

Empreendedorismo feminino e feminismo neoliberal: uma perspectiva comunicacional e crítica a partir de perfis de empreendedoras no Instagram

Female entrepreneurship and neoliberal feminism: a communicational and critical perspective from entrepreneur profiles on Instagram

Emprendimiento femenino y feminismo neoliberal: una perspectiva comunicacional y crítica desde perfiles de emprendedores en Instagram



Maria Eugênia Porém

- Pós-doutorado em Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).
- Doutora em Educação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp).
- Mestra em Comunicação pela Unesp.
- Professora assistente na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp.
- E-mail: maria.porem@unesp.br



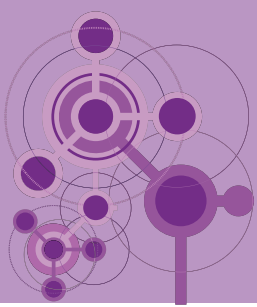
Taynara Ferrarezi Carvalho

- Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp).
- E-mail: taynara.ferrarezi@unesp.br



Michelle Moreira Braz

- Doutora e mestra em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp).
- Docente no curso de Comunicação Organizacional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).
- E-mail: michellemoreirabraz@gmail.com



Resumo

Este artigo busca refletir acerca das relações de sentidos implicadas no fenômeno do empreendedorismo feminino, a partir da análise de quatro perfis no Instagram. Num cruzamento entre a perspectiva comunicacional e a análise crítica do discurso, verificamos que tais perfis apresentam a mulher como prolongamento de sua empresa, racionalidade presente na cultura empreendedora e em intersecção com a visão estabelecida pelo feminismo neoliberal na qual barreiras de gênero podem ser superadas se as mulheres tiverem consciência de suas capacidades individuais.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO • EMPREENDEDORISMO FEMININO • DISCURSO • FEMINISMO • CULTURA EMPREENDEDORA.

Abstract

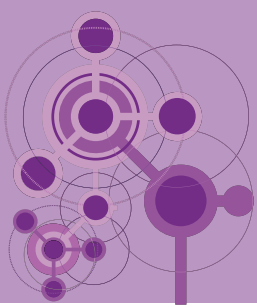
This article aims to reflect on the relationships of meaning involved in the social phenomenon of female entrepreneurship, based on the analysis of four profiles on Instagram. In an intersection between the communicational perspective and the critical discourse analysis, we verify that such profiles show the woman as an extension of her company, a rationality present in the entrepreneurial culture and in intersection with the vision established by neoliberal feminism in which the structural barriers of gender can be overcome if women are aware of their individual capabilities.

KEYWORDS: COMMUNICATION • FEMALE ENTREPRENEURSHIP • DISCOURSE • FEMINISM • ENTREPRENEURIAL CULTURE.

Resumen

Este artículo pretende reflexionar sobre las relaciones de sentido involucradas en el fenómeno social del emprendimiento femenino a partir del análisis de cuatro perfiles en Instagram. En un cruce entre la perspectiva comunicacional y el análisis crítico del discurso, buscamos enfatizar que dichos perfiles representan a la mujer como una extensión de su empresa, una racionalidad presente en la cultura emprendedora y en intersección con la visión establecida por el feminismo neoliberal, en el que las barreras de género pueden ser superadas si las mujeres son conscientes de sus capacidades individuales.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN • EMPRENDIMIENTO FEMENINO • DISCURSO • FEMINISMO • CULTURA EMPREENDEDORA.



INTRODUÇÃO

Segundo dados coletados em outubro de 2021 pela empresa alemã Statista (2022)¹, especializada em dados de mercado e consumo, o Instagram é a quarta maior rede social online com um total de 1,39 bilhão de usuários ativos. Criada em 2010 como uma plataforma de fotografias, hoje o Instagram representa uma rede social complexa com diversos formatos e segmentos de conteúdo. Neste contexto, é inegável como ganham destaque as figuras dos influenciadores e influenciadoras digitais (termo derivado do inglês *digital influencers*), que se dividem em inumeráveis nichos de conteúdo (alimentação, esporte, moda, música, educação etc.).

Ademais, sabemos que a dinâmica do Instagram implica a manutenção de compartilhamentos e seguidores que se interessam, se identificam e/ou, literalmente, seguem o estilo de vida de determinado influenciador. Neste sentido, pode-se compreender que o termo “influenciadores digitais” não é atribuído ao acaso, esses perfis e indivíduos se tornam vozes de autoridade (Colvara; Gabellini, 2020) nos temas que abordam, além de motivarem a compra dos produtos que vendem ou são pagos para divulgar.

Focalizando melhor esta lente da discussão, entre os perfis da plataforma Instagram é possível identificar páginas direcionadas para conteúdos sobre empreendedorismo ou, ainda de forma mais específica, páginas voltadas para o tema do empreendedorismo feminino. Claramente, tais perfis possuem um público bem definido: mulheres empreendedoras ou que pensam em empreender.

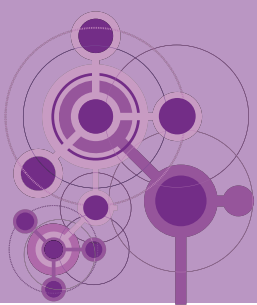
Como propõe Vera França (2005), a comunicação se estabelece enquanto uma prática social, uma situação composta por diferentes elementos que produzem sentidos ao se relacionarem, sendo um processo interacional entre interlocutores (quadro relacional) que ocorre por meio de discursos (práticas discursivas) materializados pela linguagem e localizado em determinado contexto histórico-cultural.

