



Congresso Internacional de Administração
ADM 2021

Administração Ágil
Inovação e Trabalho Remoto

25 a 27
de outubro

Ponta Grossa - Paraná - Brasil

MULHERES EMPREENDEDORAS E SUAS NARRATIVAS

ENTREPRENEURIAL WOMEN AND THEIR NARRATIVES

ÁREA TEMÁTICA: Estudos Organizacionais – Organização e Sociedade

Letícia Krupczak, Uniandrade, Brasil, leticiakrupczak2@hotmail.com

Giovanna Bueno de Morais, Uniandrade, Brasil, gibuenomorais@gmail.com

Bruno Eduardo Slongo Garcia, Uniandrade/UFPR, Brasil, professorslongogarcia@gmail.com

Resumo

Este estudo tem como objetivo analisar como um grupo de mulheres narram suas histórias como empreendedoras. Para cumprir com o objetivo proposto, realizamos entrevistas com 10 mulheres que possuem histórias empreendedoras. Posteriormente analisamos suas narrativas. Os achados deste estudo relevam alguns desafios enfrentados pelas personagens, os quais estão relacionados a questões culturais e históricas, por exemplo, raça e gênero. Desta forma, é possível evidenciar como as mulheres empreendedoras desenvolveram seus negócios mediante a ambientes de incertezas e dificuldades, contribuindo para a história de outras mulheres e pela igualdade de gênero. Este estudo contribuiu para ampliar as discussões a respeito das assimetrias de gênero, demonstrando como os desafios são enfrentados e requerem quebra de paradigmas históricos.

Palavras-chave: mulheres; empreendedoras; narrativas.

Abstract

This study aims to analyze how a group of women tell their stories as entrepreneurs. To fulfill the proposed objective, we conducted interviews with 10 women who have entrepreneurial histories. We later analyze their narratives. The findings of this study reveal some challenges faced by the characters, which are related to cultural and historical issues, for example, race and gender. In this way, it is possible to show how women entrepreneurs developed their businesses through environments of uncertainty and difficulties, contributing to the history of other women and for gender equality. This study contributed to broadening the discussions regarding gender asymmetries, demonstrating how the challenges are faced and require breaking historical paradigms.

Keywords: women; entrepreneurs; narratives.

1. INTRODUÇÃO

A busca por um espaço na sociedade, remonta movimentos sociais históricos que perduram a décadas. Já para os homens essa realidade é diferente, seus espaços estão garantidos desde que a sociedade se estruturou na formação de famílias (Davis, 2016). Situando essa discussão no mercado de trabalho, os movimentos por valorização e igualdade entre gêneros figura em questões salariais, valorização do trabalho, hierarquia entre gêneros e no combate aos excessos como o assédio moral e sexual (Hirata & Kergoat, 2007, Samparo, 2017).

Contudo, avanços podem ser observados em relação a valorização das mulheres, movimentos sociais e lutas históricas tem possibilitado a ampliação dos espaços na sociedade e no mercado de trabalho, por exemplo, o crescimento da mulher no papel de empreendedora (Teixeira&

Bomfim, 2016). De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor – GEM (Barbosa, 2011), a taxa de empreendedorismo do Brasil é de 15%, o que o coloca entre os seis países mais empreendedores do mundo. Já no empreendedorismo segundo o gênero, o Brasil mostra um percentual maior referente ao empreendedorismo feminino do que ao masculino, 53% contra 47%. Isso só vem mostrando o quanto as mulheres estão crescendo no mundo do empreendedorismo, apesar das suas dificuldades.

Neste contexto que envolve mulheres e o empreendedorismo, o objetivo deste estudo é analisar como um grupo de mulheres narram suas histórias como empreendedoras. Desta forma, buscamos demonstrar como as histórias de mulheres empreendedoras e quais foram as dificuldades que elas enfrentaram durante seus percursos e que ainda enfrentam. Foi realizado um roteiro de 12 perguntas, com 10 mulheres de diversas idades, raças e ramos de atuação econômica totalmente diferentes, e assim, realizar uma análise para verificar além das dificuldades, as motivações iniciais para empreender, o porquê continuaram e se sendo mulher dificultou as suas carreiras.

É uma finalidade desse trabalho, também, levantar algumas reflexões acerca das dificuldades que as mulheres encontram quando iniciam seus próprios negócios e os motivos que as levam a permanecer em seus empreendimentos. Procuramos, por meio dos relatos, mostrar um pouco da vida de mulheres com histórias diferentes, mas que compartilham dos mesmos desafios, angústias e expectativas. Mulheres que, cansadas de seus antigos empregos ou que buscam algo de novo, gostam de serem independentes e donas de seus destinos.

Esse trabalho está estruturado da seguinte maneira, após esta introdução encontra-se o referencial teórico do estudo, posteriormente o percurso metodológico, as análises das narrativas e, por fim, as referências.

2. OS DESAFIOS RELACIONADOS AS MULHERES NO SÉCULO XXI

Iniciamos esta pesquisa com a frase: “afinal, o que querem as Mulheres”, atribuída a Freud no começo do século XIX. Mais de 100 anos nos separam dessa pergunta, que Freud não respondeu. Mesmo no século XXI ainda não conseguimos responder à pergunta, afinal existem muitas pluralidades no querer feminino. Todavia, podemos afirmar que há pistas sobre o que as mulheres querem, como emancipação, respeito e igualdade. Para Ongaratto e Messias (2016) os avanços do último século em relação as mulheres foram sendo reconhecidos nas esferas política e social, porém mesmo diante desses avanços ainda a diversos espaços na sociedade a serem conquistados.

Desse modo, as conquistas das mulheres se efetivam, sobretudo, em razão da superação das ideias machistas¹, conquistando cada vez mais espaços com muita luta. Quando falamos dos espaços na sociedade em que as mulheres atuam, podemos enxergar avanços, contudo, a continuidade das lutas é fundamental, uma vez que os homens continuam a exercer o domínio na maioria desses locais. Conforme aponta os dados do Fórum Econômico Mundial de 2019, para diminuir a desigualdade global entre os gêneros levará 99,5 anos (Fórum Econômico Mundial, 2020). Ainda de acordo com este documento ainda que ocorram políticas públicas que

1 Por machismo entendemos o que Arrazola e Rocha (1996) o caracterizam como “ideologia que determina que os homens controlem o mercado, o governo e a atividade pública e que as mulheres sejam subordinadas a eles, dividindo-os nos espaços público e privado” (Arrazola & Rocha, 1996, *apud* Balbinotti, 2018, p.247)

auxiliem as mulheres nos avanços por seus espaços e equidade de gênero, demorara mais que uma vida para que a igualdade seja alcançada.

