Discurso e Educação Financeira: Relações Interdiscursivas na Construção da Imagem da Mulher em uma Obra sobre Finanças Pessoais

Carla Leila Oliveira Campos
Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
Professora da Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL)
carla.oliveira@unifal-mg.edu.br

João Paulo de Brito Nascimento
Mestre em Administração pela Universidade Federal de Lavras (UFLA)
Professor da Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL)
joao.nascimento@unifal-mg.edu.br

Laryssa Calixto Militão
Aluna do Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia da Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL)
Bolsista de Iniciação Científica da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG)
laryssa_calixto@outlook.com

Leonardo Biazoli
Aluno do Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Economia da Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL)
leonardobiazoli19@gmail.com

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar, por meio do quadro teórico-metodológico da Análise do Discurso (AD), como as narrativas que sustentam o discurso das finanças pessoais voltado ao público feminino, dialogam, interdiscursivamente, com outras narrativas presentes em nossa sociedade, alimentadas por estereótipos sobre a relação das mulheres com o dinheiro e o consumo. Para tanto, na análise da superfície linguística do texto, que, por sua vez, possibilita o acesso ao plano discursivo, adotamos como categoria de análise a noção de narrativa de Genette (1995), posteriormente desenvolvida por De Fina e Georgakopoulou (2012). Compõe o *corpus* deste trabalho o livro "Eu mereço ter dinheiro: como ser feliz para sempre na vida financeira", publicado em 2013, por Reinaldo Domingos. Com base nesses pressupostos teóricos, as análises do *corpus* permitiu-nos observar que o processo de atualização de estereótipos relacionados historicamente a uma imagem específica da mulher desconsidera a atual noção de gênero como construção social e reproduz discursos que alimentam a ideia de que há características biológicas que influenciam a formação psicológica das mulheres e os papéis sociais que elas desempenham.

Palavras-chave: Análise do discurso, interdiscurso, narrativas, finanças pessoais e gênero.

1. Introdução

Vivemos em uma sociedade capitalista, em que o apelo ao consumo se faz presente em nossas vidas desde a infância. Basta ligarmos nossos aparelhos de televisão, acessarmos páginas na internet, folhearmos jornais ou revistas, sairmos às ruas para que sejamos constantemente

interpelados por todo tipo de anúncio publicitário ou outros gêneros textuais que não necessariamente têm um propósito de vender determinado produto – como filmes, novelas, séries etc. – mas que alimentam o discurso do ter, do valor associado a determinadas mercadorias, que se tornam objeto de desejo.

Como consequência desse processo de culto à mercadoria, de educação para o consumo, e também devido às dificuldades financeiras enfrentadas pelos indivíduos nos períodos de crise, a população vem se endividando cada vez mais.

Nesse cenário de consumismo desenfreado e endividamento do consumidor, a educação financeira voltada à administração das finanças pessoais surge como uma proposta de orientar a população quanto à gerência de suas finanças, estimulando o hábito de poupar e investir.

Com o intuito fomentar a educação financeira dos brasileiros, associações comunitárias, organizações não governamentais (ONGs) e o próprio governo brasileiro vêm tratando o assunto com maior atenção, conforme destacam Augustinis, Costa e Barros (2012, p. 81), citando os trabalhos de Hogarth e Hilbert (2002), Savoia, Saito e Santana (2007) e Meier e Sprenger (2012).

Discussões sobre finanças pessoais têm, também, ganhado grande destaque nos veículos de comunicação, haja vista as diversas matérias ou artigos sobre o assunto na mídia brasileira. Isso também não é diferente no meio editorial, que apresenta uma grande disponibilidade de obras sobre o tema, sejam aquelas escritas no Brasil ou traduções de obras de outros países. Nesse sentido, Sant'ana (2014) argumenta que é crescente também o interesse dos pesquisadores sobre a temática.

Assim, vale ressaltar que o discurso da educação financeira voltado às finanças pessoais procura se apresentar como um contraponto ao discurso do consumo desenfreado.

Contudo, levando-se em conta que as interações verbais são lugares de construção de significados, de ressignificações, de disputa de sentidos, mas também de reprodução de dizeres presentes em nossa sociedade, podemos nos questionar: até que ponto o discurso das finanças pessoais consegue se construir como espaço de resistência, de ressignificação de sentidos hegemônicos?

Nesses termos, considerando conforme Maingueneau (1997, p. 120) que os discursos "nascem de um trabalho sobre outros discursos" e que as fronteiras que separam um discurso de seu outro não são homogêneas, mas fluidas e heterogêneas, o presente trabalho busca analisar, via pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso de linha francesa, como as narrativas que sustentam o discurso que subjazem aos textos voltados às finanças pessoais femininas dialogam com outras narrativas presentes em nossa sociedade, alimentadas por estereótipos sobre a relação da mulher com o dinheiro e o consumo: como, por exemplo, que dinheiro não é coisa para mulher, que mulher não consegue controlar seus impulsos na hora das compras.

Em uma pesquisa preliminar sobre as publicações que abordam o assunto no Brasil, não foi encontrado nenhum trabalho preocupado com a investigação dos valores e estereótipos que perpassam esses discursos, ficando nosso trabalho justificada pela escassez de estudos sobre a temática e também por sua relevância social, se considerarmos, como dito anteriormente, a propagação desses textos em nossa sociedade e, consequentemente, a influência que exercem em seus leitores que, muitas vezes, com o olhar voltado ao problema das finanças pessoais, consomem desatentos os discursos que sustentam essas orientações.

