

## O dispositivo mídia como prática de objetivação do sujeito mulher empresária / *The media apparatus as objectivation practice of the businesswoman subject*

Letícia Maciel do Vale\*

Aluna do Programa de Pós-graduação em Letras-PGLetras, nível de Mestrado, da Universidade Federal do Maranhão-UFMA

 <http://orcid.org/0000-0003-3800-515X>

Ilza Galvão Cutrim\*\*

Docente do Departamento de Letras e do Programa de Pós-graduação em Letras (Mestrado) da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

 <http://orcid.org/0000-0003-2091-4814>

Recebido em 20 jul. 2019. Aprovado em: 28 set. 2019.

### Como citar este artigo:

DO VALE, Letícia Maciel; CUTRIM, Ilza Galvão. O dispositivo mulher empresária como prática de objetivação do sujeito. *Revista Letras Raras*, Campina Grande, v. 8, n. 4, dez. 2019, p. Port. 156-167 / Eng. 144-156. ISSN 2317-2347.

### RESUMO

O presente trabalho busca compreender de que modo o dispositivo mídia, de modo particular a mídia de colonismo social em circulação na cidade de São Luís-MA produz práticas de objetivação sobre o sujeito mulher. Para tanto, analisamos duas matérias retiradas da edição nº 37, ano 2016, da revista *Deluxe*, que homenageia mulheres empresárias e sintetiza a proposta central da revista, que é valorizar a mulher empreendedora e independente, mostrando-a como exemplo a ser admirado e seguido. Ancoramo-nos nas reflexões de Foucault sobre os processos de construção da subjetividade, em que são estudadas as formas de constituição do sujeito moderno, por meio de mecanismos de objetivação e de subjetivação, que tendem a tornar o homem dócil politicamente e útil economicamente e que se referem aos processos que fazem do homem um sujeito preso a uma identidade atribuída como lhe pertencendo. Consideramos, ainda, a ideia de dispositivo, que constitui um espaço de produção de saberes atravessado por mecanismos de poder e de estratégias de enunciação, construindo discursos e possibilitando sua circulação como verdades.

**PALAVRAS-CHAVE:** Dispositivo; Mulher empresária; Objetivação; Subjetivação.

### ABSTRACT

*The present work seeks to understand how the media apparatus, particularly the social columnism media circulating in the city of São Luís-MA produces objectivation practices about woman subject. Therefore, we analyzed two articles taken from Deluxe magazine issue 37, year 2016, which honors women entrepreneurs and synthesizes the magazine's central proposal, which is to value the entrepreneurial and independent woman, showing her as an example to be admired and followed. We are anchored in Foucault's reflections on the processes of subjectivity construction, in which the forms of constitution of the modern subject are studied, through mechanisms of objectification and subjectivation, which tend to make man politically and economically useful and that refer to the processes that make man a subject bound to an identity attributed as belonging to him. We also consider the idea of*

\*

 [leticiamvalle@yahoo.com.br](mailto:leticiamvalle@yahoo.com.br)

\*\*

 [ilzagal@uol.com.br](mailto:ilzagal@uol.com.br)

 <http://dx.doi.org/10.35572/rlr.v8i4.1497>

*apparatus, which constitutes a space of knowledge production crossed by mechanisms of power and enunciation strategies, constructing discourses and enabling their circulation as truths.*

**KEYWORDS:** *Apparatus; Businesswoman; Objectivation; Subjectivation.*

## 1 Introdução

Este trabalho busca verificar como o dispositivo mídia produz práticas de objetivação do sujeito mulher, a partir da articulação entre diferentes campos do saber. Nossas análises incidem sobre matérias publicadas em um segmento de imprensa feminina com foco em colunismo social, a revista *Deluxe*, que circula na cidade de São Luís-MA, e que apresenta em sua prática discursiva uma regularidade acerca da mulher empreendedora e bem-sucedida. Para este artigo, que é um recorte de nossa dissertação de mestrado, são analisadas duas matérias da edição nº 37, publicadas no ano de 2016 na *Deluxe*.