Quando falamos de espaços da sociedade outra questão é importante de ser pensada. Aos homens não existem leis que lhes garantam espaços, pois eles já têm esse espaço garantido, visto que por muito tempo entendeu-se que mulheres eram seres com função de cuidar e servir seus lares. Nessa perspectiva, observa-se que o trabalho doméstico possui uma natureza opressiva, na medida em que se trata de um trabalho invisível, não criativo, repetitivo, exaustivo e improdutivo (Davis, 2016). Uma possível explicação para tal argumento é a falta de igualdade, fruto da incansável insistência em atribuir a homens e mulheres funções baseadas no seu respectivo gênero². Tamanha diferença social histórica é refletida em outros âmbitos, como o mercado corporativo, parte do pensamento de que o homem é referenciado nas atividades produtivas e a mulher nas atividades reprodutivas (Hirata & Kergoat, 2007). Sendo assim, as mulheres precisam que leis sejam estabelecidas para que seus espaços sejam garantidos. Muitos são os desafios impostos as mulheres para que seus lugares na sociedade sejam garantidos, bem como as renúncias que são feitas ao trilhar um determinado caminho, por exemplo, as mulheres possuem maior nível de escolaridade comparada aos homens, mas ainda ganham menores salários desempenhando a mesma função. Considerando a média mundial as mulheres recebem 77% do salário dos homens e se nenhuma providência for tomada essa diferença só será alcançada em 2086 (Samparo, 2017).

Embora as mulheres tenham adentrado o mercado de trabalho continuam atreladas aos trabalhos domésticos e diante desse fator tem uma dupla jornada com trabalhos invisíveis que são realizados não para si próprias, mas em prol dos demais. Conforme explica Duarte e Spinelli (2019) os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) em 2018 as mulheres permanecem realizando maiores cargas de trabalho domésticos semanais, enquanto os homens operam com 10,8 horas, as mulheres atuam cerca de 20,9 horas, esses dados independem dos níveis de instruções/escolaridade das mulheres para a existência da dupla jornada.

Conforme publicação do IPEA, em março de 2016, independente da classe social ou raça as mulheres sempre desempenhamos duplas jornadas, ou seja, mulheres com renda superior, também vivenciam duplas jornadas em seus lares, seja como chefe de família, mãe ou esposa, diferente dos homens que ocupam as mesmas posições.

Nós como sociedade precisamos de um esforço social para que essa realidade seja mudada, logo que diante de tantos avanços na esfera por igualdade entre homens e mulheres as lutas ainda permanecem para que essa realidade seja modificada.

Na política as mulheres também são minorias, mesmo com a promulgação da Emenda Constitucional Nº 97, de 4 de outubro de 2017, que garantem que 30% das cotas de gênero estejam destinadas as mulheres, ainda assim a participação no parlamento é reduzida. Para Souza (2018) os partidos políticos em épocas de eleição, passam a procurar mulheres para candidaturas dos partidos somente para preencher esses espaços destinados as mulheres, mas, na prática, acabam sendo excluídas dos processos de candidaturas.

2 O termo "gênero" torna-se, antes, uma maneira de indicar "construções culturais" - a criação inteiramente social de ideias sobre papéis adequados aos homens e às mulheres. Trata-se de uma forma de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e de mulheres. "Gênero" é, segundo essa definição, uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado. Com a proliferação dos estudos sobre sexo e sexualidade, "gênero" tornou-se uma palavra particularmente útil, pois oferece um meio de distinguir a prática sexual dos papéis sexuais atribuídos às mulheres e aos homens (Scott, 1995: 75).

No governo Dilma, por exemplo, de 2010 a 2016 a mídia tratou até mesmo a aparência da então presidente com ironia. Para Dantas e Rubim (2018) o desempenho das mulheres recai sobre a métrica que envolve características em padrões de beleza impostos pela sociedade e com isso caracterizam os desempenhos no trabalho que exerceram.

Neste contexto, a luta pela emancipação das mulheres na sociedade vem passando por muitas conquistas no decorrer das décadas, com avanços em diversas esferas como educação e trabalho. A emancipação e empoderamento de nós, mulheres, se reflete na luta contra os estereótipos criados.

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

As mulheres têm cada dia mais alcançado seus espaços na sociedade e com isso está atrelado o seu papel no mercado de trabalho e como empreendedora, e diante dessa narrativa podemos dizer que cada vez mais as mulheres estão empreendendo (Teixeira & Bomfim, 2016). Esse crescimento está também atrelado as discriminações sofridas pelas mulheres no mundo corporativo.

Conforme aponta Aveni, Nunes e Cruz (2016), houve um crescimento no empreendedorismo relacionado às mulheres, porém mesmo com esse crescimento, mulheres enfrentam desvantagens, pois são tratadas com inferioridade, principalmente em termos de recursos financeiros destinados ao empreendedorismo feminino. Para Silveira e Gouvêa (2008) além de serem associadas como inferiores nos seus campos de atuação enfrentamos as desvantagens financeiras que limita nossas atuações como empreendedoras.

Apesar de estarmos no século XXI, onde vários avanços já ocorrem, diante de muitas lutas para que as mulheres pudessem ter um maior acesso ao mercado de trabalho, ainda há vários relatos sobre as dificuldades enfrentadas diante das diferenças de gênero no mercado de trabalho (Almeida, Antonialli & Gomes, 2011). As empreendedoras vêm tentando quebrar as barreiras que impedem seu progresso na construção social no acesso as mais variadas esferas da sociedade, diante de um estereótipo que limita esses avanços, principalmente no campo psicológico que nos faz sentirmos delimitadas quando comparada aos homens (Cramer, Capelle, Andrade & Brito, 2012)

Partindo desses eventos, em que se observa que as mulheres lutam por espaços na sociedade, várias questões têm sido levantadas para se pensar, entre elas, a inserção da mulher no âmbito do mercado de trabalho, como empreendedora (Vale *et al*, 2011).

