
ANÁLISE DO DISCURSO DE “MULHERES DE NEGÓCIO” ASSOCIADAS À *BUSINESS PROFESSIONAL WOMEN*

DOI: 10.5700/rege508

ARTIGO – ADMINISTRAÇÃO GERAL

Raquel Santos Soares Menezes

Professora Adjunta na Universidade Federal de Viçosa, Campus de Rio Paranaíba – Minas Gerais-MG, Brasil
Doutora em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais
Mestre em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia
Graduada em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo
E-mail: soares.raquels@gmail.com

Recebido em: 15/12/2011

Aprovado em: 1/4/2013

Janete Lara de Oliveira

Professora do Programa de Pós-graduação em Administração da UFMG – Minas Gerais-MG, Brasil
Doutora em Administração
E-mail: janetelara@face.ufmg.br

RESUMO

No presente artigo, analisam-se os discursos de “mulheres de negócio”, conforme suas histórias de vida relatadas à Business Professional Women (BPW), a Associação das Mulheres de Negócio, uma rede com atuação mundial que representa mulheres que se dedicam à atividade empresarial ou atuam como profissionais autônomas. O objetivo da análise é levantar alguns pontos de reflexão acerca da representação da mulher que se considera “de negócios”, manifestada em seus discursos. Seis narrativas de mulheres foram analisadas, em função de quatro elementos discursivos – seleção lexical, percursos figurativo, temático e semântico –, que permitem delinear uma trama de acontecimentos e relações que legitimam a posição alcançada de “mulher de negócios”. Embora as histórias consideradas sejam bastante distintas, no que se refere à origem, porte e área de atuação das empresárias, é interessante verificar que os sentidos atribuídos ao sucesso profissional aparecem normalmente vinculados a momentos de extremas dificuldades e grandes conquistas. Assim, sofrimento e superação caracterizam dois percursos figurativos antagônicos, constantemente ilustrados pelos temas do casamento, da esperança e da educação. As condições familiares, a qualificação profissional e as relações interpessoais, por sua vez, constituem os principais percursos semânticos que validam a trajetória de sucesso dessas mulheres, triunfo consolidado pela possibilidade de se associarem a outras mulheres que passaram por situações parecidas ao longo de suas vidas.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Gênero, Análise de Discurso.

DISCOURSE ANALYSIS OF "WOMEN IN BUSINESS" ASSOCIATED TO BUSINESS PROFESSIONAL WOMEN

ABSTRACT

In this article, we analyze the “business women” speeches, according to their life stories related to Business Professional Women (BPW), the Business Women Association, a network with worldwide presence that represents women who are dedicated to business activity or who work as self-employed professionals. The aim of the analysis is to raise some points of reflection on the representation of the woman who is considered a “business woman”, manifested in her speeches. Six women’s stories were analyzed according to four discursive elements — lexical selection, figurative, thematic and semantics pathways —, allowing a plot outline of events and relationships that legitimize the “business woman” reached position. Although the

stories are quite distinct considering the origin, size and area of operation of those women, it is interesting to verify that the meanings attributed to professional success usually appear linked to moments of extreme difficulty and great achievements. Thus, suffering and overcoming characterize two antagonistic figurative pathways constantly illustrated by the themes of marriage, hope and education. In turn, family conditions, vocational skills and interpersonal relationships are the main semantic pathways that validate these women's path of success, consolidated triumph through the possibility of joining other women who have been through similar situations throughout their lives.

Key words: Entrepreneurship, Gender, Discourse Analysis.

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE “MUJERES DE NEGOCIO” ASOCIADAS A LA BUSINESS PROFESSIONAL WOMEN

RESUMEN

En el presente artículo, se analizan los discursos de “mujeres de negocio”, de acuerdo con sus historias de vida relatadas a la Business Professional Women (BPW), la Asociación de las Mujeres de Negocio, una red con actuación mundial que representa mujeres que se dedican a la actividad empresarial o actúan como profesionales autónomas. El objetivo del análisis es plantear algunos puntos de reflexión acerca de la representación de la mujer que se considera “de negocios”, manifestada en sus discursos. Seis narrativas de mujeres fueron analizadas, en función de cuatro elementos discursivos – selección léxica, recorridos figurativo, temático y semántico –, que permiten delinear una trama de acontecimientos y relaciones que legitiman la posición alcanzada de “mujer de negocios”. Aunque las historias consideradas sean bastante distintas, en lo que se refiere al origen, porte y área de actuación de las empresarias, es interesante verificar que los sentidos atribuidos al suceso profesional aparecen normalmente vinculados a momentos de extremas dificultades y grandes conquistas. Así, sufrimiento y superación caracterizan dos recorridos figurativos antagónicos, constantemente ilustrados por los temas del casamiento, de la esperanza y de la educación. Las condiciones familiares, la calificación profesional y las relaciones interpersonales, a su vez, constituyen los principales recorridos semánticos que validan la trayectoria de suceso de esas mujeres, triunfo consolidado por la posibilidad de asociarse a otras mujeres que pasaron por situaciones parecidas a lo largo de sus vidas.

Palabras-clave: Espíritu Empresarial, Género, Análisis del Discurso.

1. INTRODUÇÃO

A inserção de profissionais do gênero feminino nas mais diversas áreas do mercado de trabalho tem provocado mudanças que se estendem da esfera pessoal e profissional à própria sociedade. Embora não se trate de um fenômeno recente, o “empreendedorismo feminino” (MACHADO; SILVEIRA; GOUVEA, 2008), termo genérico que vem sendo utilizado para designar a iniciativa de mulheres que abrem um negócio próprio ou decidem trabalhar de forma autônoma, desponta como mais que uma alternativa à complementação da renda familiar. No Brasil, hoje, estima-se que as mulheres sejam a “chefe da casa” em um terço dos lares. As projeções apontam que, em alguns anos, metade das famílias brasileiras terá no trabalho da mulher sua principal fonte de renda (IBGE, 2010).

Essa nova realidade amplia as possibilidades de investigação dos fenômenos influenciados por questões de gênero, já que o papel ocupado pela mulher ultrapassa nitidamente o espaço inicial definido para sua atuação, restrita à esfera da vida familiar, como esposa e mãe. Na base da separação dos papéis relativos à vida privada estaria a reprodução biológica e social, enquanto a vida pública seria o espaço de trabalho e atividades de produção (BOURDIEU, 2001). À primeira estariam vinculados a estabilidade, a segurança, o respeito e o afeto, características associadas ao universo feminino. Já o espaço público do trabalho seria o local da despersonalização, da frieza e das incertezas da realidade do mundo dos negócios, aspectos atribuíveis ao domínio masculino.

À medida que ocupa novos espaços no mercado de trabalho, um novo sujeito feminino começa a se formar. Ele emerge não apenas na percepção de si e de seus pares, femininos, mas também na de seus opostos, masculinos. Nesse contexto, não apenas as relações sociais e familiares se reconfiguram, mas as próprias relações de gênero. Um interessante ponto de vista sobre o assunto é apresentado por Louro (2002). A autora analisou as representações sociais de professoras em meados do século XX, questionando a “fabricação” daquele sujeito na esfera pública, já que, até então, lugar de mulher era em casa, cuidando do marido e dos filhos. As representações, nesse sentido, tiveram um papel

ativo na construção da professora e deram um sentido ao que é (era) ser professora.