Ao longo da história, a mulher e o papel que ela exerce na sociedade têm sido alvo de constantes transformações. A imagem associada à vida doméstica e à família, dominante até a década de 1960, aos poucos começa a dar lugar a outras discursivizações, à medida que a mulher avança na luta por direitos e ocupação de espaços. A atuação no mercado de trabalho por meio do empreendedorismo e o impulsionamento da liderança femininas são exemplos dessas novas configurações e, portanto, novas formas de objetivação desse sujeito por diferentes dispositivos, como a mídia.

Na edição da revista analisada, a matéria de destaque apresenta oito perfis de mulheres que ganham evidência por sua atuação profissional. Escolhemos para este artigo somente duas matérias porque as consideramos representativas para nossas análises, tendo em vista que há uma regularidade discursiva entre todas elas.

Nossas análises ancoram-se nas discussões de Michel Foucault (2004), filósofo francês, que propõe criar uma história da formação do sujeito, ou seja, dos diferentes modos pelos quais os seres humanos tornam-se sujeitos enquanto efeitos de uma constituição.

Foucault (2004) entende que os modos de constituição ou de subjetivação do sujeito são determinados pelas práticas situadas historicamente. As práticas, segundo ele, compreendem o conjunto do que “se fazia” e do que se “dizia” em uma determinada época, constituindo-se, assim, em práticas discursivas e não discursivas.

Foucault procura compreender os discursos que arquitetam o sujeito como objeto de saber possível e “os processos de subjetivação e de objetivação que fazem com que o sujeito possa se tornar, na qualidade de sujeito, objeto de conhecimento.” (FOUCAULT, 2004, p. 236).

Objetivação e subjetivação se complementam e estabelecem relação entre si por meio de jogos de verdade. Os processos de subjetivação consistem no modo como o homem se compreende como sujeito de conhecimento, e os processos de objetivação referem-se ao modo como o sujeito se torna objeto para o conhecimento. Foucault investiga, também, os modos de constituição do sujeito por ele mesmo por meio das técnicas de si.

Historiador das discontinuidades, esse filósofo concebe os sujeitos como resultado de práticas arquitetadas em diferentes formações históricas, segundo relações de poder. A construção do sujeito, na discontinuidade da história, direciona nosso olhar, neste artigo, a fim de analisar os modos de objetivação do sujeito mulher empresária. Nesse sentido, iniciamos nossas discussões apresentando o sujeito enquanto objeto de saber.

## 2 O sujeito como objeto de saber

Ao propor um viés histórico sobre a subjetividade, Foucault pretende mostrar que o sujeito não existe como entidade universal e transcendental. Tal abordagem é realizada por ele nas denominadas fases arqueológica, genealógica e na genealogia da ética. Vale ressaltar que essas “fases” constituem um modo didático de estudar Michel Foucault.

Na fase arqueológica, ele analisa o sujeito enquanto objeto de um saber. Nesse sentido, investiga os saberes que anseiam os modos de investigação que tentam atingir o estatuto de ciência e que se dá pela objetivação do sujeito falante na Linguística, do sujeito produtivo na Economia e do sujeito vivente na Biologia. Dessa fase, destacam-se as obras *A História da Loucura na Idade Clássica* (2014), *O Nascimento da Clínica* (2006), *As Palavras e as Coisas* (1999), e *A Arqueologia do Saber* (2008). Em *A arqueologia do saber* Foucault se propõe a responder alguns questionamentos feitos nos livros anteriores.

O segundo modo de objetivação do sujeito, as “práticas divisoras”, ocorre na fase genealógica. Tais práticas objetivam o sujeito, dividindo-o no interior dele mesmo e em relação ao outro: o louco e o homem são; o homem de bem e o delinquente. Elas constituem o sujeito como objeto de poder. Damos destaque para as obras *Vigiar e Punir: nascimento da prisão* (2013), *A História da sexualidade I: a vontade de saber* (1999a).

A fase da “ética e estética de si” ou genealogia da ética, terceiro modo de constituição do sujeito, caracteriza-se pela análise dos modos pelos quais o ser humano torna-se ele próprio um sujeito, ou seja, os modos de constituição do sujeito por ele mesmo. Nessa fase, Foucault estuda como o homem se torna sujeito de uma sexualidade. Dessa fase, destacamos as produções

*História da sexualidade II: o uso dos prazeres* (1998) e *História da sexualidade III: o cuidado de si* (2005).