Observamos que o caráter doméstico marca todo o trabalho feminino, a mulher é sempre uma dona de casa, mesmo no século atual, vistas desse modo mesmo quando ocupam milhares de cargos. É preciso suportar o que venha a ser pensado, isto é, é preciso “ousar pensar por si mesmo” (Pêcheux, 2009, p. 281), pois só assim acreditamos ser possível mudar a situação de descrédito e falta de oportunidades na qual muitas mulheres estão.

O Global Entrepreneurship Monitor mostra que a participação das mulheres empreendedorismo nos últimos 10 anos manteve-se em torno de 49%. Mesmo diante desses dados, questões como preconceito³, machismo¹, e diferença de salário permanecem, o que leva ao pouco

3 O significado da palavra 'preconceito', segundo o dicionário AURÉLIO, significa: S. m. 1. Conceito ou opinião formados antecipadamente, sem maior ponderação ou conhecimento dos fatos; ideia preconcebida. 2. Julgamento ou opinião formada sem se levar em conta o fato que os conteste; prejuízo. 3. P. ext. Superstição,

reconhecimento sobre a atuação de empreendedoras no país (Machado, Guedes & Gazola, 2017).

Do ponto de vista psicossocial, as empreendedoras inovam, pois criam ou assumem a liderança dos seus próprios empreendimentos, transpondo o denominado teto de vidro, um obstáculo simbólico que dificulta a ascensão das mulheres a altos níveis da administração empresarial (Morrison, White & Van Velsor, 1987, Jonathan, 2011). As mulheres empreendedoras também promovem inovação na organização brasileira, elas se constituem como um contraponto à exclusão do gênero feminino no processo sucessório de empresas (MACÊDO *et al.*, 2004)

A crescente participação das mulheres no empreendedorismo feminino, indica um grande potencial econômico e uma significativa contribuição no desenvolvimento do país. De acordo com a pesquisa publicada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2009, pela primeira vez o contingente de mulheres empreendedoras brasileiras (53%) superou numericamente o de empreendedores homens (47%), tanto no empreendedorismo por oportunidade quanto no empreendedorismo por necessidade. Destacamos também que as empresas originadas por mulheres têm sobrevivido mais do que a média de vida dos novos empreendimentos administrados pelos homens (Barbosa, Carvalho, Simões & Teixeira, 2011).

As mulheres entraram no mercado de trabalho não apenas como empregadas, mas também como empregadoras, devido ao crescente desse papel muitos países têm se favorecido economicamente (Gomes; Santana; Antonialli & Correia, 2009). Para Silveira e Gouvêa (2008), em muitos países as mulheres têm cooperado ativamente na criação de empregos e renda. A valorização do empreendedorismo feminino brasileiro ganha novos significados, principalmente para as pequenas e médias empresas.

É necessário ter um apoio familiar para que as mulheres empreendedoras se sintam mais seguras, tenham mais experiência na educação e no trabalho a fim de melhor administrar o negócio (Welsh *et al.*, 2016; Silva, Mainardes & Lasso 2016).

A mulher empreendedora é histórica, mas, não é determinada pelas condições históricas e sociais, mas pode elaborar sua subjetividade em seus diferentes sistemas, conforme relata González Rey (2002) e Ferreira e Nogueira (2013) é possível dizer que a mulher empreendedora também pode transformar o contexto em que está inserida, tendo no diálogo um importante elemento nos processos de sua configuração subjetiva.

3. METODOLOGIA

Este estudo buscou responder a seguinte questão de pesquisa: como um grupo de mulheres narra suas histórias como empreendedoras. Para responder o problema proposto foi realizada uma pesquisa qualitativa. “A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 32).

Como instrumento de coleta de dados foi elaborado um roteiro de entrevistas. As entrevistas são uma “técnica de coleta de informações sobre um determinado assunto”, que implica a interação entre pesquisador e pesquisado, em que através dela são registradas algumas

informações (Severino, 2016, p.133). O roteiro é composto por 12 perguntas, conforme quadro abaixo, a partir dos constructos⁴ e do referencial teórico empregado no estudo.

Questão	
Perfil das Entrevistadas	
Qual o seu nome?	
Qual sua idade?	
Em qual cidade nasceu?	
Qual sua escolaridade?	
Qual a sua cor/raça?	
Com qual gênero você se identifica?	
Questão	Referencial
Categoria: Empreendedorismo Feminino	
Qual seu ramo de atuação?	Teixeira & Bomfim (2016)
Quando começou a empreender?	
Por qual motivo começou a empreender?	
Categoria: Discriminação de Gênero	
Você percebe que existe maior dificuldade entre uma mulher empreendedora quando comparada a um homem também empreendedor?	Hirata & Kergoat (2007); Almeida, Antonialli & Gomes, (2011)
Quais as dificuldades encontradas no percurso para empreender sendo mulher?	

Quadro 1 – Roteiro de entrevista

O questionário foi aplicado por meio das plataformas digitais, Skype, Google meet e Instagram, ou presencialmente, todas gravadas e autorizadas pelas mesmas, onde foram aplicadas no primeiro semestre de 2021.

O intuito foi compreender as diversas narrativas de mulheres empreendedoras de Curitiba e região metropolitana, e analisar como elas se observam em seus campos de atuação e suas vivências quando comparadas à atuação dos homens, em especial no que se refere aos desafios encontrados para conciliar trabalho, vida pessoal e familiar. Podemos definir as narrativas como um fato para se contar uma história do cotidiano das pessoas ou para entrevistas de estudos (Bastos & Bial, 2015).

Conforme afirma Riessman (2008) e Zacarelli e Godoy (2013) o narrador relatará as suas histórias trazendo a conexão para que o ouvinte possa reproduzir para o público e assim contar e recontar essas experiências, ele ainda afirma que existem três tipos de análises narrativas: temática, estrutural e dialógica. Neste artigo trabalharemos com a análise de narrativa temática, que visa buscar o que o narrador aborda e é experimentado por ele (Zacarelli & Godoy, 2013), onde foram entrevistadas 10 mulheres empreendedoras de diversas áreas, onde puderam relatar as diversas formas de como o empreendedorismo está inserido em seu cotidiano, como é o perfil de cada, sua experiência, e saber como narrariam sua história.