O *corpus* da presente proposta, é, como já afirmado anteriormente, uma obra de finanças pessoais voltada ao público feminino: "Eu mereço ter dinheiro: como ser feliz para sempre na vida financeira", publicada por Reinaldo Domingos, em 2013. Nesta obra, analisaremos como as narrativas que materializam o discurso – via modelo proposto por Genette (1995) e desenvolvido por De Fina e Georgakopoulou (2012) – dialogam com outras narrativas já cristalizadas em nossa sociedade, alimentadas por estereótipos que caracterizam a relação da

mulher com o dinheiro e o consumo. A escolha deste livro, especificamente, deve-se ao fato de o autor elaborar seus ensinamentos, voltados, segundo ele, para uma mulher que "deixou de ser apêndice do homem, ganhou espaço em todos os terrenos possíveis e imagináveis, conquistou a independência sexual, cultural e política" (DOMINGOS, 2013, p. 15), a partir de dez personagens femininas dos contos de fadas infantis, carregados de estereótipos sobre a imagem da mulher (submissa ao homem – pai ou marido –, extremamente preocupada com as questões estéticas e sempre à espera do príncipe encantado).

2 Fundamentação Teórica e Metodológica

2.1 Análise do Discurso: pressupostos teóricos e metodológicos

O presente trabalho vincula-se à abordagem teórico-metodológica da Análise do Discurso (AD), que tem por objetivo examinar as relações entre as práticas discursivas e o meio histórico-social do qual emergem. As pesquisas em AD procuram, portanto, compreender como os textos expressam e reproduzem as relações sociais e as visões de mundo dos sujeitos discursivos, considerando as condições de produção desses textos, tomados como manifestações – ou materializações – do discurso[i].

Os trabalhos de análise vinculados à AD estão preocupados, portanto, com a passagem da superfície linguística ao processo discursivo, esclarecendo as relações do discurso com as Formações Discursivas (FDs)[ii]. Para tanto, o analista deve remeter o texto a suas condições de produção que, por sua vez, envolvem os sujeitos, a situação e também a memória (interdiscurso).

Inspirada em Pêcheux, De Nardi (2003, p. 77) afirma que, em oposição ao intradiscurso, o interdiscurso "representa uma dimensão não-linear do dizer [...], sua verticalidade fazendo-nos ingressar no campo do pré-construído, do já dito para o qual o sujeito se volta ao identificar-se com a FD a partir da qual constituirá o seu discurso". Enquanto o intradiscurso está relacionado à dimensão linear do discurso, aquilo que efetivamente é dito, o interdiscurso relaciona-se à memória, àquilo que fala antes, em outro lugar.

Discutindo o papel das FDs na determinação dos elementos que compõem o sentido, Brandão (1993) ressalta que elas possibilitariam a determinação dos elementos que compõem o discurso. Para a autora, o sujeito, ao permitir ou excluir certos temas ou teorias de seu discurso, busca apagar as contradições e as formas de conhecimento que negam o seu dizer, conferindo-lhe unicidade.

No entender de Maingueneau (2007), porém, essa unicidade é apenas aparente, já que as FDs não podem ser tomadas como blocos homogêneos e fechados que controlam os sentidos; ao contrário, elas são heterogêneas e fluidas em suas fronteiras. O autor, aliás, defende a primazia do interdiscurso sobre o (intra)discurso. Ao defender o primado do interdiscurso, o autor destaca que todo discurso é marcado por uma heterogeneidade constitutiva que dá conta da relação do Mesmo do discurso com seu Outro.

Apesar de a relação do discurso com seu Outro ser constitutiva, ou seja, a heterogeneidade está na própria gênese do discurso, os sujeitos discursivos, ao se inscreverem em uma FD específica para dizer o que dizem, não admitem essa relação interdiscursiva; ao contrário, reivindicam a autonomia de seu discurso.

Como destaca Maingueneau (1997, p. 120), os discursos nascem "de um trabalho sobre outros discursos" e o papel do analista é justamente compreender como esse trabalho do discurso sobre seu Outro se realiza, buscando, tanto no nível intradicursivo como no nível interdiscursivo, as marcas das relações entre o discurso e seu avesso.

Desse modo, uma FD não define somente um universo de sentido próprio, mas também o modo como coexiste com outros discursos, seja aceitando a pluralidade ou reivindicando o

monopólio da legitimidade. Aplicada ao nosso objeto de estudo, essa afirmação pode nos trazer respostas sobre como se dá o agenciamento das relações das FDs que atravessam o discurso sobre finanças pessoais voltado ao público feminino: relações harmônicas, polêmicas, de neutralidade aparente, de indiferença.

Ao inscrever nosso trabalho no quadro teórico da AD, preocupamo-nos com o processo de construção social da realidade, em uma concepção que considera que todo discurso se localiza em uma estrutura sócio-histórica específica, não sendo possível a análise daquele sem que se considere esta. Como postula Maingueneau (1997, p. 14), "não se trata de examinar um *corpus* como se tivesse sido produzido por um determinado sujeito, mas de considerar sua enunciação como o correlato de uma certa posição sócio-histórica na qual os enunciadores se revelam substituíveis".

Levando em conta a crítica empreendida por Maingueneau (2007) ao fato de algumas metodologias de análise privilegiarem ou o estudo da estrutura profunda dos textos ou sua superfície, pretendemos articular o exame da superfície (linguístico-discursiva) do texto que compõem o *corpus* à estrutura social (mais profunda) que permitiu sua emergência.

Desse modo, desenvolveremos nossas análises com fundamento na tese de Orlandi (2009) de que:

> A Análise do Discurso visa à compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos. Essa compreensão, por sua vez, implica explicitar como o texto organiza os gestos de interpretação que relacionam sujeito e sentido (ORLANDI, 2009, p. 26-27).