Segundo Michel Foucault, é possível investigar vários domínios sobre a construção da subjetividade. É assim que seu olhar sobre a constituição do sujeito passa pela questão da episteme, depois para o dispositivo e para as práticas de si mesmo. O que ele chamou de episteme na arqueologia, e que se tratava da formação discursiva, passa a ser designado por dispositivo. Apesar da semelhança, o dispositivo tem sentido mais geral que formação discursiva.

Conforme destaca Revel (2005, p. 39),

O termo “dispositivos” aparece em Foucault nos anos 70 e designa inicialmente os operadores materiais do poder, isto é, as técnicas, as estratégias e as formas de assujeitamento utilizadas pelo poder. A partir do momento em que a análise foucaultiana se concentra na questão do poder, o filósofo insiste sobre a importância de se ocupar não “do edifício jurídico da soberania, dos aparelhos do Estado, das ideologias que o acompanham”, mas dos mecanismos de dominação: é essa escolha metodológica que engendra a utilização da noção de “dispositivos”. Eles são, por definição, de natureza heterogênea: trata-se tanto de discursos quanto de práticas, de instituições quanto de táticas moventes: é assim que Foucault chega a falar, segundo o caso, de “dispositivos de poder”, de “dispositivos de saber”, de “dispositivos disciplinares”, de “dispositivos de sexualidade” etc. (REVEL, 2005, p. 39).

Essa concepção de dispositivo se ampliará para

um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não-dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre esses elementos. (FOUCAULT, 2000, p. 244)

A leitura de Dreyfus e Rabinow (1995, p. 255) sobre o conceito de dispositivo em Foucault aponta para “as práticas elas mesmas, atuando como um aparelho, uma ferramenta, constituindo sujeitos e os organizando.” Para Agamben (2005, p. 40), o dispositivo, na perspectiva foucaultiana, diz respeito a algo que seja capaz de orientar, modelar e controlar as condutas dos indivíduos, bem como seus discursos. Os dispositivos definem as ações do sujeito e sua relação com a realidade.

Nessa perspectiva, entendemos a mídia como um dispositivo que produz saberes e sujeitos, organizando-os, definindo suas ações a partir de formas específicas de comunicar como, por exemplo, o sujeito mulher empresária.

### 3 A constituição do sujeito mulher empresária na revista *Deluxe*

No processo de constituição do sujeito mulher, o dispositivo mídia estabelece com diversos campos de saber uma efetiva objetivação desse sujeito, conduzindo seus comportamentos.

É importante compreender que:

saber, para Foucault, não é simplesmente uma ciência, propriamente dita. A ciência faria parte do saber, mas este não se resumiria naquela. Ao contrário, um saber, como o saber sobre a loucura, por exemplo (objeto de sua primeira arqueologia) conta com enunciados de diversas categorias: jurídicos, científicos, filosóficos, religiosos, e assim por diante. O método de Foucault não separa cada um desses tipos de enunciados; coloca-os, ao contrário, lado a lado, para fazer emergir em sua positividade pura a estrutura de sua possibilidade discursiva [...]. (SOUZA; FURLAN, 2018. p. 326)

É possível perceber, nas duas matérias que analisamos, práticas de atuação da mídia que dialogam com campos de saber como os da saúde, da estética, da filantropia, dentre outros. Tais campos são colocados lado a lado não se excluindo.

No primeiro texto que analisamos, página 09 da revista *Deluxe*, a matéria apresenta a empreendedora Andreia Ramada, proprietária de uma loja de roupas para mulheres. Andreia aparece na foto bem produzida, vestida com roupas elegantes e postura que transmite segurança.

Imagem 1 – Andreia Ramada



FONTE: Edição nº 37 da revista *Deluxe*, ano 2016, pág. 09

Uma pessoa de alto astral, moderna, atualizada que nunca se permitiu ficar na “zona de conforto”. Andreia Ramada era funcionária pública federal, mas o seu lado empreendedor e o gosto pela moda sempre estiveram presentes nos seus pensamentos. Começou a empreender com uma loja multimarcas de moda feminina e em seguida tornou-se franqueada de *TheLure*, grife paulista de moda feminina, voltada para a mulher moderna, presente em várias cidades do Brasil, sendo precursora da marca em todo o Nordeste.