3.1 PERSONAGENS DA PESQUISA

4 Modelo criado mentalmente que, elaborado com base em dados simples e partindo de ações analisáveis, é usado por especialistas para compreender uma parte específica de uma teoria; construto. Segundo o dicionário Aurelio. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/constructo/>. Acesso em: 01 mai. 2021

A partir das entrevistas realizadas foi possível definir as personagens desta pesquisa, suas narrativas nos auxiliaram a compor o perfil de cada entrevistada. Este perfil guiou as análises que foram realizadas.

A primeira personagem é Rosa, uma mulher negra, 28 anos de idade, que nasceu em Curitiba e atualmente é empreendedora do ramo de doces para eventos. Sua narrativa retrata uma mulher forte e com muita coragem para atuar como empreendedora. Começou a fazer doces em 2018, após o desligamento da empresa na qual trabalhava, fez do seu *hoobie*, uma forma de ganhar dinheiro. Rosa defende o empreendedorismo feminino como uma necessidade, em que desafios são palcos para o surgimento de ideias para empreender.

Nelle, nossa segunda personagem, nasceu em São José dos Pinhais, está com 33 anos de idade e atua no ramo gastronômico. Em sua narrativa procura se retratar como uma mulher realizada. Sempre trabalhou em empresas como analista, seu início como empreendedora começou após assistir ao programa “Pequenas Empresas, grandes negócios” uma matéria que relatava sobre as geleias. Foi então que decidiu fazer um teste com a família e amigos, desde então produz e vende geleias. Com a explosão do seu negócio, passou a participar das feiras livres em São José dos Pinhais, porém o seu propósito é lançar seu produto no mercado.

Eleanor é outra personagem desse estudo, nasceu em Curitiba, tem 25 anos de idade, é graduada em Direito, e decidiu empreender na área de beleza. Ela demonstra em sua narrativa ser alguém comunicativa e com facilidade no relacionamento com pessoas. A entrevistada relatou que sempre gostou de trabalhar com mulheres, pois sente que pode transformar a vida delas, isso indiferente de ser com elas sentando em sua cadeira para fazer uma maquiagem ou com uma conversa ou até mesmo com sua energia. Ela relatou que é transformador poder ver mulheres felizes. Sua história começou aos 16 anos, quando ganhou um curso de maquiagem e começou a maquiagem suas amigas. Foi nesse período em que começou a cursar direito e passou a estagiar nas empresas, porém percebia que não conseguia ser comunicativa e mostrar suas competências.

Já Virgínia atua como empreendedora na área de impressão 3D. Ela tem 23 anos de idade, ensino superior completo na área de administração, e se descreve como alguém muito sonhadora, e considera que por meio de seus sonhos e de seus esforços foi possível estar na área em que atua. Ela se vê como uma mulher guerreira, forte e determinada, considera essas qualidades essenciais e diz não ser fácil ser empreendedora, mas que esses adjetivos são importantes quando se começa do zero. A história profissional dela começou na adolescência, na verdade ela se vê como empreendedora desde muito nova, pois desde criança fazia pulseiras para vender no condomínio de sua tia. Aos 17 anos ia de excursão para São Paulo para comprar roupas e revender em Curitiba. Após parar com a venda de roupas começou a atuar com a revenda de maquiagens, comprando em atacado e revendendo.

Amélia é outra personagem deste estudo, tem 25 anos de idade e superior incompleto. Seu ramo de atuação é na área da beleza. Ela se descreve como uma mulher de estratégia que vê que suas dificuldades são motivação. Sua história profissional se inicia há 7 anos atrás quando atuava na área administrativa. Ela saiu desse emprego quando passou por um período de depressão. Por ser uma pessoa comunicativa decidiu fazer um curso de cabeleleiro, embora nunca tenha se imaginado nessa área. Então começou a trabalhar em um salão, e à noite trabalhava em uma pizzaria para complementar sua renda. Após um período iniciou uma sociedade, depois de 1 ano levou um golpe e sua vida se desestabilizou. Mas em meio às dificuldades passou a por em prática seu potencial como empreendedora, fez um curso de barbearia e passou a se destacar na área, ganhou diversos prêmios como melhor barbeira do sul.

Bertha nasceu em Curitiba, tem 28 anos de idade, e está cursando administração. Ela empreende na área de floricultura, desde agosto de 2020. A história dela começou a partir de quando era criança, vendo sua vó lidando com as plantas. A entrevistada relatou que superou muitos traumas relacionados à área de floricultura, pois as plantas que sua vó e mãe possuíam em casa eram simples, com preços mais acessíveis, e para se ter uma orquídea antigamente requeria de uma situação financeira boa. A personagem relata que se coloca à frente das situações difíceis e que não se fragiliza em meio às dificuldades, é forte para enfrentar os desafios dela como empreendedora, visto que vivemos em uma sociedade masculinizada.

Rosa, é uma mulher de 20 anos de idade, negra, empática, forte e ao mesmo tempo frágil, com bastante insegurança. Com pouca idade e por passar por dificuldades, começou a empreender logo cedo com sua irmã em vendas de pulseiras artesanais, rifas, entre outras coisas. Como era muito nova e ainda uma adolescente, não tinha o desejo de empreender, ou seguir uma profissão específica como a maioria das crianças, até que certo dia, apenas com 15 anos, descobriu que sabia fazer tranças afros. Na época que se encontrou com as tranças, era no momento em que, pessoas negras estavam tendo dificuldades de arrumar empregos, por conta de seu cabelo e cor da pele, além disso sabendo que com isso, poderia ser seu próprio patrão, começou a investir com o apoio da sua família e principalmente do seu avô.

Eleanor é uma personagem que aos 37 anos de idade, se considera determinada, moderna, corajosa e vaidosa. Formada em administração, com pós em marketing, começou sua carreira em uma companhia privada, na área de sua pós, no setor de eventos, viajou por todo o Brasil durante 7 anos. Após se tornar mãe a rotina de viagens não lhe agradava, pois sua vontade era estar perto de sua filha. Sempre teve a vontade de empreender, já havia investido em alguns outros projetos que não deram certo. Quando sua filha estava para completar dois anos de idade assim surgiu a sua empresa. Já com o projeto pronto, decidiu ter o seu próprio negócio de vendas de lanches para escolas.

