a mulher é a autora de suas ações por meio do *slogan* padrão nos títulos das reportagens *Como ela faz e acontece* que justifica a predominância dos processos materiais (V#1 Como ela **faz** e **acontece**: Giovana Pacini, CEO da Merz no Brasil e V#4 “Como ela **faz** e **acontece**: Claudia Woods, CEO da WeWork para a América Latina.”). Essas mulheres são trazidas como parte no processo de mudança de sua vida por meio do empreendedorismo.

Por outro lado, nos lides das reportagens da *Vogue* predominam os processos verbais, quando se cria uma narrativa de que o empreendedorismo serve para todas as mulheres, o que pode ser considerado uma falácia, principalmente, quando se trata de questão de gênero (V#2 “Primeira influenciadora a assinar o Pacto Global da ONU, Camila **divide** quando passou a delegar mais, como organiza a não-rotina e onde busca por inspiração” e V#3 “De estagiária a diretora na L’Oréal Brasil, Sabrina **conta** como o silêncio é fundamental para sua saúde mental, quais seus métodos de organização e como lidera de maneira não hierárquica”).

A recorrência de processos materiais e verbais na Revista *Vogue* é um indicativo de que a revista busca que se crie um fluxo de consciência novo para o seu público-alvo. Isto é, o editorial da revista superestima o empreendedorismo ao trazê-lo como um caminho fácil e alternativo para a realização pessoal e econômica. Ademais, segundo Ferreira et. al (2017, p. 05), “o empreendedorismo aparece como uma alternativa de carreira, destacando-se pelo aparente benefício de permitir maior controle sobre o tempo e o futuro profissional.”

Assim, no contexto do Capitalismo, a segregação do trabalho em termos de gênero tente a ganhar pela exploração da mulher em dupla, muitas vezes, tripla jornada de trabalho: ela movimenta a economia e ainda é responsável pela manutenção e bem-estar da família, visto que a maternidade compulsória ainda

perpassa a narrativa elaborada pelo empreendedorismo nessas revistas, como ilustram os textos analisados da revista *Claudia on-line*. Ainda, há o “fator mágico” do empreendedorismo capaz de transformar a vida das mulheres. Isso se verifica nos títulos e nos lides das reportagens analisadas da revista *Vogue* em que as narrativas construídas pelos processos verbais relatam mulheres que alcançaram o sucesso e a satisfação pessoal pelo empreendedorismo. Como se este estive ao alcance de todas.

A falácia do empreendedorismo feminino surge, nesse contexto, porque a maioria dessas mulheres empreende por necessidade. Muitas dessas mulheres empreendem sem saber como fazer. Outro aspecto que se evidencia nessa glamourização é a fragilidade do vínculo empregatício que está na base ideológica do sistema neoliberal: *mulheres que fazem e acontecem*.

5. Considerações Finais

As análises ora apresentadas ilustram como a mídia retrata a relação *mulher e trabalho* no contexto do empreendedorismo. Verifica-se que é estabelecida uma representação para as mulheres empreendedoras na contemporaneidade que ainda limita sua capacidade laboral à cultura da maternidade compulsória e como um “fator mágico” capaz de mudar a vida de mulheres. Ainda, a liberdade que o empreendedorismo promove é glamourizada nos títulos e lides analisados porque ela é relativa: ainda se faz parte do mercado e se busca o empreendedorismo para ter um estilo de vida que ele mesmo promove: consumista e individualista.

O empreendedorismo é apontado pelas revistas como uma carreira alternativa que promove benefícios que podem ser considerados aparentes porque daria às mulheres a possibilidade de gerir o seu tempo no trabalho e conciliar com a família. Quanto aos discursos sobre as mulheres empreendedoras, estes são contraditórios porque as insere em um contexto que as identifica com atividades tradicionalmente exercidas por mulheres. Isso vai ao encontro de uma organização social do trabalho sustentada pelo sexismo.

