

## SIMPÓSIO AT120

### A MULHER DE SUCESSO SUBJETIVADA NA REVISTA *DELUXE* DE SÃO LUÍS-MA

VALE, Letícia Maciel  
Universidade Federal do Maranhão  
leticiamvalle@yahoo.com.br

**Resumo:** O artigo busca compreender como a discursivização acerca da mulher de sucesso é construída e veiculada pela revista *Deluxe*, em sua edição nº 37, ano 2016, veículo do segmento de imprensa feminina, voltada para o colunismo social em circulação na cidade de São Luís-MA. O aporte teórico utiliza os pressupostos da Análise do Discurso de linha francesa, com base no método arqueogenealógico de Foucault, visando identificar as relações de saber e poder que estão imbricadas no discurso que o dispositivo analisado constrói a respeito da mulher de sucesso, reconhecendo as posições ocupadas por esse sujeito e os deslocamentos na história. A análise considera, portanto, as noções de sujeito, formação discursiva e enunciado, além das ideias de objetivação, em que o sujeito é posto como objeto de discurso pelo olhar da ciência, e de subjetivação, em que o sujeito assume um lugar no discurso, diferenciando-se do sujeito empírico. Partindo da percepção de que existe uma série de mecanismos que se aliam para constituir a discursividade sobre um sujeito, o trabalho identifica o entrelaçamento de saberes relacionados à religiosidade (família) e sociopolítica (independência feminina) que constroem a subjetivação do sujeito mulher empresária.

**Palavras-chave:** Mulher; Discurso; Subjetivação; Colunismo Social.

**Abstract:** The article tries to understand how the discursivization about the successful woman is constructed and conveyed by the magazine *Deluxe*, in its edition nº 37, year 2016, vehicle of the women's press segment, focused on the social columnism in circulation in the city of São Luís-MA. The theoretical contribution uses the assumptions of the French Line Discourse Analysis, based on Foucault's archaeogeneal method, aiming to identify the relations of knowledge and power that are imbricated in the discourse that the analyzed device builds on the woman of success, recognizing the positions occupied by this subject and the displacements in history. The analysis therefore considers the notions of subject, discursive and enunciated formation, as well as the ideas of objectification, in which the subject is put as object of discourse by the look of science, and of subjectivation, in which the subject assumes a place in discourse, differing from the empirical subject. Based on the perception that there is a series of mechanisms that combine to constitute the discourse on a subject, the work identifies the interweaving of knowledge related to the religiosity (family) and sociopolitical (female independence) that construct the subjectivation of the female entrepreneur subject..

**Keywords:** Woman; Speech; Subjectivation; Social Columnism.

## Introdução

Desde as primeiras publicações destinadas ao segmento feminino, a imprensa constrói em seu interior discursos que projetam nas mulheres uma série de padrões (social, de comportamento, de beleza, dentre outros). Esse aspecto também pode ser observado no Maranhão, especialmente na imprensa de colonismo social, exemplificada na pesquisa pela revista *Deluxe*, uma das principais representantes do segmento na região.

Para este trabalho, utilizamos como *corpus* uma das matérias retiradas da edição nº 37, ano 2016, que mostra em uma de suas capas – a publicação apresenta capas na frente e no verso – série especial sobre mulheres empresárias do Maranhão. São oito perfis de mulheres que se destacam pelo talento, independência, atuação profissional e relevância no mercado, assim como a destreza para conciliar a carreira com a vida pessoal.

A discursividade presente na revista *Deluxe* apresenta uma regularidade que constitui objetivação e subjetivação do sujeito mulher de sucesso, e a edição nº 37, ano 2016, sintetiza a proposta editorial do veículo. Assim, a prática discursiva da revista produz saberes que objetivam a mulher como empresária e bem-sucedida, com enunciados que se relacionam com diferentes lugares sociais e históricos. Ao mesmo tempo, a mulher subjetiva-se assumindo tal constituição discursiva, reforçando sobre si o que o veículo diz sobre ela.