Deve-se ressaltar que o trabalho de Louro (2002) analisava a representação de professoras em um momento em que a profissão começava a ser vista como (também) feminina. A problemática desse grupo foi investigada pela autora sobre um pano de fundo que incluía questões como: “Então, como as mulheres professoras eram representadas?” “Quem as representava?” “O que se dizia sobre elas?” “Quem escrevia sobre elas e para elas poemas, orações, discursos canções?” “Quem as caricaturava ou louvava?” (LOURO, 2002:464). Aqui, também, parte-se de questões como essas para investigar a construção da mulher de negócios, no sentido de buscar compreender como tais representações produzem as subjetividades por meio de um processo social.

Assim, busca-se investigar o processo de constituição de um sujeito histórico contemporâneo — a mulher de negócios. Segundo Scott (1986), o gênero deve ser tomado como categoria de análise histórica, uma vez que possibilita a compreensão dos variados papéis e simbolismos dos gêneros nas diferentes sociedades e períodos, bem como os significados atribuídos a eles.

Na presente análise, o foco da construção de sentidos sobre o que venha a ser a mulher de negócios é o discurso das próprias mulheres. Segundo Louro (2002), os discursos sobre gêneros carregam sentidos que explicam como homens e mulheres constituíram (e constituem) suas subjetividades; para o autor, é também em referência a tais discursos e no interior deles que elas e eles constroem suas práticas sociais, assumindo, transformando ou rejeitando as representações que lhes são propostas.

A abordagem das representações sociais possibilita, a partir de conjuntos de narrativas, a compreensão da lógica e da visão de mundo subjacentes às representações femininas no âmbito dos negócios. Para a análise de tais narrativas, propõe-se a técnica da Análise de Discurso (AD), como forma de aprofundar a compreensão do “querer dizer” presente em cada discurso. A AD apresenta-se, assim, como ferramenta para a compreensão das estratégias

discursivas presentes nas narrativas (FIORIN, 2003) das mulheres que se consideram “de negócio” e são desse modo validadas pela associação da qual fazem parte. Qual a trajetória dessas mulheres? O que elas aprendem, ao longo de suas vidas, que traduz a visão de mundo de uma empreendedora bem-sucedida? O que o “trabalho autônomo” representa para elas?

Na tentativa de buscar possíveis elucidações dessa problemática, apresenta-se a seguir a análise de seis textos selecionados de uma coletânea de “casos bem-sucedidos” das associadas BPW de Londrina- PR, e que foram escolhidos intencionalmente por conterem alguns aspectos comuns em relação à trajetória de sucesso. A análise do discurso dessas seis mulheres permite identificar, por meio dos percursos semânticos, aspectos comuns a tais empreendedoras: por exemplo, o fato de terem enfrentado condições familiares adversas e atribuírem o sucesso de seus negócios, em parte, à qualificação profissional, às relações amorosas e familiares, bem como à religião e à espiritualidade. A família de origem interfere na condição de trabalho e no desenvolvimento das habilidades empreendedoras da mulher, e o sucesso está normalmente vinculado à melhoria das condições financeiras da mulher e de seus dependentes.

Como a maioria dos empreendimentos iniciados pelas mulheres retratadas no livro da BPW acaba dando origem a empresas familiares, pelo fato de essas empreendedoras empregarem outras pessoas da família ou utilizarem recursos de outros parentes, como marido, pais ou irmãos, a revisão da literatura inicia-se com este tópico: Relações de Gênero em Organizações Familiares. Na sequência, discutem-se as Representações Sociais e Feminilidades em Estudos Organizacionais. Nos Procedimentos Metodológicos abordam-se a Técnica de Análise de Discurso (AD) e o *corpus* de pesquisa considerado. Em seguida, apresenta-se a Análise dos Discursos escolhidos. Encerram o artigo algumas considerações e as referências bibliográficas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Relações de gênero em organizações familiares

Seja pelo número de empregos, e consequentemente pelo número de famílias que dela dependem para sobreviver, seja pela quantidade de produtos oriundos de empresas familiares de portes diversos — de fundo de quintal a grandes conglomerados que atendem mercados nacionais e internacionais —, a empresa familiar ocupa uma posição econômica relevante no cenário nacional (LETHBRIDGE, 1997).

No caso específico da mulher que trabalha na empresa familiar, Arruda (1996) sugere que ter o próprio negócio e trabalhar nele pode representar uma forma de a família compartilhar o próprio tempo. Os filhos, por exemplo, crescem enquanto são atendidos no próprio recinto da organização, além de na própria residência. Dessa forma, a autora vê nos incentivos e subsídios à criação de pequenas empresas uma “ajuda à família e à permanência da mulher no lar”.

Isso suscita uma nova concepção do que venha a ser a “realização” da mulher, que teoricamente implicaria a necessidade de ter que trabalhar “fora de casa”. O lado de fora, a rua, ganha uma feição mais branda quando aqueles com quem se trabalha são os próprios familiares, definindo uma feminilidade que leva em conta o papel da mulher como membro da família e da empresa. Não por acaso tem aumentado o número de mulheres chefes de família, que fazem da própria renda a principal fonte de recursos financeiros da casa. Para Arruda (1996), o êxito profissional e a satisfação de desejos próprios ganhariam, desse modo, contornos de virtudes de autodoação conducentes à plenitude humana, que ocorreria quando família e negócios estão em harmonia.

Lopes (2008) verificou que nem sempre o desenvolvimento de tais “virtudes” e do êxito profissional manifesta uma relação harmônica em empresas familiares. Embora não fosse o “sucesso” a dimensão de estudo principal da autora, e sim as relações de poder e vinculação de familiares em organizações desse tipo, ela verificou, por meio de estudos de caso, que frequentemente as relações de poder das empresas refletem as relações que se constituem no seio da família. O gênero sobressai como uma das mais marcantes entre as dimensões que influenciam tais mecanismos de poder, não raro excluindo as mulheres dos processos sucessórios ou das decisões relativas à empresa.

Machado *et al.* (2008) investigaram as dimensões relativas ao sucesso das mulheres donas de seus próprios negócios, que as autoras denominam de empreendedoras. Nesse estudo, o desejo de independência figura como um dos principais motivos que levam mulheres a iniciar seus próprios negócios. Nos espaços criados para terem controle sobre seus próprios recursos, as mulheres empreendedoras nitidamente atribuem significados de sucesso e fracasso aos negócios em função de aspectos financeiros. Assim, a ausência de endividamento bancário e a capacidade de pagamento em dia aparecem como aspectos gerenciais significativos de sucesso do negócio empreendido. Além dos fatores relacionados à questão material e econômica do negócio, características pessoais, como coragem e ousadia, ética e equilíbrio pessoal, são apresentadas como indicadores de sucesso, enquanto egoísmo e inveja são interpretados como fracasso. Para considerar-se bem-sucedida, é preciso contar com a criatividade e a capacidade de sonhar, o que configura uma trajetória de mulher empreendedora marcada pela superação e por diversas realizações relacionadas ao negócio próprio.

Para Safiotti (2002), as relações de gênero devem ser contextualizadas num espectro maior, que inclui o conjunto das relações sociais. Dessa forma, quando se buscam as representações de mulheres de negócio, é necessário entender a visão feminina a partir de seu próprio ponto de vista, embora influenciado pela ótica dominante no mundo dos negócios, que é masculina.