Nas palavras da autora, a comunicação pode ser pensada como “instância de produção de sentidos instalada num contexto relacional” (França, 2005, p.13). Assim, compreende-se o papel constituinte e permeável da comunicação nas múltiplas dimensões da vida humana, pois, por ser uma prática social de produção de sentidos, possibilita a articulação de outras práticas (França, 2005). Desse modo, a perspectiva comunicacional é destacada como “lente” privilegiada para apreender os movimentos que ocorrem na formação ou transformação dos sentidos sociais.

A partir de uma perspectiva comunicacional e crítica, estes perfis, no caso, são visualizados com agentes de um fenômeno comunicacional denominado de *cultura empreendedora*, associada à produção, circulação e consumo de discursos e narrativas que promovem o empreendedorismo como o melhor e único caminho para a realização pessoal e profissional das pessoas em meio às configurações produtivas atuais; ao mesmo tempo que prescrevem como as pessoas devem ser e se comportar para transformarem a si mesmas no moldes de vida de empreendedores e empreendedoras considerados bem-sucedidos (Casaqui, 2018, 2021).

Este artigo se insere nesse contexto temático, observando essa dinâmica a partir do fenômeno do empreendedorismo feminino. Dessa forma, a pesquisa se propõe a analisar quatro perfis específicos no Instagram voltados ao empreendedorismo feminino e, por meio dessa análise, refletir acerca das relações de sentido implicadas em meio ao empreendedorismo feminino e de como esses perfis incorporam dinâmicas próprias de seu recorte de gênero e da cultura empreendedora. Parte-se aqui do pressuposto de

¹ Segundo os dados coletados pela pesquisa (Statista, 2022), o Facebook é a rede social com o maior número de usuários ativos (2,89bilhões), seguido do YouTube (2,29bilhões), WhatsApp (2bilhões) e Instagram (1,39bilhão).



que os sentidos da atividade empreendedora feminina estão invariavelmente relacionados a valores e crenças comuns aos empreendedores de modo geral, fazendo parte da mesma cultura. Entretanto, o adjetivo “feminino” introduz nessa dinâmica elementos particulares.

Por meio de um cruzamento teórico e metodológico entre a perspectiva comunicacional e a análise crítica do discurso (ACD), definiu-se como *corpus* os seguintes perfis: 1) @girlsrevolution.br; 2) @mikaellaferreira; 3) @movinggirls; e 4) @woman_empreendedorismo.

Para tal empreitada analítica, a perspectiva comunicacional de tais perfis será amparada pela ACD, tendo, desse modo, uma abordagem transdisciplinar de análise de textos que combina análise linguística com teoria social, sendo denominada por Norman Fairclough (2001) de *teoria social do discurso*. Assim, a pesquisa fundamentada na ACD visa investigar um problema social através das *evidências* deixadas nos textos, pois estas marcam as relações entre discursos e prática social, e, a partir daí, desnaturalizar determinadas crenças que sustentam relações assimétricas de poder e contribuem para a permanência de estruturas de dominação (Resende; Ramalho, 2004).

CULTURA EMPREENDEDORA E EMPREENDEDORISMO FEMININO

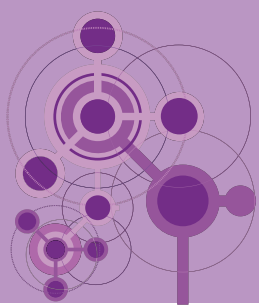
O empreendedorismo não é uma temática recente na esfera da opinião pública, mas há de se reconhecer que nos últimos anos a discussão sobre a atividade se proliferou e alcançou espaço de destaque nos mais variados âmbitos sociais. Partindo-se de uma perspectiva comunicacional e crítica, a notoriedade do fenômeno deixa em evidência a conformação de uma cultura própria, com narrativas, símbolos, modelos, ritos e crenças, de fato, uma “cultura empreendedora” (Casaqui, 2019), amplamente difundida tanto na mídia tradicional quanto nas redes digitais.

Nesta observação, percebe-se que os valores e as crenças entrelaçadas simbolicamente ao empreendedorismo são fomentados e difundidos no contexto social em uma chave positiva (López-Ruiz, 2007). Empreender, para além de uma atividade econômica autônoma, se torna um valor moralmente positivo, um caminho intensamente recomendado para aqueles e aquelas que buscam a realização, não apenas profissional, como pessoal. Uma oportunidade de, através do “próprio esforço”, buscar sonhos e fazer “dar certo” por si mesmo.

Como discutem Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009), existe uma relação intrínseca da exaltação da atividade empreendedora e da figura do empreendedor com o que os autores denominam de “novo espírito do capitalismo”. Este espírito ou conjuntura política, econômica e social na qual todos estão inseridos, torna o empreendedor, os sentidos e valores embutidos nesta figura no principal modelo para a “fabricação” (Dardot; Laval, 2016, p.321) de subjetividades neoliberais.

Nessa perspectiva, como destacam Pierre Dardot e Christian Laval (2016), o neoliberalismo representa a racionalidade do espírito atual do capitalismo. Esse, segundo os autores, ultrapassa o sentido de ideologia como orientação de práticas para se colocar enquanto normatividade, como um projeto de caráter social e político que visa, para além das condutas dos governantes, controlar a ação dos governados, “estendendo a lógica do capital a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida” (Dardot; Laval, 2016, p.7). Desse modo, a construção de subjetividades alinhadas a essa racionalidade é fundamental como forma de domesticação, ou seja, de construção de formas de viver e ser na sociedade, de se relacionar com os outros e com a vida. Fernanda Medeiros (2017, p.153) retoma o conceito foucaultiano de “governamentalidade”² para explicar como a

2 Para Michel Foucault (2008, p.143-144), a governamentalidade é “[...] o conjunto constituído pelas instituições, os procedimentos, análises e reflexões, os cálculos e as táticas que permitem exercer essa forma bem específica, embora muito complexa, de poder que tem por alvo principal a população, por principal forma de saber a