Luna é uma personagem forte, segura de si, motivada e determinada. Começou a sua carreira profissional trabalhando em óticas, com 22 anos de idade começou sua carreira no ramo de Pet Shop, inicialmente teve uma chance de realizar cursos para ser auxiliar de veterinário(a), banho e tosa e logo já surgiu oportunidade de empreender na área. Após alguns anos no ramo, não se via apenas como uma recepcionista e queria algo mais, e assim, mostrou-se determinada e capaz de ter mais responsabilidades com muito conhecimento e muita sagacidade. Pouco tempo depois, apareceu uma ocasião, a qual um dos sócios do local a qual trabalhava, estava oferecendo a sua parte na empresa e viu ali, uma chance de crescimento profissional. Atualmente, Luna é sócia no ramo de Pet Shop.

Nossa personagem Dandara começou a sua história aos 29 anos de idade, com dois filhos para criar, estudos e todos os afazeres de uma mãe teve sua vida transformada com obstáculo financeiro e a perda de seu esposo. Mesma com dificuldades e necessidades, principalmente por vir de uma cidade do interior, passou por vários empregos e seu viúvo obrigada a mudar de cidade. Certo dia, resolveu deixar seu currículo, mesmo sem experiência no ramo, em uma ótica na cidade de Curitiba, e mostrando seu apelo ao gerente, e tentando convencê-los de seu real potencial como uma vendedora, conseguiu uma entrevista. Começou a trabalhar no estabelecimento e com a ajuda de outros vendedores e de seu gerente, começou a se especializar na área. Após alguns anos se aperfeiçoou e resolveu abrir sua própria ótica.

Nossa última personagem é Pérola, em sua narrativa destaca ser jovem e trabalhadora. Começou a trabalhar logo cedo, apenas com 15 anos de idade em comércio, consilhando com os estudos. Teve seu filho, casou, porém, não desistiu de seus sonhos. Ao alcançar certa idade, viu oportunidade na área da enfermagem e começou seu curso técnico para poder ingressar no ramo.

Começou a trabalhar em dois turnos em locais diferentes, para assim conseguir seu tão desejado de empreender. Aos 38 anos de idade viu a necessidade de mudar de profissão, apesar das inseguranças, medo, cansaço físico e mental, reconheceu a oportunidade de abrir seu próprio negócio. Aos 52 anos, se tornou uma mulher experiente, disciplinada, dedicada, que cuida tanto da sua saúde física e mental, se tornando uma grande empreendedora no comércio varejista.

Após conhecer o perfil de cada personagem, na próxima seção demonstramos como essas narrativas contêm a história empreendedora, narrando evento semelhantes e distintos que marcaram suas trajetórias.

4. NARRATIVAS EMPREENDEDORAS

O empreendedorismo de mulheres no Brasil apresenta inúmeras dificuldades, como a de receber reconhecimento da sociedade, incentivo às mulheres etc. Mesmo aumentando constantemente todo ano a participação delas nos negócios, como mostra Aveni, Nunes e Cruz (2016) ao sugerirem um crescimento do empreendedorismo de mulheres, contudo, marcado por desvantagens, pois as mulheres são tratadas com inferioridade, principalmente em termos de incentivos financeiro. Além disso existe um olhar discriminatório em relação ao trabalho que as mulheres desempenham, com desconfiança e duvidando de sua competência.

As histórias das nossas empreendedoras perpassam as dificuldades mencionadas pelos autores (Aveni, Nunes & Cruz, 2016), como é o caso da Rosa, que se viu obrigada a empreender a partir dos seus 13 para 14 anos, iniciou vendendo pulseiras, rifas, e artigos em geral. Quando chegou seus 15 anos, descobriu que sabia fazer tranças afros devido as dificuldades para arrumar emprego por conta do seu cabelo e cor da pele, assim, viu a oportunidade de começar seu empreendimento.

Virgínia também se viu obrigada a empreender bem cedo. A história profissional dela começou na adolescência, uma vez, que desde criança fazia pulseiras para vender no condomínio de sua tia, coisa que Rosa também chegou a fazer. Aos 17 anos, Virgínia ia de excursão para São Paulo para comprar roupas e revender em Curitiba. Após parar com a venda de roupas começou a atuar com a revenda de maquiagens, comprando em um atacado e depois revendendo. Apesar de não ter iniciado tão cedo, Amelia iniciou seu empreendimento como profissional da beleza quando era jovem. Inicialmente ela trabalhava num salão, após largar o administrativo de uma empresa, e no período noturno trabalhava numa pizzaria para complementar a sua renda. Anos mais tarde iniciou uma sociedade com uma conhecida que viu potencial em seu trabalho, todavia depois de 1 ano levou um golpe e sua vida se desestabilizou. Segundo a entrevistada, a parceira com quem tinha seu novo negócio acabou a roubando, o que inviabilizou que ela seguisse esse seu mais novo sonho. Mas em meio as dificuldades colocou em prática seu potencial como empreendedora, fez um curso de barbearia e passou a se destacar na área, quando criou a sua própria barbearia.

Conforme relata Pêcheux (2009), é preciso suportar o que venha a ser pensado, isto é, é preciso “ousar pensar por si mesmo”. Neste contexto, Dandara ousou pensar por si mesmo, ao sair da sua cidade natal e vir para a cidade grande com seus dois filhos, com seus 29 anos, começou a trabalhar em uma ótica, e após alguns anos se aperfeiçoando, viu a oportunidade de ter o seu próprio estabelecimento e ter a sua própria ótica. Luna, por sua vez, começou no mesmo ramo, porém não era aquilo que desejava, principalmente quando teve a ocasião de fazer seu curso de veterinária e assim começar sua vida no ramo de Pet Shop. Alguns anos depois, como Dandara, Luna teve uma oportunidade de empreender com uma sócia, após seu antigo chefe vender a sua parte. Ada passou por situação semelhante, embora vinda de uma família de classe média alta, buscou, por meio de seus próprios esforços, dar corpo ao seu próprio negócio. Ela, por exemplo,

ouvira de outras pessoas que ela não precisava passar por situações difíceis, todavia, ela sempre teve em seu pensamento que não queria depender de sua família, mas conquistar seus objetivos por seu próprio esforço, e que suas conquistas são independentes da questão financeira de seus pais. De acordo com Ada,

As pessoas diziam que eu não precisava disso, porque eu empreenderia sendo que vim de família de classe média alta, mas mesmo assim eu acreditava nos meus sonhos, pois se meus pais conquistaram as coisas eu também deveria conquistar as minhas por mérito meu.