Para Orlandi (2009, p. 60), o que se espera do trabalho de análise é que ele "atravesse o efeito de transparência da linguagem, da literalidade do sentido e da onipotência do sujeito" (ORLANDI, 2009, p. 61), num processo de "de-superficialização" da análise da materialidade linguística. Tal processo envolve o questionamento em torno de como se diz, quem diz, em que circunstâncias diz, para quem diz, buscando apreender "o modo como o discurso que pesquisamos se textualiza" (ORLANDI, op. cit., p. 65) na sua relação com a memória e com o interdiscurso.

Disso segue que, buscando garantir um dado sentido, o locutor, muitas vezes, produz sentidos que não pretendia, o que implica que os limites das FDs a que se filia para construir seu dizer não são tão rígidos a ponto de excluírem definitivamente outras FDs, mesmo aquelas que lhe são antagônicas.

Pretendemos, portanto, com base no quadro teórico-metodológico já apresentado e das categorias de análise a serem expostas abaixo, examinar como o intradiscurso e o interdiscurso se relacionam na construção das narrativas do texto que compõe nosso *corpus.*

Considerando as afirmações de Orlandi e Maingueneau, antes de relacionarmos o discurso às FDs a que se filia, todo trabalho de análise deve partir da superfície linguística, do texto que dá materialidade às práticas discursivas.

Nesse sentido, para analisar a materialidade textual, adotaremos a noção de narrativa presente em Genette (1995).

Para o autor, as narrativas se organizam em três níveis: o "como", o "o quê" e "o quem". De acordo com o primeiro nível, pode ser considerado narrativo o enunciado "que assume a relação de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos" (p. 23) – o como contar, deve ser a questão nodal –; no segundo nível, uma narrativa "designa a sucessão de acontecimentos, reais ou fictícios, que constituem o objeto desse discurso, e suas diversas relações de encadeamento, de oposição, de repetição", relacionados ao seu conteúdo (p. 27); finalmente, o terceiro nível "designa ainda um acontecimento, já não, todavia, aquele que se conta, mas

aquele que consiste em que alguém conte alguma coisa: o ato de narrar tomado em si" (p. 24) – o quem narra (GENETTE, 1995).

Operacionalizando este modelo, adotaremos como categorias de análise da superfície textual aquelas expostas por De Fina e Georgakopoulou (2012, p. 25), no modelo de análise da narrativa que elas nomeiam de *Data analysis*. Para as autoras, esse modelo tem três focos de análise. O primeiro foco estaria na linguagem e no estilo e responderia à questão "Como as pessoas estão narrando?". O segundo, direciona-se ao conteúdo ou temas presentes nas narrativas, respondendo à pergunta "Sobre o que as pessoas estão narrando?". Finalmente, num terceiro momento, o foco se voltaria ao processo interacional e as práticas sociais, questionando "Como e por que os participantes se engajam nas práticas narrativas?".

Como nosso objeto de estudo se refere à questão da construção da imagem da mulher, é importante que apresentemos, antes de nossas análises, a concepção de gênero a que nos filiamos, o que será feito na próxima seção.

2.2 Gênero e Discurso

Neste trabalho, assumimos a perspectiva de que gênero é uma construção social. Nessa perspectiva, o gênero é uma categoria mutável, atrelada ao discurso, e varia de acordo com o tempo e os indivíduos:

> In the context of this perspective, it is more coherent to talk of gender as the understanding of how what it means to be a woman or to be a man changes from one generation to the next and how this perception varies between different racialized, ethnic, and religious groups, as well as for members of different social classes (see Gal, 1989: 178; Stolcke, 1993: 20; Lorber and Farrell, 1991a: Hf). Gender categories thus are seen as social constructs. They institutionalize cultural and social statuses and they serve to make male dominance over women appear natural: 'gender inequality in class society results from a historically specific tendency to ideologically "naturalize" prevailing socio-economic inequalities' (Stolcke, 1993: 19). (WODAK, 1997, p. 4).[iii]

Nesse sentido, considerando conforme Colling (2014, p. 22), que os fatos históricos são construídos como resultados de interpretações, de representações, que têm como fundo relações de poder, podemos entender que, enquanto construção histórica e social, o gênero pode ser entendido como uma forma de naturalização da dominação de um grupo sobre o outro.

Colling (2014, p. 34) destaca que os estudos de Foucault tiveram grande importância para a história feminina, uma vez que, este autor tirou das mulheres o fardo da natureza e revelou "que os objetos históricos são meramente construções discursivas". Assim, ao utilizar a expressão "gênero", em vez de "sexo", compreende-se que a condição das mulheres não está determinada pela natureza, pela biologia ou pelo sexo, mas por questões que vão além de estereótipos construídos pela sociedade (COLLING, 2014, p. 28).

Dessa forma, pode-se dizer que o gênero não é determinado pelo sexo (masculino e feminino), mas sim por concepções cristalizadas na sociedade. Ainda de acordo com Colling (2014), o uso do termo gênero teve início com o movimento feminista para auxiliar nas questões que envolviam a inserção da mulher na esfera pública, e também, para mostrar que, ao contrário do que diziam alguns autores, o contexto da relação entre homem e mulher é construído pela sociedade e não é algo natural como até então se defendia. Citando Eckert e McConnell-Ginet (1992), Jung (2006, p. 73) afirma que essas autoras

> [...] concebem gênero como sendo produzido e reproduzido através das diferentes formas de participação em comunidades de prática particulares. Trata-se de um conceito que procura abarcar a dinamicidade das relações sociais das pessoas, uma vez que desempenham, geralmente, vários papéis sociais. É, pois, interessante

> conceber gênero como um processo que está em constante movimentação e esse movimento afeta tanto a construção individual como a construção social da identidade de gênero.