"técnica de governo" do neoliberalismo pode afetar a vida dos sujeitos. Para a autora, essa estratégia se baseia em naturalizar a racionalidade econômica em todas as relações sociais e subjetividades. Isso, na visão de Dardot e Laval (2016), significa que

[...] com o neoliberalismo, o que está em jogo é nada mais nada menos que a forma de nossa existência, isto é, a forma como somos levados a nos comportar, a nos relacionar com os outros e com nós mesmos. O neoliberalismo define certa norma de vida nas sociedades ocidentais e, para além dela, em todas as sociedades que as seguem no caminho da "modernidade". (Dardot; Laval, 2016, p.16, grifo do autor)

Assim, as figuras dos empreendedores e empreendedoras de sucesso se convertem em modelos de comportamento e conduta para os trabalhadores e trabalhadoras, personificando sentidos como meritocracia, flexibilidade, competitividade, autonomia, liberdade, entre outros.

Desse modo, no ambiente midiático se proliferam inúmeros exemplos de mulheres bem-sucedidas, em cargos de alto escalão e fundadoras de grandes empresas que são, ao mesmo tempo, mães, chefes de família, esposas e filhas. Isso reforça o estereótipo da mulher multitarefas (Acquaro, 2018), ou seja, aquela que concilia, sem grandes dificuldades, todos os papéis tipicamente femininos e domina o ambiente dos negócios.

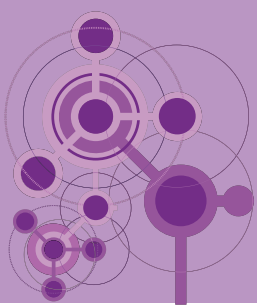
Em conexão com o debate sobre o discurso do empreendedorismo feminino, Tatiana Leal (2015, p.24) destaca que "os discursos midiáticos, muitas vezes, por trás de estéticas libertárias, produzem normatizações conservadoras, especialmente para o gênero feminino". A autora nos fornece uma análise sobre como, no contexto midiático brasileiro, a mulher "empresária", "poderosa" e "chefona" tem sido retratada como representação oficial da conquista da igualdade de gênero, não sendo mais necessária a existência, por exemplo, do movimento feminista, já que as mulheres teriam "chegado ao topo". A autora parte da hipótese de que esse modelo de comportamento imposto às mulheres contemporâneas não tem como foco romper com os tradicionais papéis femininos nem desconstruir as estruturas sociais, econômicas e políticas de opressão de gênero, mas, sim, pautar o empoderamento e a ascensão econômica de mulheres individualmente e em consonância com as demandas da agenda neoliberal (Leal, 2015).

FEMINISMO NEOLIBERAL

Os feminismos, no plural, devem ser compreendidos enquanto fenômenos históricos, políticos e sociais, representados por múltiplas faces, e que se articulam, entre si e para além, como lugares de disputas hegemônicas, ou seja, como espaços de intensas e constantes negociações dos sentidos difundidos e aceitos socialmente da representação da figura feminina, de como as mulheres devem ser e como devem se comportar diante das variadas formas de opressão no presente.

A partir desse complexo contexto, coloca-se em discussão aqui que a noção contemporânea da "mulher empoderada e bem-sucedida" (tanto na carreira como na vida pessoal), personificada por empreendedoras e empresárias de sucesso, também deve ser vista como uma construção político-ideológica que emerge neste emaranhado de negociações de sentido.

economia política e por instrumento técnico essencial os dispositivos de segurança. Em segundo lugar, por 'governamentalidade' entendo a tendência, a linha de força que, em todo o Ocidente, não parou de conduzir, e desde há muito, para a preeminência desse tipo de poder que podemos chamar de 'governo' sobre todos os outros – soberania, disciplina – e que trouxe, por um lado, o desenvolvimento de toda uma série de aparelhos específicos de governo [e, por outro lado], o desenvolvimento de toda uma série de saberes. Enfim, por 'governamentalidade' creio que se deveria entender o processo, ou antes, o resultado do processo pelo qual o Estado de justiça da Idade Média, que nos séculos XV e XVI se tornou o Estado administrativo, viu-se pouco a pouco 'governamentalizado'".



Para adensar esta reflexão, uma discussão contemporânea entre pesquisadoras feministas sobre a configuração de um discurso feminista que se aproxima de forma contundente da racionalidade neoliberal é muito pertinente. Por exemplo, de acordo com Medeiros (2017), a relação visualizada entre feminismo e neoliberalismo passou a adquirir centralidade nas discussões feministas, tendo como foco o debate a respeito das novas demandas de trabalho direcionadas às mulheres na atualidade e a conciliação de uma carreira profissional bem-sucedida com as tradicionais funções domésticas e familiares. A crítica a essa relação estaria situada em um processo de aderência a uma roupagem neoliberal e individualista do movimento feminista.

Para Catherine Rottenberg (2019), o que se passou a denominar de “feminismo neoliberal” representa uma nova vertente feminista que se tornou hegemônica no eixo anglo-americano na última década. Segundo a autora, essa vertente, mesmo reconhecendo a existência de desigualdades causadas pelas relações hierárquicas de gênero, como “[...] a disparidade salarial e o assédio sexual” (Rottenberg, 2019, tradução nossa), destituem essas de sua dimensão estrutural, propondo soluções “individualizadas” para suas problemáticas. Assim, o feminismo neoliberal corresponde a “[...] uma forma de feminismo que não apenas nega as estruturas socioeconômicas e culturais que moldam nossas vidas, mas também que abandonou termos feministas fundamentais, como libertação e justiça social” (Rottenberg, 2019, tradução nossa).