As mulheres empreendedoras também promovem inovação nas organizações brasileiras, elas se constituem como um contraponto à exclusão do gênero feminino no processo sucessório de empresas (Macêdo *et al.*, 2004). Uma pesquisa realizada por Proni e Proni (2018) sobre a descriminalização de gênero em grandes empresas no Brasil, mostra como, em função do avanço da legislação trabalhista e de políticas públicas, houve um combate à descriminalização de gênero, e como isso repercutiu na adoção de medidas por parte de

grandes empresas. Eleanor foi totalmente diferente das narrativas anteriores, é formada, tinha sua carreira em uma empresa privada, porém sem tempo para a sua filha. Já havia investido em outros projetos, que não deram certo, mas quando sua filha completou seus dois anos, viu a necessidade de ter mais tempo tanto para ela quanto para si mesmo. Pérola, narra que também tinha sua carreira como técnica de enfermagem, já tinha sua formação, trabalhava em dois turnos diferentes pois além dela, teve seu filho cedo, mas com seus 38 anos, retornou o desejo de empreender e viu a necessidade de trocar de profissão e assim, realizar seu sonho. Nelle também possui filhos, tem 33 anos, e sempre atuou em empresas como analista, porém ao perceber que poderia se dedicar em outra coisa na sua vida, decidiu ingressar no ramo da gastronomia. Essa ideia surgiu após ela assistir ao programa “Pequenas empresas, grandes negócios”, uma matéria que relatava sobre as geleias. Foi então que decidiu fazer geleias, inicialmente oferecendo a sua família. De acordo com ela, “me sinto uma mulher realizada, pois consegui colocar em prática uma coisa que a tempos eu queria, mas não tinha realizado ainda”.

As mulheres têm alcançado seus espaços na sociedade e com isso está atrelado o seu papel no mercado de trabalho e como empreendedora, e diante dessa narrativa podemos dizer que o empreendedorismo feminino tem crescido (Teixeira & Bomfim, 2016). Assim, Rosa, uma mulher negra, ocupou seu espaço no ramo de empreender, conseguiu abrir seu próprio local, apenas com seus 20 anos e hoje se sente forte, mesmo ainda tendo suas inseguranças, assim como Luna, que hoje vendo que sua sociedade está em constante crescimento se sente motivada e determinada. Eleanor, além de se sentir determinada, após passar por dificuldades, está retornando com suas vendas e tendo seu próprio lucro e mais tempo para si e para sua filha, assim, ficando mais corajosa, vaidosa e moderna. Pérola e Dandara, após alguns anos já em seus negócios, mesmo passando por dificuldades, não desistiram, pois viram lucro e mais oportunidades de crescimento nos seus ramos, assim se sentindo corajosas, determinadas, comunicativas e batalhadoras e tendo mais tempo para si. Dandara se descreve da seguinte forma, “Sou uma mulher batalhadora, persistente, positiva, nunca desisto mesmo nas fraquezas, sou comunicativa e gosto do que faço”.

Também foi o caso de Nísia, uma mulher negra, cheia de sonhos e disposta a lutar pelo que acredita, que pediu desligamento da empresa na qual trabalhava para fazer aquilo que realmente sabia e se sentia realizada, que era cozinhar. Assim ela transformou seu hobby numa forma de ganhar dinheiro. Amelia, apesar das dificuldades que enfrentou também não desistiu, se aperfeiçoou cada vez mais em técnicas de barbearia e hoje seu salão é um sucesso, ganhando prêmios como o salão mais pesquisado em São José dos Pinhais. Observa-se então com os

relatos, como aponta Teixeira e Bomfim (2016), o quanto de espaços que as mulheres, por meio do empreendedorismo, têm alcançado na sociedade, diversificando e trazendo novos desafios ao mercado, bem como as mulheres que nele querem fazer a diferença.

Neste percurso, Rosa relata os desafios que enfrentou, por ser uma mulher jovem, negra, sofreu preconceito ao tentar alugar sua primeira sala comercial, pois ao conversar por ligação com o proprietário teve toda a atenção desejada, mas ao chegar no local e conversar presencialmente, foi tratada totalmente diferente do que desejado. Nossa personagem narra que ao tentar sair daquela sala comercial, pois queria mudar de ponto comercial, o proprietário quebrou todo o chão do local informando que não teria como sair do local, sem arcar com o prejuízo. Rosa ao ver aquilo, percebeu que se fosse um homem no local não teria ocorrido essa situação. Para Rosa, “As pessoas te olham e te julgam por tudo que você está representando ali, sendo uma mulher negra, adolescente, empreendedora eles veem, te olham e te julgam”. Situação similar pode ser evidenciada no relato de Ada, que ao ir atender uma cliente chegou a ouvir uma piada machista e conviver com situações que a constrangeram.

Virgínia também passou por uma situação um tanto complicada. Ao fazer um curso de impressão 3D total para aprimorar a sua atuação profissional se deparou com uma sala cheia de homens, em que só havia ela e mais uma mulher, e seus colegas, quando ela tinha alguma dúvida a ser resolvida, pouco se importavam com suas questões. Apesar do crescimento no empreendedorismo relacionado as mulheres, elas tratadas com inferioridade (Aveni, Nunes & Cruz, 2016). Resultados de questões culturais e práticas que resultam em assimetrias entre os gêneros. Elanor, narra que sua maior dificuldade foi na pandemia, por conta do Covid-19, por trabalhar com lanche escolar, e com o avanço, as escolas fecharam e assim teve que demitir funcionário e começar praticamente do zero, como no início, com pouco lucro e produtividade. Relata também que não teve dificuldade sendo mulher, informa que sim, existe, mas que isso não te deixar abalar e acaba não percebendo. Pérola, relata que teve dificuldades com a concorrência. Quando abriu sua loja, não tinha nada no mesmo ramo nas mediações do seu local, porém com o tempo, logo a concorrência aumentou e que teve situações, onde pessoas agiram de má-fé em relação a serviços prestados e por ser mulher atendendo, queriam aproveitar da situação.