### 1. Análise do Discurso e constituição do sujeito

O discurso, segundo Foucault (2008, p. 133), é constituído por uma série de regras anônimas e históricas, e estas definem as condições da função enunciativa em determinada época. Nesta perspectiva, um enunciado está articulado dentro de um campo maior onde coexistem outras enunciações, ao qual o autor denomina *formação discursiva* (FD) e é papel da AD identificar tais relações, conforme destaca Gregolin (2007, p.04).

A ideia encontra suporte no questionamento lançado por Foucault (2008, p.30): “Como apareceu determinado enunciado e não outro em seu lugar?”

Sempre que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão e se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições, funcionamentos, transformações) entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, teremos uma formação discursiva. (FOUCAULT, 2008, p. 43)

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

Trabalha-se, ainda, a noção de *sujeito*, que em Foucault constitui um lugar que pode ser ocupado por indivíduos distintos e que passa por transformações e deslocamentos no decorrer de diferentes momentos históricos, permitindo que o sujeito assuma diversas posições em uma série enunciativa (SOUSA & BARACUHY, 2015, p.133). Existe, dessa maneira, um conjunto de mecanismos que se aliam para formar a discursividade sobre um sujeito. A Análise do Discurso, então, propõe reconhecer as posições do sujeito e os deslocamentos na história, isto é, as formas como o sujeito é objetivado e subjetivado por meio da prática discursiva, identificando as relações de saber-poder que permitem a formação de objetos.

Foucault destaca a existência de diferentes modos que possibilitam a constituição de seres humanos em sujeitos (FOUCAULT, 1984 apud DREYFUS & RABINOW, 1995, p. 231). Desse modo, há formas de objetivação, que permitem ao sujeito conhecer-se por meio da ciência, colocando-se como objeto de estudo, assim como produtor de economias e integrante de uma história biológica e natural; o sujeito é configurado como divisão de si mesmo e dos outros, reconhecendo a si próprio como sujeito, por meio do conhecimento de si e pelas práticas de si.

Os indivíduos passam a sujeitos de um discurso e de uma verdade quanto assumem um lugar discursivo - deixando de ser apenas sujeitos empíricos. Dessa maneira, ao subjetivar-se pelo discurso de empresária de sucesso, o sujeito mulher ocupa uma posição no discurso que institui tal objeto, assimilando e se apropriando dos saberes que o constituem.

## **2. O discurso da revista Deluxe: a mulher empresária**

Na revista analisada, é possível perceber uma regularidade no aparecimento do enunciado acerca da mulher de sucesso: no geral, são destacados, além da competência e talento para empreender, a formação acadêmica dessas mulheres, sua atuação no mercado, e a conciliação deste papel com os cuidados com a família, por exemplo. A mulher de sucesso, portanto, é objetivada com base em marcações discursivas relacionadas a diferentes campos de saber.

Percebe-se, primeiramente, a valorização da ideia de autonomia da mulher, principalmente por meio de sua profissionalização e desenvolvimento intelectual. Tal marcação discursiva está relacionada com o conceito de “empoderamento feminino” estabelecido pela Organização das Nações Unidas (Onu), que envolve princípios como promoção da educação, incentivo à liderança, ao empreendedorismo e ao desenvolvimento profissional das mulheres<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Disponível em [https:// www.onumulheres.org.br](https://www.onumulheres.org.br)



Figura 1- retirada da edição nº 37, 2016, p. 15, da revista *Deluxe*.

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

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

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

Sua fonte de inspiração pessoal é a família. "Eles me dão coragem e capacidade de enfrentar desafios pela simples



presença na minha vida. Isso é uma espécie de milagre e sorte ao mesmo tempo”.

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

Na matéria destacada, nota-se o enaltecimento da atividade desenvolvida pela empresária e da sua formação acadêmica – graduada e pós-graduada em duas especialidades diferentes, planeja a terceira, e frisa, ainda, o prazer que encontra nos estudos: “Adoro estudar, aprender!”. Esta marca discursiva está relacionada com o saber sociopolítico inerente ao movimento feminista, que, segundo Miguel (2014, p.21) se consolida no mundo ocidental no século XX, defendendo bandeiras como o direito ao voto, à educação e equiparação de direitos entre homens e mulheres, em que a educação figura como instrumento de desenvolvimento e independência femininos.

