



## Mulheres empreendedoras e suas narrativas

*Giovanna Bueno de Moraes<sup>1</sup>*

*Leticia Krupczak<sup>2</sup>*

*Bruno Eduardo Slongo Garcia<sup>3</sup>*

**Resumo:** O objetivo deste estudo é analisar de que maneira um grupo de mulheres narra suas histórias como empreendedoras. Para cumprir com o objetivo proposto, realizamos entrevistas com dez mulheres que se autointitulam empreendedoras durante o ano de 2021. Posteriormente, realizamos a análise narrativa. Os achados deste estudo destacam como as empreendedoras iniciaram suas trajetórias, os desafios relacionados a questões culturais e históricas e a expectativa quanto ao seu futuro empreendedor. Dessa forma, é possível evidenciar como as mulheres empreendedoras desenvolveram seus negócios em um ambiente de incertezas e de dificuldades, contribuindo para a história de outras mulheres e para a igualdade de gênero.

**Palavras-chave:** Mulheres. Empreendedoras. Narrativas.

## Women entrepreneurs and their narratives

**Abstract:** This study aims to analyze how a group of women narrate their stories as entrepreneurs. In order to fulfill the proposed objective, we conducted interviews with 10 women who call themselves entrepreneurs during the year 2021. Subsequently, we carried out the narrative analysis. The findings of this study highlight how the female entrepreneurs started their trajectories, the challenges related to cultural and historical issues and the expectations regarding their entrepreneurial future. In this way, it is possible to show how women entrepreneurs have developed their businesses through uncertain and difficult environments, contributing to the history of other women and gender equality.

**Keywords:** Woman. Entrepreneurs. Narratives.

---

<sup>1</sup> Centro Universitário Campos de Andrade, Graduação em Administração. E-mail: [gibuenomorais@gmail.com](mailto:gibuenomorais@gmail.com).

<sup>2</sup> Centro Universitário Campos de Andrade, Graduação em Administração. E-mail: [leticiakrupczak2@hotmail.com](mailto:leticiakrupczak2@hotmail.com).

<sup>3</sup> Universidade Federal do Paraná e Centro Universitário Campos de Andrade. Doutor em Administração. Professor do Centro Universitário Campos de Andrade. ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9271-6473>. E-mail: [professorslongogarcia@gmail.com](mailto:professorslongogarcia@gmail.com).

## **Introdução**

A luta da mulher por um espaço na sociedade perdura há décadas, faz parte de movimentos sociais, é histórica e amplamente discutida nos estudos feministas (BUTLER, 2018, DORLIN, 2021). Entre os homens, essa realidade é diferente, visto que seus espaços são garantidos desde que a sociedade se estruturou na formação de famílias (DAVIS, 2016). Na esfera do mercado de trabalho, os movimentos em defesa da igualdade de gêneros enfatizam aspectos como diferenças salariais, valorização do trabalho, hierarquia, combate ao assédio moral e sexual (HIRATA; KERGOAT, 2007; SAMPARO, 2017). Tais questões mostram assimetrias nos papéis desempenhados por homens e mulheres no âmbito social (no qual permeia a cultura), político (regido por normas) e econômico (envolve a dimensão financeira das mulheres) (BUTLER, 2018).

Não obstante essa desigualdade, avanços podem ser observados em relação à valorização das mulheres. Gradualmente, movimentos sociais e lutas históricas vêm possibilitando a ampliação dos seus espaços na sociedade. No mercado de trabalho, por exemplo, cresceu o número de mulheres empreendedoras (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016). Os relatórios do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2010), referentes a 2010, já indicavam aumento do empreendedorismo feminino no Brasil. A edição de 2020 (GEM, 2020), primeiro ano da pandemia de Covid-19, trouxe, no entanto, informações que contrariavam esse crescimento. Se, de um lado, segundo o GEM, a taxa de empreendedorismo do Brasil é de 31,6% e a cada dia aumenta o número de empreendedores, de outro, o empreendedorismo feminino sofreu impactos e reduziu-se 62%. Os dados apontam um retrocesso, fomentado pela pandemia, e o empreendedorismo feminino, um universo a ser melhor explorado.