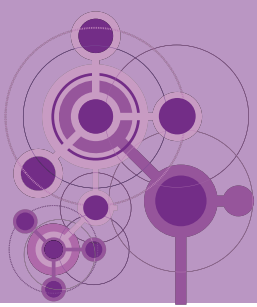
O individualismo, como reflete Nalu Faria (2019, p.28), é uma das bases para que o neoliberalismo reproduza “o modelo de concorrência” necessário para o funcionamento do sistema, enraizando-se não apenas no contexto do trabalho, mas também nas formas como os sujeitos constroem suas visões de mundo e suas identidades. Para a autora, isso pode fornecer uma pista sobre o porquê hoje é cada vez mais difundido o discurso feminista no qual a mudança na situação de opressão das mulheres se estrutura unicamente no âmbito individual.

Esses discursos buscam construir a ideia de que o feminismo é uma forma de comportamento moderno, harmonizado com a ideia de sujeitos com uma autonomia superdimensionada, deslocada do contexto social que nos cerca e sem contradição com a lógica de mercado. (Faria, 2019, p.28)

A partir dessa perspectiva, compreende-se que, em meio às disputas de sentidos presentes nas sociedades, também é possível se deparar com a elaboração de um discurso feminista que, ao promover a conquista de espaço e de direitos para as mulheres, restringe esse “êxito” aos limites do próprio capitalismo, ou seja, não busca por sua ruptura, mas adéqua a subjetividade feminina a esse modo de vida. Entre os efeitos discursivos que essa dinâmica instaura, cita-se a equiparação de sentidos como “empoderamento”, “emancipação”, “igualdade”, “autonomia” com a ideia de “sucesso profissional”, o que gera uma perspectiva de superação da opressão de gênero que é pautada por conquistas meritocráticas e individualizadas (Medeiros, 2017).

Essa toada reflexiva também é expressa por Johanna Oksala (2019), quando afirma que a governamentalidade neoliberal torna primordial que os sujeitos busquem seus interesses individuais e, quando isso acontece, a coletividade ganha. Assim, segundo ela, a proliferação de um discurso que incentiva a escolha livre é o aspecto mais traiçoeiro da racionalidade neoliberal que incide sob o feminismo, afinal “o sujeito neoliberal é um ato livre de alto interesse totalmente responsável por navegar pelo domínio social utilizando cálculos de custo-benefício, aqueles que fracassam podem culpar apenas a si mesmos” (Oksala, 2019, p.134).

Compreende-se com este debate que os sentidos que permeiam o feminismo na contemporaneidade estão em disputa e rearticulações constantes. A ideologia do neoliberalismo, sua governamentalidade, busca, para além de disciplinar os sujeitos, produzir uma subjetividade específica: um sujeito econômico como empreendedor de si mesmo – ou de si mesma (Oksala, 2019).



ANALISANDO PÁGINAS DE EMPREENDEDORISMO FEMININO NO INSTAGRAM EM UMA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL

Quatro são os perfis de empreendedorismo que formam o *corpus* desta análise, sendo eles: 1) Girls Revolution; 2) Mikaella Ferreira; 3) Moving Girls; e 4) Woman Empreendedorismo³. Em pesquisa anterior e diante de uma amostragem significativa de postagens desses perfis⁴, neste artigo selecionamos apenas casos flagrantes e emblemáticos desta condução discursiva neoliberal.

Para a escolha desses quatro perfis, adotou-se um protocolo de filtragem e seleção de perfis do Instagram que comporiam o *corpus* da análise. Em um primeiro momento, usou-se a ferramenta de pesquisa da própria plataforma, partindo das palavras-chave: “empreendedorismo feminino”, “empreendedora” e “mulher empreendedora”. Essa primeira busca forneceu a percepção de que esses termos são utilizados de forma recorrente em um grande número de páginas, seja nos nomes dos perfis ou nas suas descrições (também chamadas de biografias ou apenas “bio”). Esse foi um ponto de observação pertinente para o estudo, pois possibilitou visualizar empiricamente o espalhamento da nomenclatura empreendedorismo feminino/empreendedora e o destaque que ganha no contexto contemporâneo como adjetivo adotado por uma gama de mulheres.

Devido à multiplicidade de perfis encontrados, em consonância com a recorrência desta temática em páginas restritas ao marketing digital, somada ao fato de que o objetivo deste estudo era compreender a manifestação da cultura empreendedora e os ideais da subjetividade feminina neoliberal nos discursos construídos nos perfis, o recorte estabelecido para a seleção do *corpus* convergiu, desse modo, para a busca e especificação de páginas na qual a temática do empreendedorismo estivesse relacionada às próprias vivências de mulheres empreendedoras, que produzem diversos conteúdos para interlocutoras também inseridas neste contexto.

Observados como parte integrante da cultura empreendedora, esses perfis seguem uma linha discursiva de incentivo de suas leitoras a ingressarem no caminho do empreendedorismo, legitimando esse modelo como um “sonho” que, apesar de todos os percalços, seria o único caminho possível para se alcançar tudo aquilo que elas mais anseiam, seja no âmbito profissional ou no pessoal.

Neste sentido, as páginas adquirem um tom prescritivo e técnico sobre como se transformar para atender ao modelo de conduta incentivado pelo sistema hegemônico (figuras 1 e 2), conformando-se em torno do que Vander Casaqui (2018, 2021) denomina de “autoajuda empreendedora”.