No livro “História das Mulheres no Brasil” (DEL PRIORE, 2002), vários autores analisam a situação feminina em distintos momentos da história do país, desde a “Eva Tupiniquim”, no período pré-colonial, até a versão contemporânea apresentada pela escritora Lygia Fagundes Teles, que utiliza a expressão “mulher-goiabada” para se referir à sua mãe e às mulheres com mentalidade semelhante à dela, que foram socializadas para os cuidados da família e da casa – o que faziam muito bem. Entretanto, um novo espaço se abriu para as mulheres “inteligentes”, dispostas a estudar em faculdades consideradas masculinas, como as de Direito e Engenharia, por exemplo. Ligados à conquista desse espaço e à formação de uma mulher independente, novos problemas começariam a surgir, como a falta de

pretendentes dispostos a se casar e dividir com tais mulheres o espaço público.

Assim, o que se entende hoje como feminino está imbuído de um conjunto de significações moldadas ao longo do tempo, à medida que se definiam maneiras normais e certas de viver como mulher. Cada período histórico, bem como cada fase da vida da mulher, definiu um sujeito submetido a regras de comportamento, de acordo com as expectativas vigentes, determinando a feminilidade mais privilegiada naquele momento. A célebre frase de Simone de Beauvoir, “ninguém nasce mulher: torna-se mulher”, permeia, portanto, a concepção do que vem a ser o feminino segundo a perspectiva histórica do gênero.

2.2. Representações Sociais e Feminilidades em Estudos Organizacionais

As representações sociais podem ser entendidas como conhecimentos que, construídos e compartilhados por grupos sociais, contribuem na construção das realidades de tais grupos (JODELET, 2001). Assim, as representações sociais do feminino atuam como modelos que influenciam e regram as vivências das mulheres, compondo repertórios do que se percebe como adequado ou inadequado em cada contexto. Analisar as representações sociais do feminino construídas em empresas familiares permite pensar sobre as possibilidades de construções sociais que atualmente se apresentam e balizam comportamentos e modos de vida dessas mulheres.

Nos últimos anos, tem-se evidenciado que a ocupação espacial das mulheres nas empresas é crescente, como apontam Madruga *et al.* (2001). A maioria dos estudos sobre a temática tem tratado o assunto a partir do ponto de vista funcionalista, predominante na Administração, que busca identificar traços femininos diferenciadores de gestão ou simplesmente identificadores de sucesso ou de fracasso (MACHADO *et al.*, 2008). Quando se aborda a espacialização simbólica dessa conquista, vislumbra-se um espaço em que o poder se manifesta, com seus mecanismos mais sutis, no próprio corpo, que é disciplinado e controlado para atender ao funcionamento da sociedade atual (FOUCAULT, 1987).

Tal reflexão se aproxima da abordagem dos estudos feministas que Cálas e Smircichi (1999) classificam como pós-estruturalista. Segundo essa concepção, o corpo é o locus de legitimação e normalização de discursos e práticas. Nesta linha de argumentação, é por meio da linguagem que a mulher pode dizer “quem ela é”, ou seja, as relações de poder e conhecimento são construídas constantemente em discursos e práticas que definem sua subjetividade.

As noções de poder disciplinar e controle do filósofo francês Michel Foucault (1987) embasam essa concepção. Segundo Armstrong (2006), o modo como Foucault trata as relações de poder, corpo e sexualidade tem estimulado um intensivo interesse dos estudos feministas. Tal fato decorre principalmente da ideia de corpo e sexualidade como constructos culturais, ao invés de um fenômeno natural, não incorrendo na classificação fisiológica e binária que distingue “homens e mulheres”.

Entretanto, é inevitável recorrer inicialmente a essa classificação das relações de gênero, no Brasil. As formas de organização da sociedade brasileira ainda assentam fundamentalmente no patriarcalismo e na tradição. A família e as organizações familiares são, portanto, o espaço inicial a ser considerado como palco da representação de mulheres que se inserem em um universo tradicionalmente masculino.

Parte-se do pressuposto de que as mulheres incorporam determinadas características para atender a representações que lhes são socialmente impostas. O corpo representa, nessa concepção, o repositório visível de formas legítimas de agir, vestir, falar. O discurso das mulheres de negócio, portanto, vai ao encontro do que se considera desejável e correto para a constituição desse sujeito.

Portanto, as noções de corporeidade e historicidade, no sentido de uma relação que se desenvolve e muda ao longo do tempo, devem conduzir a análise das relações de gênero que se pretendem estudar. Caldwell (2007) atenta para a presença desses elementos, também ressaltados na obra de Foucault. O corpo não é simplesmente o lado de fora ou o receptáculo de um “*self*” ou mente ativista, mas a forma que incorpora quem se é histórico-culturalmente e em relação ao gênero, sendo definido pelos discursos de poder e conhecimento.

Embora essa abordagem pós-estruturalista possa dar uma importante contribuição às pesquisas sobre gênero nos estudos organizacionais, Capelle *et al.* outros (2006) constataram que ainda são poucos os trabalhos no Brasil que a adotam. Os principais expoentes dessa vertente, no âmbito dos estudos feministas, são os trabalhos que tratam das representações femininas em veículos de divulgação organizacional, que enfocam a construção de discursos e representações em torno do fenômeno do gênero nas organizações.

Um desses trabalhos, também de autoria de Capelle *et al.* (2003), analisa as representações femininas em duas revistas especializadas na mídia de negócios. As autoras comparam os conteúdos e discursos associados à mulher na revista como um todo, desde em sua linha editorial até em seus principais editores, incluindo o público a que a revista se destina e as reportagens e fotografias que a ilustram, em especial quando o assunto é “mulher”.

Pode-se inferir do trabalho das autoras que grande parte do que se constrói em termos de um estereótipo feminino nas organizações pode ser atribuída à mídia de negócios, que, por meio de um discurso repetido e ilustrado, propaga a representação social do que vem a ser uma “mulher de negócios”. Não raras vezes, essa mulher é apresentada como uma supermulher, que, além de executiva, lida também com os papéis de esposa, namorada, amante, e ainda tem preocupações econômicas e influencia nas decisões de compra e poupança da família, entre outras figuras do *show-business* (CAPELLE *et al.*, 2003). Ficou evidenciado, pelas diferenças encontradas nas duas revistas, que ou a mulher é uma “supermulher”, que cuida dos afazeres da casa, do trabalho, dos filhos, da aparência, da relação amorosa, e ainda tem tempo para pensar que “se sente realizada” com tais atribuições, ou então é uma mera coadjuvante dos processos organizacionais de que participa, contribuindo apenas indiretamente para a tomada de decisões do “homem” que está à sua frente. Se for uma executiva de sucesso, aparece com pouca maquiagem, cabelos curtos, vestida de terno, de braços cruzados, aproximando-se das representações dos demais atores retratados nas revistas, em sua maioria, homens.