Para ampliar a discussão sobre mulheres e empreendedorismo, em especial, sobre o papel das empreendedoras nas dimensões social, política e econômica, o objetivo deste estudo é responder à pergunta: de que maneira um grupo de mulheres empreendedoras narra suas histórias? Nas narrativas, consideramos não só as motivações para empreender, mas também dificuldades e desafios enfrentados, como superá-los e obter sucesso.

Este estudo se justifica porque contribui com a discussão acerca das dificuldades e motivações das mulheres para iniciar e gerir seus empreendimentos. O propósito é, primeiro, verificar, no que diz respeito aos desafios, angústias e expectativas, de que maneira a vida pessoal e profissional dessas mulheres, em diferentes contextos, se entrelaça. Segundo, discutir sobre a importância do empreendedorismo feminino na sociedade atual.

Este trabalho se estrutura da seguinte maneira: após esta introdução, apresenta-se o referencial teórico. A terceira seção traz o percurso metodológico da pesquisa. A quarta, a análise das narrativas. A quinta seção, as considerações finais.

## Os desafios das mulheres no século XXI

Iniciamos esta seção com a questão atribuída a Freud no começo do século XIX: “afinal, o que querem as mulheres”? Mais de cem anos nos separam, portanto, da pergunta que o próprio Freud não conseguiu responder. No século XXI, compreendemos a pluralidade do querer feminino. Com base nisso, podemos afirmar que muitas das lutas empreendidas pelas mulheres visam emancipação, respeito e igualdade. Para Ongaratto e Messias (2016), não obstante o reconhecimento dos avanços nas esferas política e social no último século, ainda existem espaços sociais a serem conquistados. Hoje, esses espaços são ocupados de maneira assimétrica devido à cultura de gênero dominante.

Nesse sentido, é necessária uma breve discussão sobre a compreensão de gênero. Nosso argumento parte de questões epistemológicas da teoria feminista, segundo a qual, gênero é uma distinção relacionada a atributos femininos e masculinos. Em outras palavras, trata-se de uma reprodução social que se utiliza de formas de socializar e distinguir os indivíduos segundo suas características. Esse conceito é comumente confundido com a noção de sexo, atribuída à biologia (macho ou fêmea) do indivíduo (DORLIN, 2021).

Sobre a definição de gênero, com base em Butler (2018), podemos afirmar que a distinção entre feminino e masculino traz assimetrias de poder, uma vez que a noção de gênero é construída socialmente. Atribuem-se diferentes papéis a homens e mulheres. Assim, segundo Cassol (2017, p. 2), “a dicotomia existente entre forte e fraco, ríspido e sensível, racional e sentimental que sedimenta a distinção de gênero, não é biologicamente determinada, mas construída por processos culturais”.

Nesse contexto, uma categoria central da epistemologia feminista é a noção de poder, que sugere e mantém a desigualdade na condição de ponto central entre feminino e masculino. A concretização do conceito de poder fundamenta-se em três pilares: sociais, políticos e econômicos (BUTLER, 2018). Assim, a história de conquista das mulheres passa por contextos que envolvem movimentos sociais, articulação política em favor da democracia e emancipação econômica.

Compreender de que maneira as conquistas das mulheres se efetivam na luta por mais espaços significa, portanto, compreender a necessidade de superar as assimetrias de poder presentes nos contextos social, político e econômico. Quando falamos dos espaços de atuação das mulheres na sociedade, enxergamos avanços, contudo, é fundamental a continuidade da luta, uma vez que os homens continuam a exercer o domínio na maioria desses locais. Conforme apontam os dados do Fórum Econômico Mundial de 2019, serão necessários 99,5 anos para diminuir a desigualdade global entre os gêneros (FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL, 2020). Ainda de acordo com os dados do Fórum, serão necessárias algumas décadas para que as políticas públicas auxiliem efetivamente as mulheres na conquista dos seus espaços e na equidade de gênero.