3 Disponível em: <https://www.instagram.com/girlsrevolution.br/>; <https://www.instagram.com/mikaellaferreira/>; <https://www.instagram.com/movinggirls/>; <https://www.instagram.com/jaqueollibar/>. Consultados entre janeiro e dezembro de 2021. Durante a etapa final de redação deste artigo, a página @woman_empreendedorismo teve o nome alterado por sua proprietária, Jaqueline Ollibar. Posteriormente, Ollibar deletou todas as postagens e decidiu focar sua produção de conteúdo sobre empreendedorismo feminino em seu perfil pessoal @jaqueollibar. As capturas do perfil @woman_empreendedorismo apresentadas aqui foram retiradas do catálogo produzido durante a dissertação de mestrado de uma das autoras. Entende-se que tais perfis de redes sociais são objetos de estudo mutáveis e imprevisíveis. Os links das figuras não estão mais em funcionamento e tomamos a decisão de destacar o link do perfil atual de Ollibar (<https://www.instagram.com/jaqueollibar/>) como forma de orientação para os leitores e leitoras.

4 No caso, a amostragem completa compreende o desenvolvimento de pesquisa de uma das autoras.

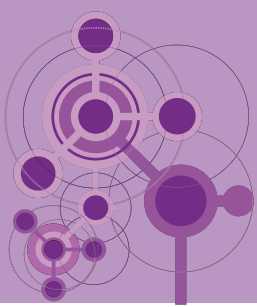


Figura 1: Post publicado em 26 de junho de 2021 no perfil @mikaellaferreira



Fonte: @mikaellaferreira⁵.

Figura 2: Post publicado em 17 de janeiro de 2020 no perfil @woman_empendedorismo



Fonte: @woman_empendedorismo⁶.

Como aponta Ieda Tucherman (2012), compreender o papel comunicacional da autoajuda ao longo da história pressupõe associá-la aos contextos políticos e econômicos de cada período. Momentos de crise ou de grandes mudanças sociais, como salienta a autora, são próprios para a proliferação desse gênero discursivo, pois a autoajuda age como uma “[...] ferramenta de treinamento, consolo ou orientação [...]” (Tucherman, 2012, p.323), sobretudo para sujeitos que se encontram vulneráveis e inseguros quanto às escolhas e caminhos que devem perseguir em suas vidas e carreiras.

Observa-se que em uma quantidade significativa de postagens a fórmula da autoajuda é utilizada para motivar as interlocutoras a “começar”, “dar o primeiro passo” no sonho do empreendedorismo. Caso dos exemplos nas figuras 3 e 4:

5 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CQlgLsxft0I/>. Acesso em: 13 set. 2021.

6 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7b2J0yBKQP/>. Acesso em: 9 set. 2021.

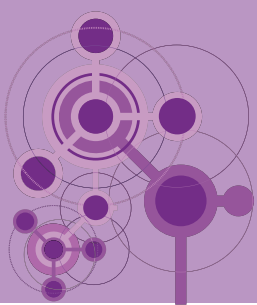


Figura 3: Post publicado em 4 de março de 2019 no perfil @movinggirls



Fonte: @movinggirls⁷.

Figura 4: Post publicado em 13 de janeiro de 2020 no perfil @girlsrevolution.br



Fonte: @girlsrevolution.br⁸.

Em meio às postagens, é possível também destacar que os sentidos presentes no discurso do gênero de autoajuda, demarcadamente, também são trazidos de uma forma a se relacionar com o empoderamento feminino. Dito de outro modo, as postagens assumem tom de autoajuda reforçando a ideia de que suas interlocutoras, enquanto mulheres empoderadas, podem chegar aonde desejam a partir do “esforço” e “trabalho duro” em seus empreendimentos. Caso, por exemplo, das figuras 5, 6 e 7:

7 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bum5ZYqBjGy/>. Acesso em: 9 set. 2021.

8 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7Qn5X7nM3s/>. Acesso em: 8 set. 2021.

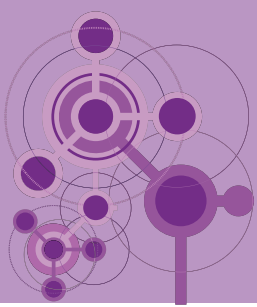
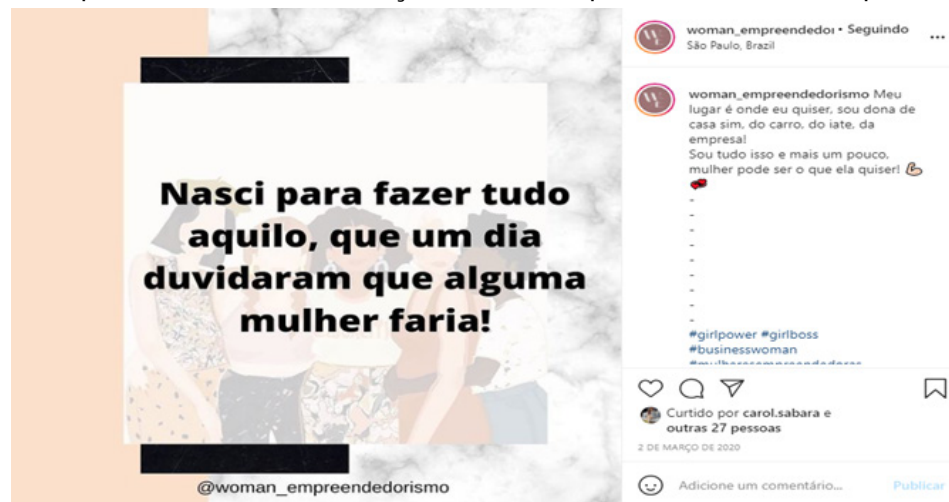


Figura 5: Post publicado em 2 de março de 2020 no perfil @woman_empendedorismo



Fonte: @woman_empendedorismo⁹.

Figura 6: Post publicado em 11 de fevereiro de 2020 no perfil @girlsrevolution.br



Fonte: @girlsrevolution.br¹⁰.