Outro trabalho que aborda essa questão sob o ponto de vista da representação social é o de Corrêa *et al.* (2007), que analisaram jornais de comunicação interna de duas empresas, em uma das quais a maior parte dos funcionários é do sexo feminino, ao contrário da outra. Os autores utilizaram a mesma base de análise de Cappelle *et al.* (2003), destacando os assuntos de interesse masculino e feminino destinados a promover a identificação dos funcionários com as representações sociais de como homens e mulheres devem comportar-se, pensar e viver socialmente. Corrêa *et al.* (2007) constataram que os meios de comunicação perpetuam as relações socialmente construídas, pactuando as desigualdades de gênero e poder, “além de ‘fechar os olhos’ para a evolução cultural e histórica entre os universos masculino e feminino” (*op. cit.*:209).

Borges, Medeiros e Miranda (2008) descrevem o que seria uma mulher de negócios bem-sucedida (e também malsucedida). Na pesquisa, os autores realizaram uma análise semiótica da revista *Você S.A.*, cujo público-alvo são “homens e mulheres em igual proporção, porque se dirige aos profissionais, não importa o sexo”. A análise levada a efeito pelos autores associou textos e imagens presentes nas capas da revista, e revelou que estas são selecionadas de forma a significar que a carreira executiva pertence ao universo masculino. Ao mesmo tempo, sugere-se que, para as mulheres, há uma expectativa, embora distante, de que esse quadro se modifique.

Numericamente, as mulheres ocupam a minoria das capas da revista no período analisado, que foi de dez anos (1998-2008). Apenas dezesseis de um total de cento e dezesseis edições têm mulheres na capa, que se apresentam sempre bonitas, jovens, maquiadas e com trajes que remetem à profissão executiva, como *tailleurs* e terninhos. Outro ponto bastante interessante da pesquisa, e que revela ambiguidades, é que em algumas capas a mulher aparece ao lado de homens, e nestas percebe-se a representação de um papel negativo do feminino. Da mesma maneira que na Idade Média a Igreja “pintou” a mulher como bruxa, a revista “pinta” a mulher como fofqueira, capaz de promover a cizânia e exercer um poder de sedução perverso no ambiente organizacional. Além disso, outras capas

da revista, não contendo imagens de mulheres, estampam algum texto que se refere à feminilidade, ressaltando a capacidade masculina de incorporar possíveis habilidades femininas valorizadas no universo corporativo.

Verifica-se que muitas são as possibilidades de estudar, conjuntamente, as relações de poder e gênero em organizações. Todavia, ainda há um amplo espaço para novas abordagens do fenômeno, que sobre ele lancem um olhar crítico, indo além dos modelos funcionalistas existentes. Na próxima sessão, apresenta-se uma dessas possibilidades, que, tomando o discurso de mulheres envolvidas em negócios familiares, evidencia a empresa familiar como um dos locais para a perpetuação de tais relações.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. A Análise de Discurso como técnica em Estudos Organizacionais

Antes de descrever a Análise de Discurso, é necessário ressaltar a noção de que se trata de um campo complexo, que comporta múltiplas linhas de investigação na área das ciências sociais (GODOI, 2005). No presente, delimita-se a Análise de Discurso como uma derivação da metodologia da Escola Francesa, que tem em Pêcheux e Maingueneau seus principais expoentes.

Para Maingueneau (2000:13), a análise do discurso é “a disciplina que, em vez de proceder a uma análise lingüística do texto em si ou a uma análise sociológica ou psicológica de seu ‘contexto’, visa articular sua enunciação sobre certo lugar social”. Assim, percebe-se que uma das principais vantagens da utilização dessa técnica é a possibilidade de interpretação não apenas do que é dito, explicitado, mas sobretudo da ideologia que está por detrás das falas, daquilo que os atores realmente querem dizer e que não é necessariamente explicitado. Fiorin (2003) sugere que um mesmo objeto pode ser trabalhado por dois discursos de maneiras diferentes. Desse ponto de vista, os discursos estão relacionados a uma ideologia, a uma determinada forma de enxergar o mundo, que, em geral, diz o modo como os indivíduos devem ou não agir e, portanto, deve ser vista como uma rede de relações na qual o indivíduo está inserido.

Os efeitos de sentido dessas estratégias discursivas de persuasão evidenciam a relação entre a sintaxe e a semântica discursiva. Isso é explicado, de acordo com Fiorin (2003), pelo fato de a sintaxe e a semântica discursiva se inter-relacionarem por meio das estratégias de persuasão discursiva. A sintaxe, como é o campo da manipulação consciente, é mais autônoma que a semântica, definida pela formação social. Para fins de análise dos discursos, as duas são separadas, mas é necessário considerar essa inter-relação para a identificação dos discursos e das ideologias por eles manifestadas.

A semântica discursiva, segundo Fiorin (2000), concretiza a mudança do estado narrativo, que é abstrato, para um estado mais concreto. Para tanto, o autor recorre à diferenciação entre temas e figuras, que por sua vez definem textos predominantemente temáticos ou figurativos. Tematização e Figurativização seriam, portanto, dois níveis de concretização do sentido. A princípio, a oposição entre tema e figura estaria diretamente ligada à oposição abstrato/concreto. Entretanto, concreto e abstrato não são dois termos absolutamente polarizados, mas sim dispostos em um *continuum* em que se vai, de maneira gradual, do mais abstrato ao mais concreto.

Segundo Fiorin (2000), um tema é um investimento semântico, de natureza conceitual. Os temas serviriam de categorias para organizar, categorizar e ordenar os elementos do mundo natural. A figura, por sua vez, é todo conteúdo de qualquer língua natural ou de qualquer sistema de representação que tenha um componente perceptível no mundo natural.

Conjuntamente, os temas e figuras permitem contextualizar os discursos por meio de trajetórias de sentidos desenvolvidas ao longo da narrativa, que constituem os percursos semânticos (FARIA, 2001). Para identificar tais percursos, recorre-se ao nível das figuras e temas, já que esses são o local privilegiado de manifestação da ideologia. Ao encadeamento de figuras, que formam uma trama de relações lexicêmicas, Fiorin (2003) denomina percursos figurativos. O encadeamento de temas, por sua vez, constituiria os percursos temáticos.

Corrêa *et al.* (2007) ressaltam que a Análise do Discurso é potencialmente útil à análise de

entrevistas e discursos veiculados na mídia escrita, uma vez que ela permite reconfigurar os discursos (que são explicitados de forma descontínua) numa forma linear, passível de ser interpretada. Nesse sentido, essa técnica é de extrema valia à análise da construção das representações sociais das mulheres de negócio consideradas. Por meio da AD, reconstruem-se as visões de mundo dos atores sociais a partir da visão dos próprios sujeitos que vivenciam os fatos.

É importante ressaltar que a técnica proposta por Fiorin (2000) foi utilizada, na presente análise, como ferramenta de interpretação das narrativas, visando à identificação dos mecanismos pelos quais os sentidos de “ser mulher de negócios” são construídos. Contudo, é necessário ainda levar em conta a relação desses discursos com outros textos que consideram o mesmo assunto sob diferentes perspectivas, para então chegar à determinação ideológica que incide sobre a linguagem.