Assim, o conceito de gênero é construído discursivamente pelos indivíduos de uma determinada sociedade, em um dado período, pautado no reflexo de idealizações sociais. Pode-se dizer, desse modo, que a identidade de gênero está em constante processo de construção, podendo sofrer mudanças de uma geração para outra, de um grupo social para outro. Além disso, a maneira como o gênero afeta a questão da mulher é envolta por vários dilemas, que necessitam de olhares mais atentos, que fujam da superficialidade do senso-comum. O passado de repressão sofrido pela mulher, subordinada ao homem, à vida restrita aos afazeres do lar, não permitia a ela ter voz na sociedade e alcançar posições diferentes daquelas que já eram de costume: mãe e esposa. O não acesso a uma educação formal impediu, portanto, que as mulheres pudessem ser escritoras, cientistas, atrizes, engenheiras, entre outras tantas atividades que poderiam exercer (SIQUEIRA, 2014).

Para Colling (2014, p. 101), o fato de as mulheres serem consideradas inferiores aos homens, atravessa as questões geográficas e culturais, pois podemos observá-lo em todo o mundo e em todas as culturas e não há nada que possa mudar esse sistema, nem mesmo "o desenvolvimento econômico nem [...] a legislação sobre a igualdade".

São os discursos presentes na sociedade que formam o conceito de homem e mulher e, ao se enraizarem no pensamento das pessoas, esses discursos possibilitam a reprodução estereótipos sobre o que é ser homem ou mulher.

De acordo com Lysardo-Dias (2007, p. 27), numa

> [...] perspectiva discursiva, a noção de estereótipo pode ser associada à noção de pré-construído, noção elaborada inicialmente por Henry (1975) e desenvolvida por Pêcheux (1975), que a introduziu no âmbito da Análise do Discurso. Instituindo uma oposição entre aquilo que é produzido no decorrer do processo enunciativo e o que é mobilizado como conhecimento prévio e anterior, a noção de pré-construído pode assumir duas dimensões: a primeira seria a de saber sobre o que se apoia a asserção do enunciador, ou seja, a dimensão de pressuposto. A segunda seria a de elemento discursivo anterior à enunciação, aquilo que foi dito ou elaborado. Dessa maneira, se opera uma distinção entre aquilo que está inscrito no enunciado e aquilo sobre o qual ele se apoia em termos de ideias, valores e crenças.

Dessa forma, retomando Colling (2014), vale destacar que existem estereótipos sobre a mulher enraizados em toda sociedade e que não dependem das regiões e nem das culturas e, devido ao fato de as mulheres não terem voz, por muito tempo sua história foi contada sob a ótica masculina, por meio da qual elas eram retratadas em segundo plano ou como seres inferiores aos homens.

A sociedade, ao longo do tempo, não abandona os estereótipos criados sobre as mulheres, ela apenas os modifica, ressignifica e novos estereótipos surgem; as próprias mulheres buscam criar novas imagens de si, para se sentirem representadas nos papéis que exercem. Movimentos como o feminismo também buscam desenvolver novos estereótipos para reforçar a representatividade feminina, mas esse não é um processo simples (SIQUEIRA, 2014).

Nesse sentido, vemos que a noção de estereótipo não pode ser tomada como imutável, cristalizada. Para Lysardo-Dias (2007, p. 27),

> Cada vez que é acionado, ele [o estereótipo] é, de alguma forma, atualizado porque inserido em um contexto efetivo de comunicação e de interação social que o retoma, seja para reforçá-lo, seja para questioná-lo. Outro aspecto igualmente contemplado é o fato de que cada época tem seus estereótipos, assim como cada grupo social constrói

> coletivamente toda uma gama de saberes comuns. Isso significa considerá-lo universal para uma coletividade, que, ao longo de sua história, pode preservar aqueles mais antigos e tradicionais ou instituir outros estereótipos que acompanhem o seu desenvolvimento. Assim sendo, por mais que se possa associar o estereótipo àquilo que já está previamente definido, ele não é estático dentro do tecido social do qual faz parte integrante: ele pode ser renovado e ganhar novos contornos, assim como pode ser modificado, acompanhando a dinâmica da vida em sociedade e suas novas demandas.

É preciso considerar, pois, que o estereótipo sobre a perpetuação da dominação masculina sobre a feminina tem sofrido reconfigurações. Além disso, o movimento feminista, contestando esses velhos estereótipos sobre a mulher, levou à elaboração de um novo conceito de gênero e, ao mesmo tempo, tem ajudado a superar a definição biológica e imutável dos sexos, abrindo maiores possibilidades de inserção feminina na sociedade e no mercado de trabalho (MELO *et al.*, 2004, p. 105).

Assim, observa-se um movimento das mulheres no sentido de contestar sua posição social, fazendo surgir novos conceitos de gênero, novas possibilidades de inserção no mercado de trabalho e novas representações na mídia, mas ainda assim, existem resquícios do patriarcado. Como expõe Saffioti (2004, *apud* ASSUMPÇÃO, 2008, p. 23), parte das mulheres ainda apresentam uma certa alienação sobre o preconceito que sofrem, algumas apenas conseguem reconhecer a "violência urbana", ignorando a discriminação que acontece no mercado de trabalho, em relação ao gênero, fruto do domínio patriarcal que concretizou uma ideologia masculinizada na sociedade.

Segundo Melo *et al.* (2004), a discriminação de gênero sofreu transformações ao longo dos anos e se apresenta com menos intensidade em áreas como cultura, educação e legislação; mas, apesar de ter diminuído, ainda está presente e sendo reproduzida pela mídia. A presença da mulher no mundo dos negócios, por exemplo, é estereotipada, alimentando as diferenças de gênero, pois como afirmam as autoras, "[...] a mídia exerce um papel importante na construção e no reforço das representações sociais, pois é por meio dela que os grupos obtêm reconhecimento e visibilidade e, dessa forma, afirmam a sua identidade" (MELO *et al.*, 2004, p. 104).