Quando falamos de espaços sociais, outra questão importante é a noção de poder conferida ao gênero. No âmbito político, por exemplo, não existem leis para impor garantia dos espaços aos homens, uma vez que esses espaços estão institucionalizados. Às mulheres, ao contrário, cabe cuidar da casa, dos filhos e servir ao marido. Nessa perspectiva, observam-se assimetrias de poder nos pilares econômico e social, já que o trabalho doméstico é invisível, não criativo, repetitivo e exaustivo (DAVIS, 2016). O trabalho invisível relaciona-se ao pilar econômico e refere-se àquela atividade não lucrativa, sem função mercadológica (SILVA *et al.*, 2017). Esse fato encontra amparo no poder que é contruído socialmente e explica a falta de igualdade entre homens e mulheres, fruto da incansável insistência em atribuir funções baseadas no gênero e não nas competências de cada um.

Tão grande é essa diferença social e histórica que se reflete em outros âmbitos. O mercado corporativo, por exemplo, parte da premissa de que o homem se referencia nas atividades produtivas; a mulher, nas atividades reprodutivas (HIRATA; KERGOAT, 2007). Comparadas aos homens, as mulheres possuem maior nível de escolaridade, mas ainda ganham salários menores no desempenho da mesma função. Considerando a média mundial, as mulheres recebem 77% do salário dos homens. Se nenhuma providência efetiva for tomada, essa diferença será superada em 2086 (SAMPARO, 2017). Sendo assim, as mulheres precisam de mecanismos legais e de princípios normativos para garantir seus espaços. Vencer a barreira das diferenças atribuídas historicamente ao gênero constitui, portanto, o grande desafio.

É certo que as mulheres conquistaram espaços no mercado de trabalho, apesar disso, continuam atreladas aos serviços domésticos, sobrecarregadas por jornada dupla de trabalhos invisíveis, realizados nas organizações e na esfera familiar (DUARTE; ESPINELLI, 2019). Conforme explicam Duarte e Spinelli (2019), com base nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), em 2018, as mulheres têm uma jornada de trabalho doméstico

maior. Enquanto os homens operam com 10,8 horas por semana, as mulheres atuam com cerca de 20,9 horas. Esses dados independem do nível de instrução e/ou do grau de escolaridade delas.

Pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), de março de 2016, mostra que, independentemente da classe social ou da raça, as mulheres sempre desempenharam dupla jornada, ou seja, ainda que tenham renda superior à dos homens no exercício das mesmas funções, continuam mantendo dupla jornada em seus lares, seja na condição de mãe, de chefe de família, seja de esposa. Diante disso, não obstante os singelos avanços na discussão sobre igualdade entre homens e mulheres, é preciso esforço para mudar essa realidade.

Na política, mesmo com a Emenda Constitucional [nº 97, de 4 de outubro de 2017](#), que garante a destinação de recursos no percentual mínimo de 30% para candidaturas femininas, as mulheres são minoria. Para Souza (2018), nas eleições, os partidos promovem candidaturas femininas somente para preencher os espaços destinados às mulheres, mas, na prática, a representação delas é bastante reduzida.

No governo Dilma (2010 a 2016), a mídia ironizou a presidente em razão da sua aparência. Verifica-se que o desempenho das mulheres no exercício das suas funções é aferido também conforme a métrica dos padrões de beleza impostos socialmente (DANTAS; RUBIM, 2018). Nesse contexto, apesar da emancipação, das conquistas das mulheres na educação e no mercado de trabalho das últimas décadas, a redução das assimetrias de poder entre os gêneros é um caminho a ser percorrido e um campo de estudos a ser explorado.