A pesquisa desenvolvida tem caráter qualitativo e busca, na interpretação de discursos, a construção de um sujeito histórico contemporâneo, denominado e validado pela associação da qual faz parte como “mulher de negócios”. A *Business Professional Women* (BPW) define-se como uma organização não governamental (ONG), de âmbito mundial, fundada em 1930, na Suíça, que visa a defesa dos direitos da mulher. Conta com filiadas em mais de cem países e possui *status* consultivo em organismos internacionais como ONU, OIT e UNESCO. No Brasil, a primeira associação foi fundada em São Paulo, em 1980; em 1987 foi fundada a Federação Nacional, com sede em Brasília, que conta atualmente com cerca de mil sócias (BPW Brasil, 2008).

Os textos que constituem o *corpus* da pesquisa pertencem a uma coletânea de histórias de sucesso de associadas da BPW Londrina, no Estado do Paraná. Trata-se, portanto, de dados secundários, o que não prejudica a qualidade da análise, uma vez que foram escritos para concorrer a um prêmio e acabaram publicados em livro. O projeto do livro foi concebido pelo Sebrae nacional, que realiza o “Prêmio Sebrae Mulher de Negócios”, lançado em outubro de 2004 para valorizar e estimular o empreendedorismo feminino, em

parceria com a BPW Brasil e a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres.

A diretoria da BPW Londrina, aproveitando a ideia do Sebrae nacional, criou o prêmio Mulher Empreendedora Londrina, e as histórias que concorreram deram origem ao livro *Mulher BPW Londrina conta sua história*, lançado em 2007. O livro reforça a ideia de que a associação dessa cidade é uma das mais atuantes do Brasil; uma de suas principais atividades é a realização anual da feira "Mulher Mostra Londrina", que já teve nove edições. Na feira, as associadas têm a possibilidade de trocar experiências, atualizar contatos e efetivar negócios. No livro, vinte e seis mulheres contaram suas trajetórias, ressaltando os aspectos que acreditam terem sido essenciais para o êxito profissional. Todos os textos têm o mesmo formato: uma página com uma foto de rosto, nome da mulher e título da história no alto da

página, um minicurrículo embaixo e, na página seguinte, a história propriamente dita.

Feita a leitura de todas as histórias, foram escolhidas aquelas que, na opinião das pesquisadoras, abrangiam a representação "típica" dessas mulheres de negócio. Entretanto, também foi levada em conta a diversidade de origem das narradoras, bem como os setores e o porte dos negócios. É importante destacar que, assim como a BPW Mundial, o perfil das associadas é bastante diversificado, incluindo desde proprietárias de microempresas, em setores como varejo de acessórios, até profissionais liberais, como fotógrafas e corretoras de imóveis, e grandes agropecuaristas e diretoras de grupos empresariais. O Quadro 1 apresenta um breve perfil das mulheres cujas histórias foram escolhidas para o presente artigo. Na sessão seguinte, apresenta-se a Análise do Discurso.

Quadro 1 – Perfil das Mulheres de Negócios cujas histórias foram analisadas pela AD

Narradora	Faixa Etária	Área de Atuação	Origem	Chegada a Londrina	Motivo
M A J	Mais de 50	Proprietária de Empresa Agropecuária	SP	1945	Mudança com os Pais
E B L	Mais de 50	Proprietária de Centro de Ensino Superior	SP	1966	Casamento
R M	Entre 30 e 50	Corretora de Imóveis	PR Interior	1977	Mãe
M A C B	Mais de 50	Proprietária de Varejo Decoração	SP	Década de 50	Mudança com os Pais
M G	Entre 30 e 50	Proprietária de Empresa de Locação de som, luzes e cenografia	PR	Nasceu na cidade	-
S A B	Menos de 30	Proprietária de Varejo Bijuterias	PR Interior	Década de 80	Mudança com a Mãe

Fonte: Elaborado pelas Autoras a partir do livro *Mulher BPW Londrina conta sua história* (2007).

4. ANÁLISE DO DISCURSO DE MULHERES DE NEGÓCIOS ASSOCIADAS À BPW

Como forma de realizar comparações e buscar compreender as diversas feminilidades representadas pelas mulheres que contaram suas histórias, utilizaram-se elementos da técnica de

Análise de Discurso proposta por Fiorin (2003, 2000). Quatro critérios linguísticos foram priorizados, em função da pertinência ao *corpus* considerado: os aspectos da seleção lexical, os principais percursos figurativos e temáticos explícitos e implícitos (incluídos pessoas/personagens, espaços, tempos e temas) e

os principais percursos semânticos estruturados a partir dos temas e figuras.

4.1. Seleção lexical

A escolha do vocabulário para contar a própria história perpassa, ainda que inconscientemente, por vocábulos que explicitem e ressaltem tanto as principais dificuldades enfrentadas quanto as conquistas possibilitadas pelo próprio negócio.

Ser positiva, o segredo do meu sucesso.

Nasci em Tamarana e vivi lá toda minha infância. Sou filha de boia-fria, minha mãe trabalhou muitos anos na roça para poder criar cinco filhos. Meu pai nunca trabalhou e perdeu todo dinheiro que tinha em jogatina e amantes. Ele era uma pessoa muito agressiva e batia muito na minha mãe e eu sempre procurava separar os dois. Assim, desde pequena fui muito corajosa. (Trecho 1, SAB).

O título deixa logo evidente que a narradora é uma pessoa de sucesso. Para persuadir o leitor de suas conquistas, ela inicia o texto remetendo ao passado árduo de sua infância. A seleção lexical do trecho 1 privilegia a superação das dificuldades da família em uma pequena cidade rural, Tamarana, onde a mãe trabalhava no campo para sustentar a família sozinha, já que o pai ‘nunca trabalhou’ e ‘ainda perdeu todo o dinheiro’. Na conclusão do trecho, a autora remete à sua coragem, como uma característica que sempre a acompanhou, para enfrentar as dificuldades que a vida lhe oferecia. Alguns desses elementos coincidem com o trecho 2, que inicia outra história considerada:

Intermediadora de felicidade.

Cheguei de Tamarana aos 9 anos de idade – sou pé vermelho pra lá de roxo – para estudar na cidade grande. Um dia minha mãe profetizou sobre a minha vida: “Filha minha não vai ficar debaixo do sol que fiquei a vida toda, e nem ter as mãos calejadas e grossas de puxar enxadas como são as minhas”. Na época não entendi muito bem o que ela dizia, mas de alguma forma via nessas palavras a responsabilidade de corresponder à expectativa. Como? (Trecho 2, RM).

Mais uma vez, a cidade de origem é Tamarana, e a família, de trabalhadores rurais. A personagem-mãe reaparece como incentivadora de um futuro melhor para a filha, isto é, diferente do seu, e longe da roça, o que está explícito no texto

aliás, mais que explícito, profetizado. Apesar de a cidadezinha fazer parte do passado, a identidade da narradora ainda guarda esse traço, e a preocupação de atender à expectativa da mãe está implícita na pergunta que encerra o parágrafo. Além de familiares, outros personagens aparecem como impulsionadores da superação, como no trecho 3:

E foi por enfrentar uma revolução em minha vida, como a de muitas mulheres que tiveram situações parecidas, que fiquei fortalecida para continuar a evoluir. Encontrei soluções a partir de um mesmo ingrediente: “a vontade de vencer”! (Trecho 3, MAJ).

Todos imaginavam que eu poderia ser qualquer coisa na vida menos a mulher que sou hoje: forte, batalhadora, vencedora. (Trecho 4, RM).