Figura 7: Post publicado em 10 de setembro de 2020 no perfil @movinggirls

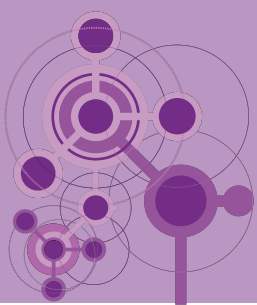


Fonte: @movinggirls¹¹.

9 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9PO-CmhvzF/>. Acesso em: 9 set. 2021.

10 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7Qn5X7nM3s/>. Acesso em: 8 set. 2021.

11 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CE9aeC3Df2B/>. Acesso em: 9 set. 2021.



O post da Figura 5 apresenta uma frase que carrega implicitamente sentidos sobre o contexto de desigualdade de gênero: "Nasci para fazer tudo aquilo, que um dia duvidaram que uma mulher faria". Apreende-se aqui que as orações são utilizadas na postagem como uma forma de empoderar, motivar e incentivar as interlocutoras do perfil a acreditarem no potencial dos seus negócios, uma vez que a enunciadora em questão aparece no texto como uma mulher empoderada, que "nasceu para chegar" aonde o patriarcado teria impedido as mulheres do passado de estarem, embora ela não utilize o termo "patriarcado". Contudo, também se infere pelo uso da expressão "um dia" que, para a autora do post, este é um contexto distante, de uma época que não existe mais, em que seria impensável para uma mulher atingir o status de empresária de sucesso.

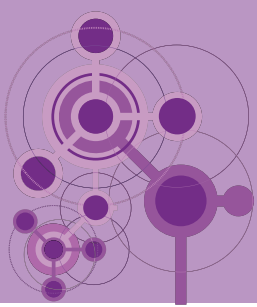
Já na legenda da mesma postagem, chama a atenção o uso das expressões "meu lugar é onde eu quiser" e "mulher pode ser o que ela quiser!", ambas fazendo referência a um bordão comumente atribuído aos discursos direcionados ao empoderamento feminino: "lugar de mulher é onde ela quiser". Interpreta-se aqui que essas expressões trazem consigo um sentido interdiscursivo, pois, em geral, se relacionam a uma postura de enfrentamento de ditos populares machistas que enfatizam que lugar de mulher é "em casa, na cozinha, cuidando do marido e da família" etc., o que indica que as mulheres também podem ocupar espaços de poder, tanto no mercado de trabalho como na política.

Entretanto, nos termos deste estudo e em meio ao contexto do empreendedorismo feminino, essa construção discursiva também pode ser associada à estruturação de uma subjetividade feminina atrelada aos preceitos neoliberais. Afinal, a sentença "lugar de mulher é onde ela quiser" vem carregada de sentidos individualizantes da luta feminina, pois, como observado, o sujeito do discurso, no caso a mulher, determina aonde ela quer chegar. Porém, as barreiras de gênero impostas socialmente para a maioria das mulheres estão longe de serem uma realidade ultrapassada ou que pode ser superada por cada mulher individualmente. Além disso, como também se evidencia através da postagem em discussão, esse sentido de empoderamento apontado se restringe unicamente a conquistas materiais: carro, iate e empresa.

Aliás, este é um aspecto que também pode ser observado na postagem da Figura 6, publicada no perfil @girlsrevolution.br, na qual se interpreta que a desigualdade de gênero, embora a publicação também não articule isso de forma explícita, faz com que as mulheres sejam silenciadas e precisem esconder seus "méritos", "sucessos" e "feitos". Assim, ao falarem de suas conquistas abertamente e com orgulho, como expresso na publicação, as mulheres estariam de alguma forma se rebelando, mas não deixando claro exatamente a que se refere essa rebelião. Entende-se que nesse post há uma tentativa de incentivar as interlocutoras da página a valorizarem suas conquistas profissionais e pessoais, de modo a se orgulharem delas.

Contudo, mesmo compreendendo que este é um passo importante para muitas mulheres que, devido à subjugação de gênero que marca o contexto social, não conseguem se enxergar como capazes e capacitadas para determinadas funções profissionais, o termo "rebelião" é interpretado aqui como detentor de uma força enunciativa que não se aplica ao contexto apresentado. Não está em questionamento a capacidade do empoderamento em nível individual de provocar mudanças, mas é contraditório se rebelar contra a desigualdade de gênero intrínseca aos modos de funcionamento da sociedade, inclusive do próprio sistema capitalista, por meio de uma postura individualista e de valorização de conquistas meritocráticas.

No post da Figura 7, a noção do empoderamento feminino é expressa unicamente através do ideal da mulher bem-sucedida, aspecto identificado na frase central da imagem compartilhada no perfil: "ninguém pode parar uma mulher que tá construindo sua própria história e seu próprio futuro! E se achar ruim, construo duas empresas!". O que se apreende dessa postagem em específico é que "construir uma história", "um futuro" e "ter liberdade" são equiparados à construção de uma empresa, ou, como expresso no tom de desafio do post, de "duas empresas", caso a mulher, sujeito da frase, seja incitada a provar seu valor para o interlocutor a quem se direciona o texto.