É importante ressaltar que o empreendedorismo afeta a vida e trajetória dos sujeitos assim como é também afetado por eles, pode-se dizer que as razões pelas quais as mulheres decidem entrar no mundo dos negócios venham de uma iniciativa em mudar as condições de vida e alcançar a independência, todavia empreender não tem motivos específicos e universais, como diz Ferreira e Nogueira (2013). Para

eles, “cada necessidade, apesar de ser constituída no social, é subjetivada individualmente”. Assim, a condição de empreendedora não manifesta apenas a categoria de mulher de negócios, mas também a sua condição em sociedade.

6. Referências

ASSUMPÇÃO, Márcia. **As representações da mulher profissional brasileira e norte-americana construídas pela mídia impressa**. 2008. 147 f. Dissertação (Mestrado em Lingüística) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

BIANCHI, Marina; SALVATORE, Renato. Female entrepreneurs: Motivations and constraints. An Italian regional study. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 8, n.3, p. 98-220. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJGE-08-2015->. Acesso jul. 2022. <https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2015-0029>

BANDEIRA, Patrícia Bock; AMORIM, Marcos Vinicius; OLIVEIRA, Manoela Ziebell de. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **Rev. Psicol., Organ. Trab.**, Brasília, v. 20, n. 3, p. 1105-1113, set. 2020. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572020000300008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso jul. 2022. <http://dx.doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>.

BARROS, Solange Maria. Bases Filosóficas da análise crítica de Discurso. In: JR. BATISTA, José Ribamar; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira (Orgs.). **Análise de Discurso Crítica para linguistas e não linguistas**. São Paulo, SP: Parábola, 2018, p. 36-47.

CABRAL, Gabriel Soares. A mulher moderna vai a Hollywood: a representação de feminilidade no editorial de moda da Rhodia Têxtil em parceria com a revista *Claudia* (abril de 1967). **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, v. 29, n. An. mus. paul., 2021 29, 2021.

CARMO, Luana Jéssica Oliveira. et al. O empreendedorismo como uma ideologia neoliberal. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 19, n. Cad. EBAPE.BR, 2021 19(1), jan. 2021.

CHOULIARAKI, Lilie; FAIRCLOUGH, Norman. **Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analyses**: Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

CUNHA, Maria Angélica; SOUZA, Maria Medianeira. **Transitividade e seus contextos de uso**. Rio de Janeiro, RJ: Lucerna, 2007.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FERREIRA, F. Gisélia, Bastos, A. P. Sérgio, d'ANGELO, J. Marcia, (2018). **A look at women's transition from labor to self-employment based on endogenous**

stimuli. Revista de administração Mackenzie, 19 (2). doi: 10.1590/1678-6971/Eramg180086

FUZER, Cristiane; CABRAL, Sara. **Introdução à Gramática Sistêmico-Funcional.** Campinas, SP: Mercado das Letras, 2014.

HALLIDAY, Michel; Matthiessen, Christian. **An Introduction to functional grammar.** Londres: Arnold, 2004.

HEINZELMAN, Fernanda Lyrio et al. Corpos em revista: a construção de padrões de beleza na Vogue Brasil. **Psicol. rev. (Belo Horizonte)**, Belo Horizonte, v. 18, n. 3, p. 470-488, dez., 2012.

HOUAISS. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

MELO, Iran Ferreira. Histórico da análise de discurso crítica. In: JR. BATISTA, José Ribamar; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira (Orgs.). **Análise de Discurso Crítica para linguistas e não linguistas.** São Paulo, SP: Parábola, 2018, p. 20-35.

Macabéa – Revista Eletrônica do Netlli | V.8., N.2., JUL-DEZ. 2019, p. 603-619.

MARTINS, Ricardo. Análise de Discurso da Mídia. In: BATISTA, José Ribamar Lopes, SATO, Denise Tamaê Borges, MELO, Iran Ferreira (Orgs.). **Análise do Discurso Crítica para linguistas e não linguistas.** São Paulo: Parábola, 2018, p. 158-183.

SOUZA, G. Cristiane. (2020). **A mulher de negócios no discurso do trabalho feminino.** R. Katál., Florianópolis, v. 23, n. 3, p. 700-706.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero Patriarcado Violência.** 2ª. São Paulo: Expressão Popular, 2004.