## **Empreendedorismo feminino**

As mulheres vêm ocupando espaços na sociedade. Um deles por meio do empreendedorismo, já que as discriminações sofridas por elas no mundo corporativo forçaram uma emancipação do trabalho. Com isso, o papel de empreendedoras no mercado de trabalho ganhou destaque (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Conforme apontam Aveni, Nunes e Cruz (2016), apesar do crescimento do número de empreendedoras, a ideia de inferioridade das mulheres permanece, principalmente no tocante à destinação de recursos financeiros para o empreendedorismo feminino. Assim, além de serem consideradas inferiores, as mulheres enfrentam limitações financeiras que restringem a sua atuação como empreendedoras (SILVEIRA; GOUVÊA, 2008).

Apesar das conquistas, há vários relatos de mulheres sobre dificuldades enfrentadas no mercado de trabalho em virtude das diferenças de gênero (ALMEIDA; ANTONIALLI; GOMES, 2011). As empreendedoras tentam romper as barreiras que impedem o acesso e/ou seu progresso nas diferentes esferas sociais. Quando são comparadas aos homens, cria-se um estereótipo que limita os avanços, principalmente no campo psicológico (CRAMER; CAPELLE; ANDRADE; BRITO, 2012).

Na luta por espaços na sociedade, questões têm sido levantadas. Uma delas é a inserção da mulher empreendedora no mercado de trabalho (VALE *et al.*, 2011). Observamos que o fator doméstico permeia todo o trabalho feminino e essa visão permanece no século XXI. É preciso suportar o que venha a ser pensado, ou seja, é preciso “ousar pensar por si mesmo” (PÊCHEUX; ORLANDI, 2009, p. 281), pois, somente assim, acreditamos ser possível mudar o cenário atual.

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mostra que a participação das mulheres empreendedoras no mercado de trabalho na última década manteve-se em torno de 49%. Apesar disso, fatores como preconceito, machismo e diferença de salário contribuem para o pouco reconhecimento da atuação de empreendedoras no país (MACHADO; GUEDES; GAZOLA, 2017).

Do ponto de vista psicossocial, as empreendedoras inovam, pois assumem a liderança dos seus próprios empreendimentos, transpondo o denominado “teto de vidro”, um obstáculo simbólico que dificulta a ascensão das mulheres no âmbito da administração empresarial (MORRISON; WHITE; VAN VELSOR, 1987, JONATHAN; 2011). As mulheres empreendedoras também promovem inovação nas organizações brasileiras e constituem um contraponto à tentativa de exclusão do gênero feminino do processo sucessório de empresas (MACÊDO *et al.*, 2004)

A crescente participação das mulheres no empreendedorismo indica um grande potencial econômico e uma significativa contribuição para o 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 o de empreendedores homens (47%), tanto no empreendedorismo por oportunidade quanto no empreendedorismo por necessidade. Ademais, as empresas originadas por mulheres têm sobrevivido mais do que a média de vida dos novos empreendimentos administrados por homens (BARBOSA; CARVALHO; SIMÕES; TEIXEIRA, 2011).

As mulheres entraram no mercado de trabalho não apenas como empregadas, mas também como empregadoras. Esse fato beneficiou muitos países economicamente (GOMES; SANTANA; ANTONIALLI; CORREIA, 2009). As mulheres têm cooperado ativamente na

criação de empregos e de renda. A valorização do empreendedorismo feminino brasileiro ganha novos significados, principalmente para as pequenas e médias empresas (SILVEIRA; GOUVÊA, 2008).

As mulheres empreendedoras necessitam de apoio familiar para se sentirem mais seguras, adquirirem mais experiência e, assim, administrarem melhor os seus empreendimentos (WELSH *et al.*, 2016; SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016). A empreendedora é uma mulher digna de ser consagrada, não pelas condições históricas e sociais que enfrenta, mas por poder imprimir sua subjetividade nos diferentes sistemas. Conforme relatam González Rey (2002), Ferreira e Nogueira (2013), é possível dizer que a mulher empreendedora também pode transformar o contexto do qual faz parte, já que o diálogo é um elemento importante no processo de configuração subjetiva.