Assim, através deste conjunto de postagens retiradas das páginas analisadas, podemos vislumbrar que o empoderamento feminino é reduzido a um constructo individual que se relaciona ao discurso da vertente feminista denominada de feminismo neoliberal. Apontando uma confluência dos discursos da vertente feminista neoliberal com os discursos gerenciais presentes no empreendedorismo, Nancy Fraser (2017) indica uma preocupação com um processo de cooptação das pautas feministas pelo projeto neoliberal:

[...] temo que o movimento pela libertação feminina tenha se enredado perigosamente com os esforços neoliberais de construir uma sociedade de livre mercado. Isto explicaria como pode ser que as ideias feministas, antes parte de uma visão radical de mundo, cada vez mais têm sido expressas em termos individualistas. Se antes feministas criticavam uma sociedade pró-carreirismo, agora aconselham as mulheres a se envolver mais nas carreiras. Um movimento que antes priorizava a solidariedade social e agora celebra empreendedores femininos. Uma perspectiva que antes valorizava o "cuidado" e a interdependência e agora encoraja o crescimento individual e a meritocracia. (Fraser, 2017)

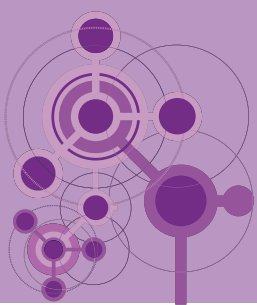
Como também reflete Oksala (2019), baseada em uma perspectiva foucaultiana da governamentalidade do neoliberalismo que incide sobre o sujeito feminino contemporâneo, as tecnologias de gênero utilizadas pela racionalidade neoliberal embutiram na ideia de "escolha pessoal" diversas formas de "dominação, hierarquia social e exploração econômica" (Oksala, 2019, p.134) à medida que as barreiras se tornaram individuais e pessoais, e não mais políticas. Nas palavras da autora:

[...] o modo pelo qual os hábitos nunca são simplesmente uma questão de livre escolha, mas estão diretamente ligados a normas sociais, sanções e recompensas – a estrutura neoliberal efetivamente apaga essas percepções. As mulheres internalizam as divisões sociais e as hierarquias de poder por meio de técnicas cotidianas de gênero, a tal ponto que se tornam parte de suas subjetividades. [...] A crença de que as mulheres possuem controle completo de suas vidas, que a feminilidade tradicional é sua livre escolha, e que elas podem conseguir tudo aquilo que queiram, não apesar de, mas com a ajuda desta livre escolha, torna-as mais condescendentes com as técnicas normativas de gênero. (Oksala, 2019, p.134)

Conforme discutido anteriormente, no cenário contemporâneo é nítida a ampliação de ideias e pensamentos estruturados a partir de discussões dos movimentos feministas para alguns setores da sociedade. Como aponta Faria (2019, p.22), em meio à polissemia de pautas é possível visualizar "sentidos comuns e convergentes", como o crescente reconhecimento da necessidade de enfrentamento das desigualdades racial e de gênero difundidas nos mecanismos culturais e econômicos; o respeito à diversidade sexual; a valorização de caminhos mais democráticos e horizontais para o exercício do poder; e o entendimento da necessidade de as mulheres formularem estratégias conjuntas e organizadas para o combate à opressão de gênero, a valorização do trabalho de cuidado e o alcance de lugares sociais de decisão.

Entretanto, a observação de como essas pautas se entremeiam culturalmente em alguns setores, principalmente nos discursos de empresas e organizações globais de desenvolvimento econômico e social, vem chamando a atenção de autoras feministas há mais de 30 anos, como destaca Andrea Cornwall (2018). A autora pontua, especialmente olhando para o alastramento do termo *empoderamento*, que há uma utilização do discurso de capacitação de mulheres e meninas para o empreendedorismo de forma a colocá-las como responsáveis por superarem sozinhas as barreiras impostas a elas. Cornwall (2018) expressa, então, como falar de empoderamento feminino unicamente através de práticas como empreendedorismo promove, na verdade, uma correlação entre poder e dinheiro. Neste sentido,

A aquisição de dinheiro passa a ter poderes quase mágicos, como se, uma vez que as mulheres tivessem seu próprio dinheiro, poderiam sacudir a varinha e, num passe de mágica, fazer desaparecer as normas sociais, as relações afetivas e as instituições subjacentes que as constroem. (Cornwall, 2018, p.6)



Infer-se que, em meio aos sentidos da cultura empreendedora, a mulher é vista como uma extensão de sua empresa, sua vida é medida em termos empresariais, não apenas no trabalho, mas também em nível pessoal, como na maternidade (Carvalho; Porém, 2020). Desse modo, percebe-se que parte das mulheres que se relacionam com o empreendedorismo, mesmo que inconscientemente, passam a reproduzir no interior de seus discursos a racionalidade ideológica do neoliberalismo. Afinal, como defendido por Fairclough (2001), as ideologias são mais eficazes quando não percebidas pelos interlocutores na difusão de seus discursos, quando naturalizadas a ponto de serem consideradas como parte indissociável da realidade objetiva.

EMPREENDEDORISMO FEMININO E FEMINISMO NEOLIBERAL: FACES DA MESMA MOEDA?

Compreende-se com este debate que os sentidos que permeiam o feminismo na contemporaneidade estão em disputa e rearticulações constantes. A ideologia do neoliberalismo, sua governamentalidade, busca, para além de disciplinar os sujeitos, produzir uma subjetividade específica: um sujeito econômico como empreendedor de si mesmo – ou de si mesma (Oksala, 2019). Nesse sentido, infer-se que ambos os discursos, do feminismo neoliberal e do empreendedorismo feminino, estão intimamente relacionados ao projeto neoliberal, sustentando o que Boltanski e Chiapello (2009) denominaram de “terceiro espírito do capitalismo”. Tanto o discurso neoliberal quanto o discurso hegemônico da cultura empreendedora direcionado às mulheres evocam a construção de uma subjetividade feminina que segue a normatividade do individualismo, da competição e da gestão de si mesma como empresa de alta performance. A igualdade de gênero, neste contexto, se amarra aos espaços abertos dentro do próprio capitalismo. A meritocracia, o trabalho duro, a responsabilização da mulher pelo caminho de sua vida, seus rendimentos financeiros e cargos se transformam em indicadores de empoderamento e de redução da desigualdade de gênero.

