**CELEBRIDADE, EMPREENDEDORA E ESTÉTICA: REPRESENTAÇÕES DAS FEMINIDADES NA REVISTA EXAME**

**CELEBRITY, ENTREPRENEUR AND AESTHETIC: REPRESENTATIONS OF FEMININITIES IN EXAME MAGAZINE**

**RESUMO**

Nosso objetivo é analisar as representações veiculadas na mídia sobre as mulheres no mercado de trabalho, sob a perspectiva do pós-feminismo. Para isso, realizamos uma pesquisa documental na versão eletrônica da Revista Exame, utilizando o método de análise semiótica, conforme proposto por Peirce (2008). Os resultados apontam que, nas representações da revista analisada, as mulheres ocupam diferentes posições dentro das organizações, sendo aquelas bem-sucedidas representadas por mulheres brancas, de classe alta e que, ainda, são vistas como modelos a serem seguidos por aquelas que desempenham funções subalternas. Os resultados apontam ainda que, apesar de encontrar mulheres que conquistaram cargos de alto escalão, a maioria delas lida com a discriminação de gênero e a dupla jornada de trabalho.

**Palavras-chave:** representações sociais; gênero; subjetividades; feminidades; pós-feminismo.

**ABSTRACT**

Our objective is to analyze the representations of women in the labor market conveyed by the media, in a post-feminist perspective. To this end, we conducted a documentary research in the electronic version of Exame magazine, adopting semiotic analysis as proposed by Peirce (2008). The results of our analysis show that, in the representations of this magazine, women occupy different positions of power within organizations, and the successful ones are represented by white and high class women that are also seen as role models for those who perform menial tasks. The results also indicate that, despite finding women who have already achieved senior positions, most of them deal with gender discrimination and double shifts.

**Keywords:** social representations; gender; subjectivities; femininities; postfeminism.