## Metodologia

Este estudo buscou responder à seguinte questão de pesquisa: como as mulheres empreendedoras narram suas histórias? Para responder ao problema proposto realizou-se uma pesquisa qualitativa, tendo em vista que “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).

O instrumento de coleta de dados foi um roteiro de entrevistas. A entrevista é uma técnica empregada para obter dados sobre um assunto específico, implica a interação entre pesquisador e pesquisado e registro de informações. O roteiro é composto de doze perguntas (Quadro 1), elaboradas com base nos constructos do referencial teórico deste estudo.

**Quadro 1 – Roteiro de entrevista**

<b>Questão</b>	
<b>Perfil das Entrevistadas</b>	
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?	
<b>Questão</b>	<b>Referencial</b>
<b>Categoria: Empreendedorismo Feminino</b>	
Qual seu ramo de atuação?	Teixeira; Bomfim (2016)
Quando começou a empreender?	
Por qual motivo começou a empreender?	
<b>Categoria: Discriminação de Gênero</b>	
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 empreendendo mulher?	

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

As entrevistas foram realizadas na modalidade *on-line*, com dez empreendedoras, por meio das plataformas *Skype* e *Google meet*, no ano de 2021. As conversas foram gravadas com autorização por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O intuito foi analisar as narrativas de mulheres empreendedoras de Curitiba e região metropolitana, para verificar de que maneira elas se observam nas vivências e campos de atuação, em especial, no que se refere ao desafio para conciliar trabalho, vida pessoal e familiar. Podemos definir as narrativas como um fato para contar uma história do cotidiano das pessoas ou para entrevistas de estudos (BASTOS; BIAL, 2015).

Conforme afirmam Riessman (2008), Zacarelli e Godoy (2013), o narrador relata as suas histórias estabelecendo a conexão para que o ouvinte possa reproduzi-las para o público e, assim, as experiências são contadas e recontadas. Existem três tipos de análises narrativas: temática, estrutural e dialógica. Neste artigo, trabalharemos com a narrativa temática, a qual permite analisar os temas abordados e as experiências vividas pelas narradoras.

## Personagens da pesquisa

Com base nas entrevistas, foi possível definir as personagens desta pesquisa. As narrativas auxiliaram na composição do perfil de cada entrevistada e guiaram as análises. A primeira



personagem é Rosa, mulher negra, 28 anos de idade, natural de Curitiba. Atualmente é empreendedora do ramo de doces. Sua narrativa retrata uma mulher forte e com muita coragem para empreender. Começou a fazer doces em 2018, após desligar-se da empresa onde trabalhava. No seu *hobby* descobriu uma forma de ganhar dinheiro. Rosa considera o empreendedorismo feminino uma necessidade. Os desafios são palco para o surgimento e concretização de ideias.

Nelle, nossa segunda personagem, nasceu em São José dos Pinhais, está com 33 anos de idade e atua no ramo da gastronomia. Em sua narrativa procura se retratar como uma mulher realizada. Sempre trabalhou em empresas na função de analista. Começou a empreender após assistir a uma matéria sobre produção de geleias no programa “Pequenas Empresas, grandes negócios”. Decidiu fazer um teste com a família e amigos e, a partir daí, começou a produzir e vender geleias. Com o crescimento do negócio, passou a participar das feiras livres em São José dos Pinhais, porém, seu propósito é lançar o próprio produto no mercado.

Eleanor é outra personagem deste estudo. Nasceu em Curitiba, tem 25 anos de idade, é graduada em Direito e decidiu empreender na área de beleza. Em sua narrativa, demonstra ser comunicativa e ter facilidade no relacionamento com pessoas. Relatou que sempre gostou de trabalhar com mulheres, pois sente que pode transformar a vida delas. Segundo ela, é transformador poder ver mulheres felizes. Sua história começou aos 16 anos, quando ganhou um curso de maquiagem e começou a maquiagem as amigas. Nesse período, começou a cursar direito e, logo depois, a estagiar nas empresas, porém, percebia que não conseguia ser comunicativa e mostrar suas competências.