Assim, a mulher é vista como extensão de sua empresa, ou seja, toda sua vida é medida em termos empresariais não apenas no trabalho, mas também em nível pessoal, como na maternidade. Isso compõe a visão estabelecida pelo feminismo neoliberal, no qual as barreiras estruturais de opressão de gênero podem ser superadas se as mulheres tiverem consciência de suas capacidades individuais.

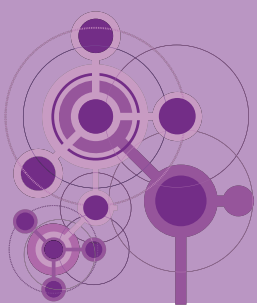
Desse modo, os perfis investigados como objetos comunicacionais são contundentes para o reconhecimento de tensionamentos e reorientações do que é legitimado como empreendedorismo feminino nas ambiências digitais: saindo de uma historicidade de justiça social e liberação feminina por meio de lutas coletivas para um discurso inegavelmente neoliberal. Aliás, tal empreendedorismo feminino flagra a própria representação feminina que mais se aproxima do que se é esperado de uma mulher em nosso contexto atual.

REFERÊNCIAS

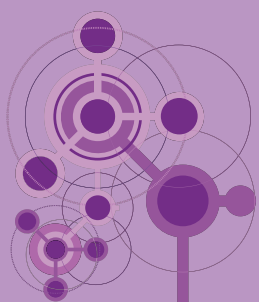
ACQUARO, Juliane. *Empreendedorismo feminino ou trabalho por conta própria?* Um estudo sobre trabalhadoras na cidade de São Carlos/SP. 2018. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CARVALHO, Taynara Ferrarezi de; PORÉM, Maria Eugênia. Lógica neoliberal e as mães empreendedoras: uma perspectiva comunicacional sobre os sentidos do empreendedorismo feminino. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS, 14., 2020, Bauru. *Anais* [...]. São Paulo: Abrapcorp, 2020. p.1-15.



- CASAQUI, Vander. Autoajuda empreendedora e a dimensão comunicacional do Espírito do Tempo. *In: BOMFIM, Ivan et al. (org.). Mídia e zeitgeist*. Florianópolis: Editora Insular, 2021. p.209-228.
- CASAQUI, Vander. Empreendedorismo como fenômeno comunicacional, como discurso social e como inspiração. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, v.16, n.30, p.204-212, 2019.
- CASAQUI, Vander. Estudos da cultura empreendedora no campo da comunicação: macroproposições, narrativas, inspiração. *Galáxia*, São Paulo, n.37, p.55-65, 2018. doi:<https://doi.org/10.1590/1982-2554132741>.
- COLVARA, Bianca; GABELLINI, Laryssa. Influenciadores e dinâmicas da vida online: as formas de consumo no Instagram, análise dos perfis da influenciadora Carla Lemos. *In: ENCONTRO VIRTUAL DA ABCIBER, 2020. Anais [...]. [S.l.]: ABCiber, 2020. p.1-5.*
- CORNWALL, Andrea. Além do “Empoderamento Light”: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global. *Cadernos Pagu*, Campinas, n.52, e185202, 2018.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FARIA, Nalu. Desafios feministas frente à ofensiva neoliberal. *In: MORENO, Renata; ZELIC, Helena (org.). Feminismo em resistência: crítica ao capitalismo neoliberal*. São Paulo: SOF, 2019. p.13-40.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília, DF: Editora UnB, 2001.
- FOUCAULT, Michel. *Segurança, território, população: curso dado no Collège de France (1977-1978)*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FRANÇA, Vera Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. *In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de (org.). Comunicação, representação e práticas sociais*. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Aparecida: Ideias e Letras, 2005. p.13-26.
- FRASER, Nancy. Como o feminismo se tornou a empregada do capitalismo – e como resgatá-lo. *IELA*, Florianópolis, 15 fev. 2017. Disponível em: <https://iela.ufsc.br/como-o-feminismo-se-tornou-a-empregada-do-capitalismo-e-como-resgata-lo/>. Acesso em: 28 nov. 2022.
- LEAL, Tatiane. *A mulher poderosa: construções da vida bem-sucedida feminina no jornalismo brasileiro*. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) –Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.
- LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo. *Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo: capital humano e empreendedorismo como valores sociais*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.
- MEDEIROS, Fernanda Luíza Silva de. Feminismo e neoliberalismo na contemporaneidade: uma “nova razão” para o movimento de liberação das mulheres? *Teoria & Pesquisa: revista de ciência política*, São Carlos, v.26, n.3, p.146-167, 2017. doi:<http://doi.org/10.31068/tp.26306>.
- OKSALA, Johanna. O sujeito neoliberal do feminismo. *In: RAGO, Margareth; PELEGRINI, Maurício (org.). Neoliberalismo, feminismos e contracondutas: perspectivas foucaultianas*. São Paulo: Intermeios, 2019. p.115-138.



RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane C. Vieira Sebba. Análise de discurso crítica, do modelo tridimensional à articulação entre práticas: implicações teórico-metodológicas. *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, v.5, n.1, p.185-207, 2004.

ROTTENBERG, Catherine. Neoliberal feminism. [Entrevista cedida a] Jon Bailes. *State of Nature*, [s.l.], 2019. Disponível em: <http://stateofnatureblog.com/catherine-rottenberg-neoliberal-feminism/>. Acesso em: 27 abr. 2021.

STATISTA. *Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users*. Hamburg: Statista, 2022. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Acesso em: 15 de jan. 2022.

TUCHERMAN, Ieda. Relações perigosas: autoajuda, mídia e biopoder. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v.19, n.2, p.315-335, 2012.

Artigo recebido em 21/08/2022 e aprovado em 23/11/2022.