Profissional e empenhada em fazer o que gosta e antenada nas novidades, Andreia percebeu no mercado local uma oportunidade promissora para seu negócio. Graduada em Turismo, pós-graduada em Planejamento de Recursos Humanos e cursando o último ano do curso de Direito, trabalha também como Conselheira Fiscal na Direção da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão (AME-MA).

Uma análise feita pela franqueada da *TheLure* mostra que a atual recessão econômica no país é o momento para revelar as grandes empreendedoras: “Não vejo a recessão econômica como um problema para meu negócio, ao contrário, vejo como uma oportunidade de mudança e de investimento naquilo que ninguém aposta no momento com novas propostas e novos projetos. Sempre vai existir consumidor para o seu produto, principalmente se você tem algum diferencial”.

Com uma rotina de muito trabalho, reuniões, viagens, vida social e pessoal, a dedicação à saúde não fica de lado. A empresária faz todas as consultas médicas regulares, não falta às visitas ao nutrólogo e faz acompanhamento ortomolecular, além de praticar exercícios físicos. Em sua jornada, a empresária sempre busca ajudar o próximo através de campanhas, bazares e leilões beneficentes com doações de peças da loja. (DELUXE, 2016, nº 37, p. 09)<sup>1</sup>

A empresária é apresentada, inicialmente, como “uma pessoa alto astral, moderna, atualizada que nunca se permitiu ficar na ‘zona de conforto’”. Ela é provocada a mudar afinal é dona de uma personalidade empreendedora cujo empreendimento é direcionado “para a mulher moderna”. Andreia é “precursora da marca [*TheLure*] em todo o Nordeste”.

Esse sujeito empreendedor é objetivado segundo práticas divisoras, que o divide no interior dele mesmo assim como em relação ao outro: ele sai de uma condição acomodada para a de empreendedor, diferenciado, do setor de moda. Profissional, Andreia Almada encara a recessão econômica no país como uma oportunidade para que grandes empreendedoras mostrem sua competência para driblar a crise. A empresária mostra que sabe aproveitar as oportunidades, uma das características que compõem o perfil de um empreendedor (SEBRAE, 2012). Esse sujeito se divide em relação ao outro a partir de seu diferencial: não se deixa abater pela crise, encarando-a de forma positiva.

Essa mulher que empreende ganha destaque também pelos investimentos que faz em sua formação acadêmica (Graduada em Turismo, pós-graduada em Planejamento de Recursos

---

<sup>1</sup> O uso da imagem da revista *Deluxe* foi permitido por sua Editora chefe em documento assinado e registrado em cartório pelas autoras deste artigo.

Humanos e cursando o último ano do curso de Direito) e pelo lugar que ocupa no mercado (Conselheira Fiscal na Direção da Associação das Mulheres Empreendedoras do Maranhão).

Vale ressaltar, ainda, sua personalidade equilibrada, na medida em que consegue aliar uma rotina de muito trabalho, reuniões, viagens com sua vida social e pessoal. Os cuidados com a saúde e com o corpo refletem ações de um sujeito que, ao aderir a uma prática de subjetivação, insere-se em um formato de saúde e beleza produzido pelo saber médico e estético. As consultas médicas, a ida ao nutrólogo, o tratamento ortomolecular, os exercícios físicos também compõem o sujeito mulher empresária apresentado na *Deluxe*.

É possível também observar uma prática que a insere em uma norma. O sujeito mulher empresária é um protótipo do sucesso: sua vida é produtiva, profissional e pessoalmente.

É possível verificar, ainda, na imagem que ilustra a referida matéria, o corpo da mulher empresária como objeto de destaque e identificação desse sujeito. A mulher que aparece na imagem se enquadra dentro de um padrão estético. Ela é magra, tem pele clara, cabelos lisos, está produzida com maquiagem, joias e roupas elegantes. Neste sentido, é possível perceber que o discurso da mídia, que nesse caso tem como suporte a revista *Deluxe*, reforça também a beleza/estética como marca da mulher empreendedora. A aparência dessa mulher deve estar de acordo com um modelo definido como “belo”, seu corpo deve ser moldado para que a imagem do sujeito mulher bem-sucedida seja validada pelos olhares exteriores. O corpo desse sujeito deve comunicar isso aos outros, sendo construído também pelo consumo de determinados bens e serviços.