Nesse sentido, os discursos estereotipados sobre a mulher vão sendo difundidos na sociedade por meio dos textos que os materializam, sofrendo forte influência dos veículos de comunicação de massa, que os reproduzem em larga escala. Contudo, não são apenas os gêneros midiáticos que possibilitam a reprodução, ou por que não, o questionamento desses estereótipos. Qualquer prática discursiva está associada à reprodução/questionamento de estereótipos – associados, numa perspectiva discursiva, ao já-dito, àquilo que fala antes, em outro lugar – e, quanto mais difundida for essa prática discursiva, maior será seu papel na propagação ou mudança desses discursos. Considerando essas questões e que qualquer texto é uma materialização dos discursos que circulam em nossa sociedade sobre determinados saberes, é que propomos, neste trabalho, a análise discursiva das narrativas relacionadas às mulheres em uma obra de finanças pessoais.

3 Análise do *Corpus*

Como dito anteriormente, o *corpus* de nossas análises é o livro "Eu mereço ter dinheiro: como ser feliz para sempre na vida financeira", obra cujo tema é a educação financeira voltada às finanças pessoais, dirigida ao público feminino.

Considerando o plano intradiscursivo, ou seja, o plano da materialidade textual, que é o ponto de partida para que tenhamos acesso ao interdiscurso, adotaremos, como já afirmado, como categorias de análise linguística os três níveis da narrativa, conforme modelo definido por Genette (1995): "Como?"; "O quê?"; e "Quem?". Para a operacionalização de nossas

análises, utilizaremos o desenvolvimento desse modelo conforme proposto por De Fina e Georgakopoulou (2012). Para as autoras, o "Como?" refere-se à questão da linguagem e do estilo; o "O quê?", ao conteúdo ou temas presentes na narrativa, revelando a sucessão dos acontecimentos e o modo como eles se relacionam; e o "Quem?" ao processo interacional e às práticas discursivas.

Os dois primeiros níveis de análise estariam, portanto, relacionados à construção linguística dos enunciados e o terceiro às relações envolvidas no processo de interação.

Começando nossas análises pelo terceiro nível, temos uma produção linguístico-textual, que se materializa em um livro, escrito por um homem, destinado ao público feminino, o que não limita sua recepção apenas a este público, na medida em que a obra pode ser lida por qualquer pessoa que tenha acesso a ela. Contudo, no plano das práticas discursivas, o autor da obra (seu locutor), ao escrevê-la, idealizou como seu leitor ideal (interlocutor) as mulheres, já que se dirige diretamente a este público. Em relação ao momento de produção, trata-se de uma obra atual, publicada em 2013, na qual o locutor, ao se inscrever como sujeito da Formação Discursiva (FD) da qual pretende construir seu dizer, institui-se como porta-voz de uma FD em que, segundo suas próprias palavras, a mulher "deixou de ser apêndice do homem, ganhou espaço em todos os terrenos possíveis e imagináveis, conquistou a independência sexual, cultural e política" (DOMINGOS, 2013, p. 15). Contudo, para orientar essa mulher em relação a suas finanças pessoais, o sujeito discursivo estabelece um diálogo com os contos de fadas infantis, carregados de estereótipos sobre outra imagem de mulher, como já afirmamos anteriormente.

Em termos do "Como", o texto é escrito em uma linguagem acessível a um grande e variado público e adota um estilo bem próximo ao coloquial, criando um ambiente de conversa face a face, no qual o locutor se dirige diretamente a suas interlocutoras (por meio do uso constante do pronome de tratamento "você" e de formas verbais no imperativo). Mediante a adoção desse estilo verbal, o locutor estabelece uma relação de proximidade com suas interlocutoras, recriando um espaço de interação no qual demonstra compreender a alma feminina.

Considerando o nível de análise referente ao "O quê?", nosso intuito é justamente verificar como o sujeito que se constitui no plano discursivo e que se inscreve em uma FD que reconhece a independência conquistada pelas mulheres se relaciona com o já-dito, com o pré-construído, que, ainda em nossos dias, alimenta os estereótipos sobre a imagem da mulher na sociedade e sua relação com o consumo e o dinheiro.

Vejamos, portanto, como essa relação interdiscursiva se estabelece nos seis trechos que selecionados para análise neste artigo:

1) "Assim, a partir de hoje, quando você passar pela vitrine de uma loja sem cair em tentação, saberá que está abdicando de ter uma bota de cano alto da grife do momento, por exemplo, porque está trocando um pequeno prazer imediato por um sonho maior e mais importante. Ou seja, você estará trocando a gratificação momentânea por algo melhor no futuro." (DOMINGOS, 2013, p. 37).
2) "Lembre-se: quando você se guia por impulsos, você erra! Como já vimos, muitas mulheres consomem o que podem e o que não podem com a desculpa do 'Eu mereço...'. 'Eu mereço esse vestido', 'eu mereço esse sofá novo', 'eu mereço esse jogo de panelas cor-de-rosa'. Mas pense bem: você merece torrar tudo o que ganha nessas pequenas coisas e depois viver na corda bamba dos parcelamentos, dos empréstimos bancários, dos cheques especiais, das faturas de cartão de crédito? Você merece ficar pendurada em aluguéis porque nunca consegue guardar dinheiro para ter a sua casa própria? Você merece abandonar seus sonhos?" (DOMINGOS, 2013, p. 37).