Outra personagem, Virgínia, é empreendedora no ramo de impressão 3D. Tem 23 anos de idade, ensino superior completo na área de administração e se descreve como uma pessoa muito sonhadora. Acredita que os sonhos e os esforços ajudaram-na a conseguir estar na área em que atua. Vê-se uma mulher guerreira, forte, determinada e diz que ser empreendedora não é uma tarefa fácil, mas que tais qualidades (as quais considera essenciais) são importantes quando se começa um negócio do zero. Sua história profissional teve início na adolescência, desde muito nova começou a empreender, na infância, fazia pulseiras para vender no condomínio de sua tia. Aos 17 anos, viajava para São Paulo em excursões para comprar roupas e revendê-las em Curitiba. Depois, começou a comprar maquiagens no atacado e a revender os produtos.

Amélia, também personagem deste estudo, tem 25 anos de idade e ensino superior incompleto. Atua no ramo dos serviços de beleza. Descreve-se como uma mulher com boas estratégias, que encontra motivação nas dificuldades. Sua história profissional teve início há sete anos, quando atuou na área administrativa. Saiu do emprego após um período de depressão. Por ser uma pessoa comunicativa decidiu fazer um curso de cabeleireiro. Começou a trabalhar em um

salão e, à noite, em uma pizzaria, para complementar a renda. Iniciou uma sociedade e, um ano depois, foi vítima de um golpe que a desestabilizou. Não obstante às dificuldades, empregou o seu potencial empreendedor, fez um curso de barbeiro e ganhou diversos prêmios como a melhor barbeira do Sul do país.

Bertha nasceu em Curitiba, tem 28 anos de idade e cursa administração. É empreendedora na área de floricultura desde agosto de 2020. Sua história no cultivo de flores começou ainda criança, vendo a lida da sua avó. A entrevistada relatou que superou muitos traumas relacionados à profissão, pois as plantas que a sua avó e a sua mãe possuíam em casa eram simples, com preços acessíveis. A personagem declara-se forte para enfrentar os desafios como empreendedora, de forma que se coloca à frente das situações difíceis e não se fragiliza diante das dificuldades.

Sônia é uma mulher de 20 anos de idade, negra. Desde muito cedo, ao lado da irmã, começou a vender pulseiras artesanais, rifas e outras coisas para vencer as dificuldades. Como era muito jovem, ainda uma adolescente, não tinha o desejo de empreender nem de seguir uma profissão específica. Aos 15 anos, em uma época em que as pessoas negras tinham dificuldades de arrumar emprego por causa do cabelo e da cor da pele, descobriu que sabia fazer tranças afro e começou a investir no negócio com o apoio da família, principalmente do avô.

Eleanor é uma personagem que, aos 37 anos de idade, se considera determinada, moderna, corajosa e vaidosa. Formada em administração, com pós graduação em *marketing*, iniciou a carreira em uma companhia privada do setor de eventos e viajou por todo o Brasil durante sete anos. Depois da maternidade, a rotina de viagens passou a não lhe agradar, pois sua vontade era estar perto da filha. Sempre teve vontade de empreender, já havia investido em alguns projetos que não deram certo. Antes da sua filha completar dois anos de idade, de posse de um projeto de vendas de lanches para escolas, decidiu abrir uma empresa e ter o próprio negócio.

Luna é uma personagem que se considera forte e determinada. Começou a carreira profissional trabalhando em óticas. Com 22 anos de idade, atuou no ramo de *pet shop*. No início, teve a chance de realizar cursos de auxiliar de veterinário(a) e logo surgiu a oportunidade de empreender na área. Após alguns anos, não se via apenas como recepcionista, queria algo mais. Pouco tempo depois, um dos sócios do local no qual trabalhava ofereceu a sua parte na empresa. Luna viu ali a chance de crescimento profissional. Atualmente, é sócia de um estabelecimento do ramo de *pet shop*.