Conforme destaca Foucault, os mecanismos de objetivação e de subjetivação, respectivamente, tendem a tornar o homem, enquanto dinâmica de poder, útil economicamente, e se referem aos processos que em nossa sociedade fazem do homem um sujeito preso a uma identidade que lhe é atribuída como sua. Em nossas análises, é possível observar um poder que estabelece para o sujeito um estatuto de verdade (ser mulher empresária é... sempre algo positivo, valorizado), em segundo lugar, o sujeito se reconhece como uma mulher empreendedora que não tem medo do desafio que é o empreendedorismo (“Não vejo a recessão econômica como um problema para meu negócio, ao contrário [...] Sempre vai existir consumidor para o seu produto, principalmente se você tem algum diferencial.”). Esse estatuto de verdade é percebido na construção do sujeito mulher empreendedora, no segundo texto que analisamos, que apresenta a empresária Danielle Braide.

Danielle Braide é dona de um salão de beleza, destaca-se por suas potencialidades de empreendedora e excelência profissional. É também “uma mulher de personalidade, feminina,

sofisticada e com alguns anos bem vividos que a tornaram uma empresária de sucesso”. É reiterada a ideia de mulher de sucesso, para a construção do sujeito mulher empresária, com suporte em eixos temáticos tais como trabalho/formação acadêmica, família, corpo/beleza/saúde.

Imagem 2 – Danielle Braide



FONTE: Revista Deluxe, edição nº 37, ano 2016, pág. 11

Uma mulher de personalidade, feminina, sofisticada e com alguns anos bem vividos que a tornaram uma empresária de sucesso. Com uma visão empreendedora e sempre atenta às novidades do mundo da moda, Danielle Santos Braide Maciel investiu no mercado da beleza e tornou-se proprietária do *Salão de Beleza Dot Beauty. A Chandon Brasil* patrocina apenas um Salão de Beleza no Maranhão, o dela. Está entre os 45 melhores salões do país, segundo a *Kérastase Brasil*.

A empresária sempre quis ser uma mulher independente e viu nos estudos a melhor ponte para a profissionalização. Bacharel em Administração de Empresas pela PUC – Campinas e pós-graduada em Marketing pela ESPM tem ainda formação em marketing pela Universidade da Califórnia. Além de administrar a empresa também é Diretora de Marketing na Associação de Mulheres Empreendedoras no Maranhão (AME-MA).

O mercado da beleza é altamente atrativo e promissor. Uma pesquisa do sindicato das empresas em estética e cosmetologia de São Paulo estimou o crescimento de 160% para o setor em 2015. Entretanto, mesmo com um horizonte tão seguro, a crise econômica fez com que Danielle se exigisse mais: “Junto com minha equipe, temos conseguido driblar ameaças, diminuir nossa fraqueza e aprimorar nossas qualidades.”

Dedicação, determinação e foco são os ingredientes indispensáveis para atingir o sucesso. “É preciso ter paixão pelo que faz, respeito por seus concorrentes”, analisa.

Cuidar da mente e do corpo também é necessário para esta empreendedora bem-sucedida. Atividades físicas e cuidados com a saúde não faltam. E são essas suas dicas. “Correr na praia, passar protetor solar diariamente, beber água de coco, sorrir sempre e estar de bem com a vida, receber de braços

abertos o nascer e o pôr do sol, praticar esportes, beber muita água e comer comidas saudáveis”. Nos momentos de lazer, Danielle Braide Maciel gosta de reunir os amigos para uma boa conversa com “ostras, caranguejo e chandon”. A maior inspiração da empresária sempre foi a família, que desde sempre apoiou suas decisões. Seus pais ensinaram a trilhar o caminho certo com bons exemplos e conselhos, os filhos e o marido são alicerces e de suas conquistas e Francisca Lima Silva, a mulher que ajudou e ajuda até hoje a cuidar da sua maior riqueza, os filhos. Assim como sua tia, Marlene Braide Serafim, que enquanto viveu, esteve presente na vida empresária no período que a mesma estudava em São Paulo, aprimorando seus estudos para se tornar uma grande empreendedora no seu segmento. O sucesso depende da ajuda e confiança de pessoas especiais para conquistá-lo. (DELUXE, 2016, nº 37, p. 11).