Dandara, no início do seu empreendimento teve suas dificuldades ao tentar encontrar fornecedores e mesmo informando que não teve dificuldades ao empreender sendo mulher, relata que trabalhar com mulher e muito mais fácil, por serem mais pacientes, visto que trabalha a anos com seu filho. Luna também informa que sua maior dificuldade foi na pandemia, ao tentar se adaptar, mas que encontrou dificuldades sendo mulher no ramo de Pet Shop, pois informa que 80% de trabalhadores desse ramo, é homem, e ao saber que vai receber ordens de uma mulher, sentem dificuldades ao cumprir as ordens informadas. Coisa parecida relatou Virgínia, empreendedora na área de impressão 3D, uma vez que em sua área de atuação a maioria dos profissionais são homens. Apesar de estarmos no século XXI, onde vários avanços já ocorrem, diante de muitas lutas para que as mulheres pudessem ter um maior acesso ao mercado de trabalho, ainda há vários relatos sobre as dificuldades enfrentadas diante das diferenças de gênero no mercado de trabalho (Almeida, Antonialli & Gomes, 2011).

Contudo, apesar dos percalços, Luna relata estar otimista, segura, forte e mais motivada nesse ramo com a sua nova sócia e pretende continuar no ramo. Eleanor agora tem tempo para cuidar de si, tanto físico quanto mental, está retornando com suas encomendas e sendo o mais forte possível. Pérola, agora com mais experiência, se sente mais forte e pronta para encarar mudanças e pretende seguir com seu ramo e expandir seus negócios. Dandara não relata que vão ser seus próximos passos, mas está mais persistente do que nunca e gosta do que faz. Rosa

está cursando ensino superior, se sentindo mais forte, pois está expandindo seus negócios com novas funcionárias, se sente ainda insegura, pois relata que “empreender é como se estivesse surfando em um mar que você gosta, mas, ao mesmo tempo, um mar que você não conhece e assim sendo surpreendida tanto de maneiras boas quanto ruins”.

Uma das personagens, Bertha, cresceu com o seu empreendimento, começou a trabalhar empresas privadas e iniciou uma faculdade, em que no seu penúltimo ano decidiu empreender. Amelia, que toca uma barbearia, tem tido muito sucesso, ganhando prêmios, e planeja ampliar seu negócio, ampliando os atendimentos que ali são oferecidos. Virginia tem crescido também, tem se especializado no ramo em que atua, e pensado em novas formas de ampliar a oferta de sua impressão 3D. A Ada está, ultimamente, se especializando na sua área e pretende ampliar seus atendimentos a domicílio em razão do agravamento da pandemia. Já a Nelle pretende ampliar sua atuação nas feiras e ofertar seus produtos em mercados grandes, dando, assim, maior visibilidade as suas geleias. Todas de alguma forma acreditam em seus negócios e vislumbram que com o passar da pandemia conseguiram melhorar suas vendas e obter mais clientes. Pode-se dizer que todas enfrentaram dificuldades e ainda continuam a enfrentar, mas não deixam de planejar, sonhar e acreditar na potencialidade de suas ideias e de seus empreendimentos.

Quanto ao segundo objetivo que colocamos a esta pesquisa, o qual se refere ao emprego de reflexões sobre as dificuldades que as mulheres encontram quando tentam abrir seus próprios negócios, consideramos, à luz dos dados coletados, que existe uma necessidade de superar a desconfiança, por vezes insistente, que surge por ocasião das mulheres serem empreendedoras. Nos parece que as mulheres precisam estar a todo provando que são capazes de levar adiante seus próprios negócios, porque são a cada instante olhadas como inferiores ou incapacitadas. Os relatos que colhemos nos apontam, também, que as mulheres não desistem ou a maior parte delas não desistem de suas escolhas, apesar dos inúmeros obstáculos que enfrentam para dar corpo aos seus empreendimentos. Por último observamos que as mulheres acabam tendo que conciliar sua vida profissional com afazeres domésticos e o cuidado com os filhos, coisa que tende a dificultar seu desempenho na hora de abrir e levar adiante seus empreendimentos, porque muitas vezes ao se verem sozinhas lhe faltam tempo e recursos para dar conta de tantas responsabilidades.

5. CONCLUSÃO

Este estudo tem como objetivo analisar como um grupo de mulheres narram suas histórias como empreendedoras. A partir da análise das narrativas de dez mulheres empreendedoras foi possível constatar história compostas por desafios, conquistas e frustrações.

Essas histórias possuem narrativas que refletem dificuldades encontradas no dia a dia, como é o caso de Rosa e Nísia que encontraram dificuldades relacionadas as diferenças de raça e gênero. O empreendedorismo feminino assume características de movimentos sociais por valorização, lugar de fala e busca por condições melhores. Ousar colocar-se em destaque é algo que levou algumas personagens a empreender, isso devido as condições sociais de segregação e subordinação de gênero na sociedade brasileira (Aveni, Nunes & Cruz, 2016; Teixeira & Bomfim, 2016).

O empreendedorismo feminino é condicionado as questões históricas e assimetrias de gênero, as histórias de mulheres que não se enquadraram em padrões socialmente aceitos fizeram com que esse tipo de empreendedorismo tenha crescido expressivamente na sociedade contemporânea (Teixeira & Bomfim, 2016).

Neste contexto, as conquistas de algumas mulheres se tornam o caminho para tantas outras, é a busca por romper com padrões arcaicos de desvalorização de gênero e funções que colocam as mulheres em lugar de inferioridade. Por meio das narrativas aqui descritas podemos observar a superação de obstáculos, as lutas pessoais das empreendedoras e as conquistas que possuem efeitos sobre toda uma sociedade.

Assim sendo, este estudo contribui para a compreensão de como as mulheres narram suas histórias, contendo desafios e conquistas, movimentos sociais e questões históricas de raça e gênero. Ademais, as narrativas contribuem para dar lugar a fala das empreendedoras e evidenciar questões subjetivas como as próprias emoções que compõem essas trajetórias.

A partir dos achados deste estudo sugerimos pesquisas futuras que priorizem outras narrativas, por exemplo, relacionadas a formação acadêmica. Ademais, sugerimos que os estudos tragam análises comparativas entre diferentes nações para que possamos compreender como as narrativas são compostas em contextos distintos. Por fim, analisar as narrativas de atores envolvidos em outros fenômenos, como economia compartilhada e redes de apoio femininas, podem contribuir para os estudos da área.