A matéria também apresenta traços enunciativos que encontram base no saber religioso/tradicional, associando a figura da mulher à ideia de família, caracterizada como “fonte de inspiração pessoal” para a empresária: “Eles me dão coragem e capacidade de enfrentar desafios pela simples presença na minha vida. Isso é uma espécie de milagre e sorte ao mesmo tempo”. Na prática discursiva da revista *Deluxe*, é notável que há vinculação da ideia de realização pessoal com a de base familiar.

A memória discursiva dessa percepção remete ao período medieval e à hegemonia da Igreja Católica, que defendia que a família representava a missão principal da mulher, que deveria dedicar-se à função de mãe e esposa – cumprindo, dessa forma, a determinação divina. A instituição religiosa, portanto, funciona(va) como dispositivo que estabelece a verdade acerca da mulher segundo a vontade de Deus: dedicada à família, ao lar e ao próximo (COSTA, 2014, p.28).

Considerando a percepção de Foucault acerca do termo *subjetividade*, entende-se que esta diz respeito ao modo pelo qual “o sujeito faz a experiência

de si mesmo em um jogo de verdade no qual está em relação consigo mesmo” (FOUCAULT, 1984 *apud* LARROSA, 1994, p. 55). Para Foucault, os processos de subjetivação são formados em sua diversidade, em diferentes momentos históricos e sociais, e produzem variados estilos de vida, e, nas relações entre saber e poder existem lugares de “intensidades” e uma possibilidade ética-estética de construir uma “existência artística”. (DELEUZE, 1992 *apud* FISCHER, 1996, p. 70).

Desse modo, o sujeito mulher, por meio de suas falas, se reconhece como o que a prática discursiva do veículo apresenta como mulher de sucesso, alinhando, assim, sua subjetividade à objetividade constituída pelo dispositivo em questão. A mulher bem-sucedida, independente, intelectualmente desenvolvida e dedicada à família, é constituída por enunciados que se abrigam em diferentes campos do saber (sociopolítico, religioso, etc) e é assumida pelo próprio sujeito discursivo, que se enxerga dentro deste modelo e reitera o que o dispositivo diz sobre ela em sua discursividade.

### 3. Considerações

A mulher empresária presente no discurso da edição analisada é subjetivada a partir de enunciações que a caracterizam como um modelo de sucesso a ser seguido e que estão inseridas em diferentes campos de saber. É um ideal de mulher que encontra na família o suporte para sua realização pessoal, aspecto que se vincula ao saber religioso e também baseado no patriarcalismo.

Ao mesmo tempo, a prática discursiva da revista *Deluxe* abriga enunciados que dialogam com o saber sociopolítico de base progressista, em que a mulher é apresentada como sujeito autônomo, competente na realização de suas atividades, dona de suas vontades e decisões.

A mulher empresária retratada na matéria, por sua vez, assume sua posição no discurso sobre si, identificando-se com a objetivação dada pela prática discursiva do veículo, reconhecendo-se como a mulher bem sucedida, intelectualmente capaz e também dedicada à família.

## Referências

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

FISCHER, Rosa Maria Bueno. 1996. **Adolescência em discurso**: mídia e produção de subjetividade. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul/FACED, 1996. Disponível em:  
<<file:///C:/10486/Desktop/backup%2010276/Documents/AD/Tese%20Subjetividade%20e%20m%C3%ADdia.pdf>> Acesso em: out. 2018.

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

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

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

\_\_\_\_\_. **Análise do discurso na mídia**: a (re) produção  
LARROSA, Jorge. Tecnologias do eu e educação. In SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). **O sujeito da educação**: estudos foucaultianos. Petrópolis, Vozes, 1994, p. 35-86.

MIGUEL, Luis Felipe Miguel; BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política**: uma introdução. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2014.  
Princípio de empoderamento das mulheres. ONU Mulheres. Disponível em <<https://www.onumulheres.org.br>> Acesso em 05 de agosto de 2018.

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

SOUSA, Claudemir; BARACUHY, Regina. Biopolítica, biopoder e cuidado de si na campanha antitabagista das embalagens de cigarro. Universidade Federal da Paraíba, 2015.