A revista *Deluxe* segue a mesma linha ao apresentar as duas empresárias. Inicia destacando qualidades: mulher de personalidade, feminina, sofisticada (conforme pode ser observado pela imagem de Danielle Braide), com visão empreendedora, empresária de sucesso sendo a primeira e única proprietária do *Salão de Beleza Dot Beauty*, único a ser patrocinado pela *Chandon Brasil* no Maranhão.

O investimento nos estudos como ponte para o sucesso compõe as práticas de objetivação da mulher empreendedora: “mulher independente e viu nos estudos a melhor ponte para a profissionalização. Bacharel em Administração de Empresas pela PUC – Campinas e pós-graduada em Marketing pela ESPM tem ainda formação em marketing pela Universidade da Califórnia.” Soma-se a isso o lugar que a empresária ocupa como Diretora de Marketing na Associação de Mulheres Empreendedoras no Maranhão (AME-MA).

Com dedicação, determinação e foco, Danielle dribla a crise para se manter firme no mercado da beleza, respeitando os concorrentes.

Os cuidados com o corpo e a mente são práticas de um saber médico que conferem a esse sujeito empreendedor um motivo a mais para ter sucesso. Danielle corre na praia, não descuida do protetor solar; hidrata-se com água de coco e procura sorrir sempre e estar de bem com a vida; pratica esportes e come comidas saudáveis, reúne-se com os amigos. Em outras palavras, alia trabalho com práticas saudáveis de vida.

Outro elemento de objetivação desse sujeito empreendedor bem-sucedido é a vinculação da ideia de realização pessoal com a de suporte familiar. A família ascendente é apresentada como exemplo e base para sua formação moral e profissional, assim como a família descendente – marido e filhos – são mostrados como “alicerces de suas conquistas” e “maior riqueza”.

Podemos considerar que o dispositivo mídia “opera na constituição de sujeitos e subjetividades na sociedade contemporânea”, produzindo “imagens, significações, enfim, saberes

que de alguma forma se dirigem à ‘educação’ das pessoas, ensinando-lhes modos de ser e estar [...]”. (FISCHER, 2002, p. 153).

A produção discursiva sobre a mulher empresária faz ver e faz falar o sujeito pois orienta sua conduta e o seu discurso. Ser mulher empresária é ser reconhecida por suas qualidades como a de ser empreendedora e é também reconhecer que o sucesso depende de investimentos na formação profissional, que ele está relacionado a uma boa visão de negócios, é também reconhecer que precisa se inserir em um estatuto de verdade que a faz reconhecer a necessidade de ser bonita, saudável, de cuidar do corpo, de ter vida pessoal, de ter apoio da família. Essas práticas estão ligadas à constituição de saberes sobre esse sujeito empreendedor que a torna dócil politicamente e útil economicamente.

Os processos de subjetivação/objetivação sempre são históricos e, nesse sentido, devem ser vistos “em sua ampla diversidade, nos modos de existência que produzem, conforme a época e o tipo de formação social que estejam sendo considerados.” Isso implica dizer que “modos de existência, aprendidos nas mais diferentes dinâmicas de poder e saber, jamais são totalmente compactos e definitivos; pelo contrário, sempre há neles interstícios, fendas, possibilidades éticas e estéticas não pensadas pelos saberes e poderes em jogo.” (FISCHER, 2002, p. 154)

Assim, nosso olhar sobre o dispositivo mídia e a produção discursiva sobre a mulher empresária, aqui analisado, apresenta-se como uma dentre várias possibilidades de leitura sobre a subjetivação/objetivação desse sujeito.