A identificação com outras mulheres que passaram por situações difíceis aparece como incentivo para a busca constante de superação. Verifica-se que léxicos de dificuldades como revolução, agressividade, contrapõem-se aos de superação, sucesso, felicidade e vontade de vencer. A mulher reveste-se de força e coragem para vencer as adversidades e corresponder às expectativas depositadas nela. Nos trechos acima, observa-se que a seleção lexical privilegiou aspectos da representação de uma mulher que enfrenta qualquer tipo de desafio (guerreira, batalhadora) e acaba, finalmente, vencedora.

4.2. Percursos figurativos

As figuras utilizadas pelas mulheres para contarem suas histórias constituem dois percursos figurativos antagônicos: o sofrimento e a superação.

O percurso do sofrimento é mencionado principalmente em relação ao tempo passado e está explícito em diversos trechos analisados. A constituição de tais percursos destaca personagens masculinos do passado, como o pai alcoólatra e violento, mencionado no trecho 1 acima, e o avô decepcionado com o nascimento da neta do sexo feminino, conforme trecho a seguir.

Dizem, e eu ouvi isto desde menina, que, quando meu avô abriu o enorme portão de ferro, ouviu meu choro e sentenciou: é menina. Não entrou, e, segundo contam, passou dois dias fora de casa em sinal de protesto, jogando cartas com os amigos...Muito machista esse meu avô, que só me conheceu no 3º dia, quando voltou

para casa. Essa história me marcou profundamente... Talvez pela discriminação que, após adulta, pude entender: era uma "bagagem" que meu avô havia recebido. (Trecho 5, MACB).

Nota-se, nos dois casos, que o sentimento de rejeição constitui o início da trama do sofrimento. Entender e aceitar essa rejeição como algo "natural", parte da vida, ameniza o sofrimento e permite seguir adiante. Ao longo das narrativas, o percurso do sofrimento se associa a outro personagem masculino: o marido. Em dois casos, a morte do marido é narrada com o emprego de figuras bastante expressivas, que tentam dar conta do drama que se instalou na vida das mulheres com essa perda afetiva, como nos trechos 6 e 7.

De repente, vi meus sonhos serem desfeitos, sendo carregados num caminhão coberto de coroas de flores. A morte precoce do meu marido, aos 52 anos de idade, deixou-me com os filhos de nove, doze e quatorze anos. (Trecho 6, MAJ).

Quando finalmente tivemos tempo para nós dois, veio a doença do meu marido, por longos 8 anos, sendo o último o pior. Após sua morte, passei quase um ano "olhando para as paredes". (Trecho 7, MACB).

Ainda sobre o personagem marido, é interessante notar que, entre as que ainda o têm vivo, pode-se observar um sentimento ambíguo em relação a ele. Enquanto as que o perderam por fatalidade expressaram suas perdas com figuras relacionadas a um sofrimento extremo, uma das narradoras manifestou a separação como uma etapa de superação.

No início de 2003 mudamos nosso endereço para nossa própria casa, com empresa estabelecida, funcionários e muitos clientes, porém comecei a me sentir sobrecarregada. Ele trabalhava à noite e dormia de dia, eu trabalhava de dia e de noite. Começamos a competir dentro da nossa própria empresa e precisei optar: ou o casamento ou a empresa. Optei pela empresa. Separamo-nos e dividimos tudo. (Trecho 8, MCGS)

A sociedade com o marido transformou-se numa competição que, desbordando da esfera profissional, invadiu a vida pessoal e tornou inviável a convivência em qualquer dos espaços. Em outro extremo dessa espécie de competição com o marido, a narradora EBL conta da

complementaridade existente entre ela e o cônjuge no trabalho:

Um não interfere no trabalho do outro. Confiamos nas decisões que cada um toma, ele é o Sol e eu sou a Lua. Nós dois nos complementamos. (Trecho 9, EBL).

Todavia, nessa complementação parece estar implícito um distanciamento entre os dois, o que está evidenciado no emprego dos opostos Sol/Lua, que nunca se encontram. De toda forma, além dos dois trechos de discursos sobre a morte do marido, de um sobre a separação e de outro sobre a complementaridade, há ainda alguns que destacam o caráter essencial do personagem masculino como companheiro e incentivador dos planos profissionais, adentrando o percurso semântico da superação.

Nesse percurso, personagens femininos são destacados como fonte de inspiração e exemplo. No passado, a mãe que enfrentou dificuldades e venceu; no presente, outras mulheres de negócio que superaram as adversidades da vida para se constituírem em pessoas de sucesso.

Agradeço a Deus pela mãe que tenho, que é a mulher mais forte e guerreira que conheço; nasci num ventre abençoado e cheio de amor e é isso o que fez a diferença na minha vida. (Trecho 10, SB).

O trecho acima chama a atenção para outra figura recorrente nos discursos analisados. Deus, a fé, a espiritualidade também são utilizados como estratégia persuasiva do percurso da superação, como exemplificado também pelos trechos 11 e 12 a seguir.

Sou espiritualista e acredito em Deus. Diante das decisões difíceis, sempre peço a Deus, em nome de Jesus Cristo, para orientar minhas escolhas. (Trecho 11, EBL)

Apreendi que Deus age em nosso benefício mesmo no momento de desânimo. Para cada pensamento negativo nosso, Deus tem uma resposta positiva e eu só tenho a agradecer. (Trecho 12, MCGS).

Deus é apresentado como um personagem salvador, sempre pronto a oferecer uma resposta nos momentos de dificuldades, nos percalços do dia a dia das mulheres que se dedicam aos negócios próprios e da família.

Como complementação dos percursos aqui identificados, efetua-se a seguir a análise dos percursos temáticos, pois, segundo Fiorin (2000), um conjunto de figuras, para que ganhe sentido, precisa ser a concretização de um tema; além disso, “[...] ler um percurso figurativo é descobrir o tema que subjaz a ele” (*op. cit.*:70).

4.3. Percursos temáticos

As figuras analisadas anteriormente, que dão origem aos dois percursos figurativos de dificuldade e superação, revelam vários temas que fazem parte da construção da história de sucesso das mulheres de negócio. O tema do casamento é recorrente, como passagem “obrigatória” para a constituição da mulher. Relacionadas a ele, encontram-se certas passagens negativas, como morte e separação, e outras positivas, como o apoio e parceria do marido na vida pessoal e nas decisões relacionadas ao negócio.

Outro tema revelado pelos discursos analisados é o da esperança. O pensamento positivo, a vontade de vencer e a religiosidade ou espiritualidade ancoram a expectativa de que o tempo futuro será melhor que o presente, que as dificuldades serão superadas e mudanças para melhor se instalarão após os momentos conturbados; ilustra-o claramente o trecho a seguir:

De uma forma positiva aprendi que não importa o que aconteça, ou quão ruim pareça o dia de hoje, a vida continua, e amanhã será melhor. À medida que caminhamos, temos que nos prometer marchar em frente. Apesar das frustrações e dificuldades, não podemos voltar atrás, e dessa forma tento a cada dia aprender, buscar o melhor, buscar bons relacionamentos na minha área de atuação, porque acredito que no meu trabalho, cada movimento que eu faço, cada palavra que expresso, afetará pessoas [...]. (Trecho 13, MCGS)

Nesse trecho, chama a atenção um percurso temático associado ao percurso figurativo de superação: o da educação. Diante das imposições da vida, como mortes, dificuldades financeiras, ou simplesmente desejo de superação, o investimento em estudos e na aprendizagem constante é uma das alternativas encontradas pelas mulheres que buscam sua realização. No sentido empregado pelas empreendedoras, são valorizados tanto a educação formal, a busca de títulos e certificados,

quanto o aprendizado informal, possibilitado pelo contato com outras pessoas ligadas a negócios, a exemplo do trecho anterior (13) e do seguinte:

Dediquei-me a aprender e compreendi que a vontade é um sentimento e uma atitude que nos impulsiona; com ela, não há nada que não possamos fazer. Algum tempo depois, passei a entender do assunto e me apaixonei por negócios. Tal crescimento me levou às novas oportunidades e participei de feiras, palestras, cursos, reuniões e muitos outros eventos de grande importância política e econômica. (Trecho 14, MAJ).