Nossa personagem Dandara começou a sua história aos 29 anos de idade, com dois filhos, estudos e todos os afazeres de mãe. Sua vida foi transformada em razão de um obstáculo financeiro e da perda do esposo. Com dificuldades, passou por vários empregos e foi obrigada a mudar de cidade. Certo dia resolveu deixar seu currículo em uma ótica na cidade de Curitiba. Fez

apelo ao gerente, tentou convencê-lo do seu potencial de vendedora e conseguiu uma entrevista. Começou a trabalhar no estabelecimento e, com a ajuda de outros vendedores e do gerente, especializou-se na área. Alguns anos depois, aperfeiçoou-se na área e abriu a própria ótica.

Nossa última personagem é Pérola, que se declara jovem e trabalhadora. Começou a trabalhar no comércio logo cedo, com 15 anos de idade, momento em que conciliou trabalho e estudo. Teve um filho, casou-se, porém, não desistiu dos seus sonhos. Ao alcançar certa idade, viu oportunidade na área da enfermagem e iniciou o curso técnico para poder ingressar no ramo. Começou a trabalhar em dois turnos, em locais diferentes, na tentativa de conseguir empreender. Aos 38 anos de idade sentiu necessidade de mudar de profissão, apesar de fatores como insegurança, medo, cansaço físico e mental, reconheceu a oportunidade de abrir o próprio negócio.

Após conhecer o perfil de cada personagem, na próxima seção, demonstramos como essas narrativas contam a história empreendedora, com eventos que marcaram a trajetória dessas mulheres.

## **Narrativas empreendedoras**

O empreendedorismo de mulheres no Brasil apresenta inúmeras dificuldades relacionadas aos fatores social, político, econômico e reconhecimento da sociedade. Apesar do crescimento do número de empreendedoras no Brasil (AVENI; NUNES; CRUZ, 2016), as mulheres são tratadas com inferioridade, principalmente no tocante a incentivo financeiro. Nesta seção, com base na Teoria Feminista, buscamos descrever as narrativas das personagens e relacioná-las às assimetrias de poder encontradas na sociedade.

### *Como as nossas empreendedoras iniciaram seus negócios?*

As histórias de vida das nossas empreendedoras tratam de vencer desafios, como é o caso de Sônia, que se viu obrigada a empreender aos 13 anos de idade. Iniciou vendendo pulseiras, rifas e artigos em geral. Aos 15 anos, com dificuldade para arrumar emprego por causa do cabelo e da cor da pele, descobriu que sabia fazer tranças afro e viu a oportunidade de começar seu empreendimento.

Virgínia também foi obrigada a empreender desde a adolescência. Já na infância fazia pulseiras para vender no condomínio de sua tia, tal como ocorreu com Rosa. Aos 17 anos,

Virgínia foi para São Paulo com o intuito de comprar roupas e revendê-las em Curitiba. Depois disso, passou a revender maquiagem. Ainda jovem, Amélia iniciou seu empreendimento como profissional da beleza. Trabalhou em um salão, após deixar a área administrativa de uma empresa. No período noturno, complementava a renda em uma pizzaria. Anos mais tarde, tornou-se sócia de uma empresa. Passado um ano foi enganada pela sócia, sua vida se desestabilizou e foi obrigada a fechar o negócio. Apesar das dificuldades, acreditou no seu potencial empreendedor, fez um curso de barbeiro e abriu a própria barbearia.

Nesse contexto, Dandara ousou pensar por si mesma ao sair da sua cidade natal e ir para Curitiba com os filhos. Com 29 anos de idade, começou a trabalhar em uma ótica e depois de alguns anos, se aperfeiçoou e viu a oportunidade de ter a sua ótica. Luna começou no mesmo ramo, porém, quando fez um curso na área de veterinária, descobriu que a atividade na ótica não era a que desejava e passou a dedicar-se a *pet shop*.