### Considerações finais

O dispositivo mídia, que tem como suporte a edição nº 37, 2016, da revista *Deluxe*, é composto de práticas que subjetivam e objetivam o sujeito mulher e reúne um conjunto heterogêneo que engloba discursos, proposições morais, filantrópicas. A mulher empresária é aquela que possui bons princípios no mercado, pois respeita a concorrência, que dedica o seu curto tempo a serviços sociais, filantrópicos, tem habilidades empreendedoras para se manter no mercado, apesar da crise, investe em sua profissão a fim de ter autonomia.

Compõem também os discursos que estruturam esse dispositivo a capacidade intelectual e formação acadêmica, desenvoltura no equilíbrio com a vida pessoal, cuidados com a saúde e dedicação à família, saberes relacionados a campos como o sociopolítico, o religioso, médico e estético.

Ao mesmo tempo, há uma valorização da aparência física por meio das fotografias que ilustram as matérias: a mulher empresária é, além de tudo, bonita e vaidosa. Sua posição de mulher bem-sucedida é expressa na aparência que, em geral, adequa-se ao padrão estético vigente.

A mídia constrói um sujeito mulher, propondo-lhe uma multiplicidade de regras e “práticas de si”, em conformidade com as normas estabelecidas pela sociedade sobre o que é ser uma mulher empresária de sucesso. Para ter sucesso, essa mulher precisa manter equilíbrio entre os negócios, de um lado, e uma vida saudável, cristã, de mãe e esposa dedicadas, de beleza, de outro.

Tais elementos, ao mesmo tempo em que tornam evidente uma mulher “alto astral, moderna, atualizada” estabelece uma relação com saberes já cristalizados na sociedade sobre a relação entre mulher e sucesso: não basta ter espírito empreendedor, precisa reunir um conjunto de práticas como beleza, elegância, inteligência, saúde, personalidade equilibrada, apoio familiar, valores incontestáveis na sociedade e que legitimam saberes sobre os sujeitos.

## Referências

- AGAMBEN, G. O que é um dispositivo? In: \_\_\_\_\_. *Outra travessia*. n. 5, p. 9-16, 2005, Trad. Nilceia Valdati. Florianópolis, SC. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/issue/view/1201/showToc>> Acesso em: 07 jul. 2019.
- DREYFUS, H. & RABINOW, P. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica*. Trad. V. P. Carrero. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1995.
- FISCHER, R. M. B. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 28, n.1, p. 151-162, jan./jun., 2002. Disponível: <<http://www.revistas.usp.br/ep/article/view/27882/29654>> Acesso em: 06 jul. 2019.
- FOUCAULT, Michel. Foucault. In: M. B. Motta (Org.). *Ditos e escritos V: ética, sexualidade, política*. Trad. E. Monteiro, I. A. D. Barbosa. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 2004.
- FOUCAULT, Michel. Sobre a História da sexualidade. In: Roberto Machado (Org.) *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro, RJ: Edições Graal, 2000.
- FOUCAULT, Michel. *História da loucura na Idade Clássica*. Trad. José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva S.A., 2014.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 2: o uso dos prazeres*. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. 8ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1998.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 13ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999a.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. Trad. Salma Tannus Muchail. 8ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999b.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 1: a vontade de saber*. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 4ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.

FOUCAULT, Michel. *O Nascimento da Clínica*. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

FOUCAULT, Michel. *A Arqueologia do Saber*. Tradução de Luís Felipe Baeta Neves. 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 3: o cuidado de si*. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. 8ed. Rio de Janeiro: Graal, 2005.

SEBRAE. *O que é preciso para ser um empreendedor*. 2012. Disponível em: <http://www.mundosebrae.com.br/2008/09/o-que-e-preciso-para-ser-um-empendedor-de-sucesso.>> Acesso em: 06 jul. 2019.

SOUZA, P. F. de.; FURLAN, R. A questão do sujeito em Foucault. *Psicologia*. USP, volume 29, número 3, p. 325-335, 2018. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pusp/v29n3/1678-5177-pusp-29-03-325.pdf>> Acesso em: 07 jul. 2019.

REVEL, Judith. *Foucault: conceitos essenciais*. Tra. Maria do Rosário Gregolin, Nilton Milanez, Carlos Piovesani. São Carlos: Claraluz, 2005.

REVISTA DELUXE, edição nº 37, ano 2016.