Para o próximo ano pretendo fazer cursos de gestão e controle, para meu negócio crescer com equilíbrio e estabilidade. (Trecho 15, SB).

A análise dos temas e figuras possibilita, no próximo tópico, identificar trajetórias de sentido desenvolvidas no conjunto das narrativas consideradas, que são os percursos semânticos das mulheres que se consideram, e são validadas pela associação da qual fazem parte, como “de negócios”.

4.4. Percursos Semânticos

Com a análise dos trechos acima, pode-se identificar um primeiro percurso semântico: o das **condições familiares adversas**. Empreender, em alguns casos, é uma alternativa ao trabalho assalariado no campo, necessária à complementação da renda familiar. Iniciativas levadas a efeito ainda na infância, como vender produtos de porta em porta, desenvolveram características empreendedoras necessárias ao sucesso na vida adulta, como demonstram os trechos 16 e 17:

Comecei a trabalhar aos 8 anos, vendendo Avon, e vendia até desodorantes no bar para os “bebuns”, tudo para ajudar a minha mãe, que muitas vezes chorava e sofria muito ao me ver trabalhando, mas aquele dinheiro era importante e ajudava. (Trecho 16, SB).

Percebi muito cedo que tinha facilidade de me comunicar [...] comecei a trabalhar aos 17 anos e percebi que gostava de falar e lidar com as pessoas. (Trecho 17, RM).

Um segundo percurso semântico é comum a muitas histórias narradas: o da **qualificação profissional**. Os estudos, principalmente o curso superior, aparecem como mais uma etapa

obrigatória na superação e melhoria da qualidade de vida própria, do marido e dos filhos, como se vê nos trechos 18 e 19:

Hoje, aos 39 anos, sou mãe de 3 filhos, sendo um adotivo, e tenho a maior profissão do mundo: vendedora! Sou recém-formada em *marketing* e propaganda, curso que escolhi por ser abrangente e que atualizaria e enriqueceria meus conhecimentos [...] meu filho de 18 anos está no segundo ano de *marketing* e propaganda e já está no mercado de trabalho. (Trecho 18, RM).

Por fim, pode-se identificar o percurso das **relações interpessoais**, que dão sentido ao reconhecimento da mulher de negócios não apenas por si mesma, mas também por seus pares, familiares, outras mulheres, homens e até pela sociedade em geral, ao se exercitar a cidadania, como lembrado no trecho 19:

Mas ser mulher de negócios está além das atividades comerciais. É ter um posicionamento como cidadã. (Trecho 19, MAJ).

Tal posicionamento é uma resposta, uma retribuição tipicamente feminina, aos que fizeram e fazem parte de sua trajetória. O triunfo da mulher é validado pela possibilidade de contar sua “mulheres de negócios” (considerarem-se e serem reconhecidas como tal), mas também as oriundas de famílias pobres, que não tiveram recursos financeiros e que, com a vontade de crescer e o próprio esforço, conseguiram conquistar a independência financeira e ingressar num grupo do qual fazem parte tanto executivas, empresárias e empreendedoras, quanto outras profissionais liberais e autônomas, que têm sua independência financeira e são consideradas de sucesso no meio social em que vivem.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Análise de Discurso realizada anteriormente buscou identificar, nas narrativas de mulheres de negócios de Londrina-PR, aspectos de suas trajetórias de vida que as levaram a fazer parte de uma Associação de Mulheres de Negócio e, mais do que isso, a serem exemplos de sucesso dignos de premiação. Assumiu-se que o fato de estarem associadas à BPW garante o *status* almejado, já que isso coloca em igualdade mulheres muito diversas em suas trajetórias, desde as fundadoras ou herdeiras de grandes empresas até as de

história, revelar o segredo de seu sucesso e se associar a outras mulheres que provavelmente passaram por situações parecidas ao longo de suas vidas (Trechos 20 e 21):

Hoje eu entendo a profecia de minha mãe e compreendo o poder das palavras para a vida das pessoas. Deus nos dá os dons, cabe a nós descobri-los, aproveitá-los e multiplicá-los. Confio que é o segredo do sucesso. Minhas raízes são meu orgulho. (Trecho 20 RM).

Minha infância foi muito pobre e já passamos muita fome, mas tenho orgulho de tudo que vivi e mais ainda da minha família. Tenho certeza de que todas essas dificuldades ajudaram a formar o meu caráter e minha vontade de vencer na vida. Por isso considero minha história “um sucesso”, pois venci a fome, o preconceito, a violência, e cresci. (Trecho 21, SB).

Os trechos acima revelam um tipo de “mulher de negócios” fora do estereótipo da executiva que frequentou as melhores escolas e trabalha em grandes empresas, ou da empresária que tenha dado continuidade a negócios bem-sucedidos de uma família abastada. Não apenas estas podem ser

origens adversas, que, sem condições financeiras próprias, nem da família, nem do marido, trilham sua carreira na direção de um pequeno empreendimento capaz de lhes garantir uma condição social diferente da de sua família.

O primeiro elemento do discurso considerado foi a seleção lexical. Nesse plano, os discursos privilegiam a positividade, o desejo e a vontade como verdadeiras “armas” de que dispõem as guerreiras mulheres para enfrentar as adversidades da vida. Nos percursos figurativos, tais sentidos fazem-se novamente presentes, enfatizando altos e baixos, dificuldades e conquistas, desafios e superação. Assim, o antagonismo é o tom predominante da trajetória, já que ser mulher de negócios e de sucesso é viver um drama constante, uma luta incessante pela conquista do espaço público, predominantemente masculino. O tema do casamento reforça esse dilema, sendo o personagem marido ora apresentado como parceiro, ora como concorrente. Na linha da superação, o tema da esperança prevalece, aparecendo por meio de personagens como a mãe heroína e o Deus que dá as respostas e forças

necessárias para seguir adiante. Em conjunto, o percurso das dificuldades e temas supracitados configura um sentido mais amplo do que vem a ser a trajetória da mulher de negócios, que precisa passar por condições familiares adversas antes de alcançar o êxito profissional.

A educação também é apontada como saída para as dificuldades quando se pretende conseguir o espaço almejado no mundo dos negócios, configurando, mais do que um tema, um percurso semântico em que a busca da qualificação profissional é essencial para legitimar a mulher vencedora. Nessa linha de argumentação, não apenas os certificados e a educação formal são valorizados, mas também a aprendizagem informal alcançada por meio das relações interpessoais, como “fazer parte” de uma associação como a BPW.