O enunciado 1 se organiza a partir de uma sucessão de ações relacionadas ao consumo, estabelecendo um paralelo entre um prazer imediato gerado pela aquisição de um produto e

uma realização a longo prazo (um "sonho maior"), que pode ser alcançada caso se resista às tentações do prazer imediato.

Em relação aos aspectos discursivos, percebemos que, no plano do interdiscurso, o dizer do sujeito – apesar de este se inscrever em uma FD que considera a independência e a liberdade sexual, cultural e política conquistadas pela mulher – associa-se a uma outra FD, que fala antes, e que carrega estereótipos relacionados ao impulso consumista feminino (o que pode ser observado na escolha das expressões linguísticas "cair em tentação", "pequeno prazer imediato", "gratificação momentânea"), relacionado à questão da beleza física, afinal, o objeto da tentação é "uma bota de cano alto da grife do momento". Esse estereótipo da relação da mulher com o consumo nos remete à crítica levantada por Siqueira (2014, p. 28), citando as pesquisas de Friedan (1921-2016), na qual a primeira autora afirma que a nova mulher americana "diante da busca por uma identidade [...] poderia ser enredada em novas formas de dominação, não mais expressas pela força, mas através dos apelos de consumo que apropria-se dos discursos feministas para cooptar o imaginário das mulheres".

O mesmo processo de reprodução de estereótipos ligados aos impulsos consumistas femininos, pode ser identificado no enunciado 2, no qual o sujeito faz generalizações sobre as ações das mulheres: "Eu mereço esse vestido", "eu mereço esse sofá novo", "eu mereço esse jogo de panelas cor-de-rosa", novamente destacando o impulso pelo consumo (pela repetição da expressão "eu mereço") de objetos socialmente associados aos desejos femininos, ora relacionados à imagem estética ("vestido"), ora às funções de dona de casa, papel historicamente atribuído à mulher: "sofá novo", "jogo de panelas cor-de-rosa".

3) "Assim como Rapunzel, toda mulher carrega em si uma misteriosa força que faz com que seja capaz de suportar as maiores dificuldades. A alma feminina é, por si só, uma fortaleza sem igual. Portanto, na sua vida como um todo, e na área financeira em especial, você precisa usar essa força interior a seu favor. Em vez de simplesmente deixar seu dinheiro passar das suas mãos para as dos outros, resista, segure-o com você, na sua conta bancária, sentindo aos poucos sua força de vontade aumentar mais e mais, porque logo experimentará o prazer de, em vez de gastar, juntar dinheiro." (DOMINGOS, 2013, p. 59).

No enunciado 3, o sujeito, buscando garantir um dado sentido relacionado à força das mulheres, acaba produzindo sentidos que não planejava, o que implica que os limites que separam a FD a que se filia para construir seu dizer de outras FDs não são tão rígidos a ponto de excluírem os sentidos outros, não pretendidos.

Assim, ao utilizar as expressões "misteriosa força", "alma feminina", "força interior", o sujeito indica que as mulheres têm determinadas características que lhes são próprias, reproduzindo o estereótipo da concepção biológica de gênero, no qual acredita-se que determinados padrões psicológicos façam parte da natureza feminina. Essa visão desconsidera a concepção dos estudos atuais sobre gênero para os quais os conceitos de homem e de mulher são construções sociais, que formam o imaginário social, reproduzido/construído por estereótipos alimentados por essa visão biológica de sexo.

4) Assim como Cinderela, você também deve ter algumas aptidões naturais que talvez nem tenha percebido ainda. Toda mulher nasce com diversos talentos e dons especiais. Algumas são boas com números; outras sabem cozinhar divinamente bem; há aquelas que entendem da harmonização de cores, espaços, objetos; as que falam fluentemente várias línguas; as que têm facilidade para artes (dança, música, teatro) etc. [...] Por exemplo, há mulheres que fazem bijuterias, agendas, bolsas para comercializar. Existem aquelas que dão aulas particulares de inglês. Outras que vendem cosméticos por meio de catálogos. Há até as que comprometem seus finais de semana encarando os chamados "bicos", como *baby-sitter* e recepcionista em eventos, e as que praticam uma infinidade de outros trabalhos extras, os chamados *freelance*. Cabe a você ponderar quais são os seus talentos e desenvolvê-los. (DOMINGOS, 2013, p. 66-69).

No trecho 4, novamente, vemos que o dizer do sujeito se apoia no estereótipo que reproduz a crença de que haja características próprias à mulher, ligadas à concepção biológica de gênero, quando se utiliza das expressões "aptidões naturais", "toda mulher nasce com diversos talentos e dons especiais". Essas expressões são utilizadas para qualificar as mulheres e introduzir a sequência de ações atribuídas às mulheres posteriormente na narrativa. Essas ações englobam o que o sujeito afirma serem talentos e dons especiais das mulheres. É interessante observarmos nessa sequência de ações como as duas FDs predominantes no discurso se imbricam. Isso porque, ao mesmo tempo em que atribui às mulheres a capacidade de realizar tarefas que não são frequentemente ligadas apenas ao universo feminino, como serem "boas com números" ou falarem "fluentemente várias línguas" – estas em número reduzido –, o sujeito enumera um conjunto de ações historicamente atribuídas ao estereótipo do trabalho da mulher: cozinhar, entender "da harmonização de cores, espaços, objetos", ter "facilidade para artes (dança, música, teatro)", fazer "bijuterias, agendas, bolsas para comercializar", dar "aulas particulares de inglês", vender "cosméticos por meio de catálogos", fazer "bicos", de "*baby-sitter* e recepcionista em eventos". É pertinente observarmos ainda que a maior parte dessas atividades, além de serem relacionadas ao talento e às aptidões femininos, são apontadas como atividades complementares, o sujeito, inclusive afirma que, "há até as que comprometem seus finais de semana" para realizar "bicos". Contudo, não deixa claro em seu dizer se seriam atividades complementares ao trabalho formal das mulheres ou ao trabalho doméstico. De qualquer forma, em ambos os casos, vemos também reproduzido o estereótipo da dupla (ou tripla) jornada de trabalho da mulher que, ao ingressar no mercado de trabalho, não pode deixar de lado os afazeres domésticos.