6. REFERENCIAS

- Almeida, I. C., Antonialli, L. M., & Gomes, A. F. (2011). Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, vol. 10, nº 1, p. 102-127, 2011.
- Aveni, A., Nunes, C. N., Cruz, L. (2012). Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no distrito federal. Recuperado de: <https://livrozilla.com/doc/692792/1-um-estudo-do-comportamento-de-mulheres>.
- Barbosa, F. C., de Carvalho, C. F., de Matos Simões, G. M., & Teixeira, R. M. (2011). Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: Estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju-Sergipe. *Revista da Micro e Pequena empresa*, vol 5, nº 2, p. 124-141, 2011.
- Balbinotti, I. (2018). A violência contra a mulher como expressão do patriarcado e do machismo. *Revista da ESMESC*, vol. 25, nº 31, p. 239-264, 2018.
- Bastos, L. C., & BIAR, L. D. A. (2015). Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. *Revista Gestão Organizacional*. vol 6, nº 3, 2015, p. 97-126.
- Brasil. Emenda constitucional nº 97, de 4 de outubro de 2017. Altera a Constituição Federal para vedar as coligações partidárias nas eleições proporcionais, estabelecer normas sobre acesso dos partidos políticos aos recursos do fundo partidário e ao tempo de propaganda gratuito no rádio e na televisão e dispor sobre regras de transição. Brasília, 2017. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc97.htm
- Correio Braziliense. Mulheres só receberão o mesmo salário que homens em 2086, diz OIT. 6 de março de 2015. Recuperado de: https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/mundo/2015/03/06/interna_mundo,474329/mulheres-so-receberao-mesmo-salario-que-homens-em-2086-oit.shtml.
- Cramer, L., Cappelle, M. C. A., Andrade, Á. L. S., & de Brito, M. J. (2012). Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 1, nº 1, p. 53-71, 2012.
- Dantas, F. A., & Rubim, L. O. (2018). TCHAU QUERIDA: Questões de gênero na cobertura da mídia sobre o governo Dilma. *Revista Observatório*, vol. 4, nº 1, p. 466-491, 2018.

- Duarte, G., & Spinelli, L. M. (2019). Estereótipos de gênero, divisão sexual do trabalho e dupla jornada. *Revista Sociais e Humanas*, vol. 32, nº 2, p.126-145, 2019.
- Ferreira, J. M., & Nogueira, E. E. S. (2013). Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. *Revista de Administração Contemporânea*, vol 17, nº 4, p. 398-417, 2013.
- Forum Econômico Mundial. À distância de mais do que uma vida: o mundo enfrenta uma espera de 100 anos pela paridade de gênero. 17 de dez. 2019. Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Gender_Gap_Report_2020_Press_Release_Portuguese.pdf
Acesso em: 03 mar. 2021.
- Gerhardt, T. E., Silveira, D. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Antonialli, L. M., & Correia, E. L. F. (2009). Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. *REGE Revista de Gestão*, vol 16, nº 1, p. 69-87
- Hirata, H., & Kergoat, D. (2007). Novas configurações da divisão sexual do trabalho. *Cadernos de pesquisa*, vol. 37, nº 132, p. 595-609.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Mulheres continuam a cuidar mais de pessoas e afazeres domésticos que homens. 18 de abr. 2018. Recuperado de: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20912-mulheres-continuam-a-cuidar-mais-de-pessoas-e-afazeres-domesticos-que-homens>.
- Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. Global Entrepreneurship monitor: empreendedorismo no Brasil. Curitiba, PR, Brasil. 2012. Recuperado de: https://ibqp.org.br/gem/?gclid=EAIaIQobChMI68f46sy97wIVD4GRCh1svw0MEAAYASAAEgK9WfD_BwE.
- Jonathan, E. G. (2011). Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicologia Clínica*, vol 23, nº 1, p. 65-85.
- Macêdo, K. B., Caixeta, C. M. M., Guimarães, D. C., Macêdo, G. N. S., & Hernandez, J. C. (2004). O processo sucessório em organizações familiares e a exclusão da mulher. *Psicologia & Sociedade*, vol 16, nº 3, p. 69-81.
- Machado, H. P. V., Guedes, A., & Gazola, S. (2017). Determinantes e dificuldades de crescimento para mulheres empreendedoras. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, vol 11, nº 1, p. 86-99.
- Ongaratto, G. D.B., Messias, A. B. (2016). O reconhecimento da emancipação feminina e a inclusão social da mulher como pessoa cidadã e participativa na esfera pública, sob o ponto de vista cultural, legal e político. Seminário Internacional Demandas Sociais e Políticas na Sociedade Contemporânea, Santa Cruz do Sul,. In: *Seminário Internacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea*. Recuperado de: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidsp/article/viewFile/15862/3759>
- Palar, J. V., & Silva, M. B. O. D. (2018). O Direito como instrumento contra a opressão feminina. *Revista Direito e Práxis*, Rio de Janeiro, vol. 9, nº 2, 2018, p. 721-748.
- Pêcheux, M. (1995). Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. *Editora da UNICAMP*, 1995.
- Pinheiro, L. S., Lima, A. T. J., Fontoura, N. O., Silva, R. (2016). Mulheres e trabalho: breve análise do período 2004-2014. nº 24, IPEA. Recuperado de: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/160309_nt_24_mulher_trabalho_marco_2016.
- Siqueira, D. P., & Samparo, A. J. F. (2017). Os direitos da mulher no mercado de trabalho: da discriminação de gênero à luta pela igualdade. *Revista Direito em Debate*, vol. 26, nº 48, p.287-325, .
- Severino, A. J. (2016). *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez.

- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Revista Educação & Realidade*, vol. 20, nº 2, p. 71-99.
- Silva, M. S., Lasso, S. V., & Mainardes, E. W. (2016). Características do empreendedorismo feminino no Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, vol 13, nº 2, p. 150-167.
- Silveira, A., & de Gouvêa, A. B. C. T. (2008). Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. *Revista de Administração FACES Journal*. vol. 7, nº 3, p. 124-138.
- Souza, M. R. (2018). Mulheres na política: histórias de protagonismo feminino na Amazônia e a luta contra o preconceito de gênero nas instâncias de poder político. *REVES-Revista Relações Sociais*, vol. 1 nº 1, p. 25-36.
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, vol 10, nº 1, p. 44-64.
- Vale, G. M. V., Serafim, A. C. F., & Teodósio, A. D. S. D. S. (2011). Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?. *Revista de Administração Contemporânea*, vol. 15, nº 4, p. 631.
- Zaccarelli, L. M., & Godoy, A. S. (2013). "Deixa eu te contar uma coisa...": Possibilidades do uso de narrativas e sua análise nas pesquisas em organizações. *Revista Gestão Organizacional*, vol. 6, p. 26-36.