Em relação à técnica de análise utilizada, é importante considerar que a AD permite desvelar o “não dito”, ou seja, aspectos não mencionados diretamente, mas que permeiam a interpretação do assunto, quando inserido em um contexto social. No caso de mulheres que trabalham fora de casa, sabe-se que a multiplicidade de papéis assumidos por vezes dificulta ou prejudica as relações com o marido e os filhos, pelo menos em relação ao tempo despendido com os mesmos, o que por vezes acarreta às esposas e mães um sentimento de culpa em relação a esse aspecto (TANURE; CARVALHO NETO; ANDRADE, 2007). Entretanto, o complexo de culpa não é mencionado na narrativa de nenhuma das mulheres de negócio consideradas. Pode-se inferir que, no nível da representação do “ideal” de sucesso, a mulher de negócios concilia perfeitamente os papéis de mãe, mulher e profissional.

A abordagem aqui utilizada, embora limitada pelo uso de dados secundários, corrobora a percepção de outros autores, como Corrêa *et al.* (2007), segundo a qual a Análise do Discurso é ferramenta capaz de revelar aspectos pouco explorados das relações de gênero nos estudos organizacionais, sobretudo quando se trata de negócios familiares ou de pequenos empreendimentos em que a história do negócio coincide com a própria vida de seu dono. Se o papel da mãe trabalhadora é decisivo para a formação de filhos empreendedores, abre-se a

oportunidade de que estudos futuros investiguem as “profecias” de mães empreendedoras para suas filhas e filhos. Que sorte os pais empreendedores desejam aos seus filhos: dar continuidade aos negócios? Ou trilhar uma carreira autônoma, independente da família?

Por fim, convém enfatizar que a abordagem do gênero nas organizações como uma questão historicamente contextualizada, e não apenas como um conceito binário que distingue homens e mulheres, abrange o conjunto das alterações que a participação da mulher no mercado de trabalho tem provocado. A exemplo das narrativas analisadas, o discurso da mulher de negócios vai além de um caminho profissional, sugerindo uma nova configuração do papel feminino nas organizações e na própria sociedade, como se pode verificar por meio do emprego dos elementos da análise de discurso escolhidos para tal - a seleção lexical, percursos figurativos, temáticos e percurso semântico.

6. REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, A. *Foucault and Feminism*. The Internet Encyclopedia of Philosophy. University of Queensland, 2006.

ARRUDA, M. C. C. Relação Empresa-Família: O Papel da Mulher. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 36, n. 3, p. 6-13, jul./ago./set. 1996.

BORGES, J. F.; MEDEIROS, C. R. O.; MIRANDA, R. Construção Social das Relações de Gênero e da Carreira Executiva: análise semiótica da presença de estereótipos na literatura gerencialista. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ENANPAD, 2008

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BPW Brasil. Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais. *Sobre a Organização*. 29 out. 2008. Disponível em: <http://www.bpwbrasil.org>. Acesso em: 25 mar. 2013.

- BPW Londrina-PR. *Mulher BPW Londrina conta sua história*. 2007.
- CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L. Do ponto de vista da mulher: abordagens feministas em estudos organizacionais. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. R. (Org.). *Handbook de estudos organizacionais*. São Paulo: Atlas, 1999.
- CALDWELL, R. Agency and Change: Re-evaluating Foucault's Legacy. *Organization*, v. 14, n. 6, p. 769-791, 2007.
- CAPPELLE, M. C. A; BRITO, M. J.; MELO, M. C. O. L.; VASCONCELOS, K. A. A Produção Científica sobre Gênero na Administração: Uma Meta-Análise. ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador. *Anais...* Salvador: ANPAD, 2006. CD-ROM.
- CAPELLE, M. C. A; MAGESTE, G. S.; MELO, M. C. de O. L.; BRITO, M. J. M. A representação feminina na mídia de negócios: um estudo com duas revistas populares especializadas em gestão. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003. Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.
- CORREA, A. M. H.; GONTIJO, M. C. L.; ASSIS, L. B.; CARRIERI, A. P.; MELO, M. C. O. L. Soldadinhos-de-chumbo e Bonecas: representações sociais do masculino e feminino em jornais de empresas. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 11, n. 2, p. 191-211, 2007.
- DEL PRIORI, Mary (Org.). *História das mulheres no Brasil*. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- FARIA, A. A. M. Interdiscurso e intradiscurso: da teoria à metodologia. In: MENDES, E. A. de M.; OLIVEIRA, P. M.; BENN-IBLER, V. (Org.). *O novo milênio: interfaces lingüísticas e literárias*. Belo Horizonte: FALE/UFGM, 2001. p. 31-37.
- FIORIN, J. L. *Elementos de Análise de Discurso*. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2000.
- FIORIN, J. L. *Linguagem e Ideologia*. 7. ed. São Paulo: Ática, 2003. 87 p.
- Paulo: Ática, 2003. 87 p.
- FOUCAULT, M. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- GODOI, C. Análise do Discurso na Perspectiva da Interpretação Social dos Discursos: Uma Possibilidade aberta aos Estudos Organizacionais. *Gestão.Org*, v. 3, n. 1, jan./abr. 2005. Disponível em: www.gestaoorg.dca.ufpe.br.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PNAD – Pesquisa Nacional Amostra por Domicílio. *Censo 2010*. Disponível em: [ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico-2010/Trabalho e Rendimento/pdf/tab-rendimento.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico-2010/Trabalho_e_Rendimento/pdf/tab-rendimento.pdf). Acesso em: 25 mar. 2013.
- JODELET, D. (Org.) *As Representações Sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.
- LETHBRIDGE, E. *Tendências da Empresa Familiar no Mundo*. Publicações (BNDES), jun. 2007. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/revista/rev707.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2009.
- LOPES, F. T. Fotografia de família: Histórias de Poder em Organizações Familiares. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Ciências Econômicas, UFGM, 2008.
- LOURO, G. L. Mulheres na sala de aula. In: DEL PRIORI, M. *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2002.
- MACHADO, H. V.; SILVEIRA, A. H. M.; GOUVEA, A. B. C. T. Significados de Sucesso e Fracasso nos Negócios: o que Dizem Mulheres Empreendedoras. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.
- MADRUGA, L. R. R. G.; GOMES, C. M.; FLEIG, D. G.; ALTISSIMO, J. C.; COSTA, V. F. A Valorização da Mulher no Contexto do Trabalho: Contradições e Evidências Identificadas na Realidade Atual. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25.,

2001, Campinas. *Anais...* Campinas: ANPAD, 2001.

MAINGUENEAU, D. *Termos-chave da análise do discurso*. Trad. Maurício Venício Barbosa e Maria Emília Amarante Torres Lima. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

SAFFIOTI, H. I. B. Contribuições feministas para o estudo da violência de gênero. *Labrys Estudos Feministas*, n. 1-2, jul./dez., 2002. SCOTT, J. Gender: Useful Category of Historical Analysis. *American Historical Review*, v. 91, n. 5, p. 1053-1075, Dec. 1986.

TANURE, B.; CARVALHO NETO, A.; ANDRADE, J. O. *Sucesso e (In) Felicidade do Executivo*. São Paulo: Campus, 2007. 200p