5) Propagandas de todo tipo tentarão ditar a forma como você decora sua casa, como pendura o cachecol no pescoço e até o corte de cabelo do seu cachorro. *Slogans* se confundirão com ideologias, e, sem se dar conta, você se verá debaixo do chuveiro cantarolando *jingles* que estarão na ponta da língua, sem que você tenha a menor ideia de como eles foram colocados na sua cabeça. (DOMINGOS, 2013, p. 73).

6) Ao longo do processo de aplicação prática do que você está aprendendo neste livro, muitas pessoas vão lhe dizer que isso tudo é uma bobagem, que seu esforço não vai dar em nada. Suas colegas irão convidá-la para praticar *shopping*-terapia em seus momentos de maior fragilidade, tentando desviá-la do caminho. (DOMINGOS, 2013, p. 75).

Nos enunciados 5 e 6, são apresentados os obstáculos a serem enfrentados pelas mulheres na busca do sucesso em suas finanças pessoais. Tais obstáculos estão relacionados a influências externas a serem superadas para que não haja desvio do caminho. No caso essas influências externas são personificadas pelas ações dos órgãos de comunicação, por meio de propagandas, e por outras pessoas ou colegas. Considerando as construções linguísticas dos acontecimentos descritos na narrativa, é pertinente observarmos como essas marcas da materialidade, mais uma vez, apontam para a FD constituída de estereótipos sobre a imagem da mulher em relação ao consumo. Assim, em 5, as ações femininas influenciadas pelas propagandas são: decorar "sua casa", pendurar "o cachecol no pescoço", cortar o cabelo do cachorro; ações que, mais uma vez, remetem a um universo feminino voltado para preocupações domésticas e estéticas, associadas a um estereótipo de uma certa futilidade nas preocupações femininas, muito propagado em nossa sociedade. Ainda, na sequência deste mesmo enunciado, o sujeito afirma que as mulheres se verão "debaixo do chuveiro cantarolando *jingles*" publicitários, sem saber como "eles foram colocados na sua cabeça", revelando um posicionamento acrítico à influência das propagandas em seus pensamentos. Em 6, por sua vez, ao fazer referência às influências que outras "pessoas" podem ter nas ações que vão levar as

mulheres ao caminho de seu sucesso financeiro pessoal, o sujeito, faz remissão às atitudes das "colegas" – no feminino – que vão convidar a leitora-interlocutora "para praticar *shopping*-terapia em seus momentos de maior fragilidade", pondo em cena o estereótipo da fragilidade feminina, associado, mais uma vez, ao consumo como forma de satisfação momentânea ("praticar *shopping*-terapia").

4 Considerações Finais

Como vimos no quadro teórico-metodológico no qual se sustenta este trabalho, os textos expressam e reproduzem as relações sociais e visões de mundo dos sujeitos discursivos, cabendo ao analista de discursos, por meio do processo de "de-superficialização" da leitura (ORLANDI, 2009), compreender os modos como o discurso se textualiza. Para tanto, é necessário que, no trabalho de análise, o texto (aquilo que é dito no plano da materialidade, do intradiscurso) seja interpretado na sua relação com a memória (com o que é dito antes, em outro lugar). Os textos devem ser analisados, portanto, na relação com os discursos que assimila, por meio da interação entre as formações discursivas com as quais o sujeito se identifica ou questiona.

Considerando essa relação interdiscursiva, que é constitutiva do próprio discurso, já que ele não nasce do nada, do vazio semântico, o sujeito, ao se inscrever em determinada FD para dizer o que diz, busca apagar as contradições internas de seu discurso, associadas a FDs com as quais esse sujeito não se filia, ou que ele procura negar, questionar. Contudo, vimos que essa unicidade do dizer é apenas aparente, pois não há uma fronteira rígida que separa uma FD daquela que lhe é antagônica, já que o discurso se constrói numa relação constitutiva com seu Outro (MAINGUENEAU, 2007).

Buscando aplicar essas posições teóricas a nosso objeto de análise, associamos a ideia do pré-construído à noção de estereótipo – ideias, valores e crenças sobre os quais se apoiam o enunciado. Vimos, assim, que esses estereótipos, ao serem empregados em novos contextos são constantemente atualizados, podendo ser reforçados ou questionados.

Com o intuito de compreender a construção narrativa da imagem da mulher em uma obra de finanças pessoais dirigida a este público, nosso questionamento se moldou justamente em torno desta questão: como, ao se inscrever em uma FD que reconhece as atuais conquistas das mulheres nos meios social, cultural e político, o sujeito do discurso atualiza esses estereótipos presentes em outras FDs que não comungam com essa imagem de independência da mulher? Esse questionamento se mostra especialmente relevante se considerarmos que, para construir seu texto, o sujeito se apropria de contos de fada, que disseminam estereótipos femininos baseados na dependência da mulher em relação ao homem, e que, conforme suas próprias palavras, "até hoje operam como uma espécie de alicerce dos desejos femininos" (DOMINGOS, 2013, p. 12).

Observamos em nossas análises que esse processo de atualização dos estereótipos ligados a FDs que não comungam com a imagem de independência e conquistas das mulheres, imagens estas reconhecidas pelo sujeito no plano da materialidade de seu dizer, não se dá de forma polêmica, mas no sentido de reforçar crenças e valores reproduzidos historicamente sobre a mulher.

Nesses termos, observamos que o sujeito, ao atualizar esses estereótipos na construção narrativa da relação da mulher com suas finanças pessoais, desconsidera a atual noção de gênero como construção social e reproduz discursos que alimentam a ideia de que há características

biológicas que influenciam a formação psicológica das mulheres e os papéis sociais que elas desempenham.

Assim, identificamos em nossas análises, a reprodução, sem questionamentos, de estereótipos que alimentam a ideia de que há uma "força misteriosa" intrínseca à "alma feminina", reforçando o discurso sobre a formação biológica da personalidade feminina; que relacionam o trabalho das mulheres a "talentos" naturais femininos, vistos como formas de complementação da renda; e que, de forma bastante recorrente, alimentam a dependência da mulher ao consumo como forma de satisfazer desejos relacionados ao universo doméstico e estético.

Referências

ASSUMPÇÃO, Márcia. **As representações da mulher profissional brasileira e norte americana construídas pela mídia impressa.** 2008. 131f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

AUGUSTINIS, Viviane F.; COSTA, Alessandra de S. M.; BARROS, Denise F. Uma análise crítica do discurso de educação financeira: por uma educação para além do capital. **Revista ADM.MADE,** Rio de Janeiro, ano 12, v.16, n.3, p.79-102, set./dez., 2012.

BRANDÃO, Helena H. N. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. Campinas, SP: Unicamp, 1993.

COLLING, Ana. M. **Tempos diferentes, discursos iguais.** Dourados: Editora da UFGD, 2014.

DE FINA, Anna; GEORGAKOPOULOU, Alexandra. **Analyzing narrative**. New York: Cambridge University Press, 2012.

DE NARDI, Fabiele S. Entre a lembrança e o esquecimento: os trabalhos da memória na relação com língua e discurso. **Organon**, Porto Alegre, v. 17, n. 35, p. 65-83, 2003.

DOMINGOS, Reinaldo. **Eu mereço ter dinheiro:** como ser feliz para sempre na vida financeira. São Paulo: DSOP Educação Financeira, 2013.

GENETTE, Gerárd. **Discurso da narrativa**. Lisboa: Veja, 1995.

JUNG, Neiva Maria. Ecologia linguística e social de uma comunidade multilíngue: a relevância do gênero social. In: HEBERLE, Viviane M.; OSTERMANN, Ana C.; FIGUEIREDO, Débora de C. (Orgs.). Linguagem e gênero: no trabalho, na mídia e em outros contextos. Florianópolis: Editora da UFSC, 2006. p. 69-92.

LYSARDO-DIAS, Dylia. A Construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade Brasileira. **Stockholm Review of Latin American Studies**. Issue n. 2, p. 25-35, Stockholm University, Sweden, November 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos Discursos**. Curitiba: Criar Edições, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 1997.

MUSSALIN, Fernanda; BENTES, Anna C. (Orgs.). **Introdução à linguística**: domínios e fronteiras. v. 2. São Paulo: Cortez, 2001.

MELO, Marlene. C. O. L. *et al*. Representações femininas na mídia de negócios brasileira. **Rev. O&S**, [S.I], v. 11, n. 31, p. 103-118, set/dez. 2004.

ORLANDI, Eni P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.

ORLANDI, Eni P. **O que é linguística**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SANT'ANA, Marcus V. S. **Educação financeira no Brasil**: um estudo de caso. 2014. 103f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Centro Universitário Una, Belo Horizonte, 2014.

SIQUEIRA, Rosan. R. Mulher, uma construção social: representações, estereótipos e imagens. **Rev. Ambivalências,** [S,I], v.2, n.3, p. 06-41, 2014.

WODAK, Ruth. **Gender and Discourse**. London; California; New Delhi: SAGE Publications, 1997.

---

[i] O discurso é aqui entendido como o lugar em que se imbricam o linguístico e o ideológico. Trata-se, segundo Orlandi (1987), de uma prática social que tem, portanto, uma regularidade, não sendo nem geral como a língua, nem individual como a fala. O sujeito, por sua vez, é uma construção discursiva, uma posição (ou posições) assumida a partir dos discursos que assimila e reproduz ou questiona.

[ii] De acordo com Mussalim (2001, p. 119), as formações discursivas (FDs) determinam o que pode/deve ser dito a partir de um determinado lugar social. Uma FD é marcada, portanto, "por regularidades, ou seja, por 'regras de formação', concebidas como mecanismos de controle que determinam o interno (o que pertence) e o externo (o que não pertence) de uma formação discursiva". Ao se projetar em relação a FDs externas, uma FD será sempre invadida por discursos outros, constituindo-se como "um espaço atravessado por outras formações discursivas".

[iii] "[...] No contexto dessa perspectiva, é mais coerente falar de gênero como a compreensão de como o que significa ser uma mulher ou ser um homem muda de uma geração para a outra e como essa percepção varia entre os diferentes grupos raciais, étnicos e grupos religiosos, bem como para os membros de diferentes classes sociais. (ver Gal, 1989: 178; Stolcke, 1993: 20; Lorber and Farrell, 1991a: Hf). As categorias de gênero são assim vistas como construções sociais. Elas institucionalizam os status culturais e sociais e servem para que o domínio masculino sobre as mulheres pareça natural: 'a desigualdade de gênero na sociedade de classes resulta de uma tendência historicamente específica para 'naturalizar " ideologicamente as desigualdades socioeconômicas prevalecentes' (Stolcke, 1993: 19)." (WODAK, 1997, p. 4).