Assim como Dandara, Luna teve a oportunidade de empreender na condição de sócia, ao comprar a parte da empresa que pertencia ao antigo chefe. Ada passou por situação semelhante. Oriunda de uma família de classe média alta, ouvia de outras pessoas que não precisava passar por situações difíceis, todavia, não queria depender da família, mas alcançar seus objetivos com o próprio esforço. 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 constituem 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 discriminação de gênero em grandes empresas no Brasil mostra avanços na legislação trabalhista e nas políticas públicas para promover a igualdade de gênero. O resultado desse esforço repercutiu na adoção de medidas por parte de grandes empresas.

Eleanor possui uma narrativa diferente das outras personagens. Com ensino superior, seguia carreira em uma empresa privada, porém, sem tempo para a filha. Por outro lado, já havia investido em outros projetos que não deram certo. Antes de a sua filha completar dois anos de idade, sentiu necessidade de dispor de mais tempo. Pérola desenvolvia carreira como técnica de enfermagem, com formação completa, trabalhava em dois turnos. Com 38 anos, quando sentiu necessidade de trocar de profissão, retornou o desejo de empreender.

Nelle tem 33 anos, é mãe e sempre atuou em empresas como analista. Ao perceber que poderia se dedicar a outra atividade, decidiu ingressar no ramo da gastronomia. Após assistir ao programa “Pequenas empresas, grandes negócios”, decidiu fazer geleias, oferecendo o produto inicialmente a membros da própria família. Ela diz “me sinto uma mulher realizada, pois consegui colocar em prática uma coisa que há tempos eu queria, mas não tinha realizado ainda”. Vê-se, portanto, que as mulheres vêm ampliando a sua atuação no mercado de trabalho, inclusive na condição de empreendedoras e ocupam, cada vez mais, diferentes espaços sociais (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Rosa é uma mulher negra que ocupou seu espaço como empreendedora aos 20 anos de idade. Mesmo revelando que tem inseguranças, assim como Luna, vê que a sociedade avança nas conquistas em relação à igualdade de gênero. Eleanor declara sentir-se determinada e, depois de transpor algumas dificuldades, retomou às atividades de vendas, está auferindo ganhos financeiros e dispondo de mais tempo para si e para a filha. Já Pérola e Dandara, anos após a abertura de seus negócios, apesar dos obstáculos, não desistiram, pois viram no empreendedorismo melhores oportunidades de crescimento. Dandara se descreve: “sou uma mulher batalhadora, persistente, positiva, nunca desisto, mesmo nas fraquezas, sou comunicativa e gosto do que faço”.

Rosa, uma mulher negra, afirma estar disposta a lutar pelos ideais em que acredita, pediu desligamento da empresa na qual trabalhava e transformou seu *hobbie* em profissão, pois escolheu a cozinha para empreender. Amélia, apesar das dificuldades, não desistiu, aperfeiçoou-se nas técnicas da barbearia e ganhou prêmios, seu salão foi o mais pesquisado da cidade de São José dos Pinhais, estado do Paraná. Por meio dos relatos, observamos que as mulheres vêm conquistando mais espaços na sociedade, um deles é o empreendedorismo (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

À luz da teoria feminista, que define gênero como uma distinção cultural, as mulheres precisam lutar para conquistar direitos (DORLIN, 2021). Se observarmos as formas por meio das quais as personagens deste estudo assumiram seus lugares no empreendedorismo, podemos identificar dois pilares, o social e o econômico. Em outras palavras, questões culturais pautam a luta das mulheres e as dificuldades econômicas são motivações para iniciativas, como o empreendedorismo.

Silva *et al.* (2021) destacam que, no tocante ao pilar social, as mulheres situam-se em uma cultura patriarcal, assumindo papéis estipulados, de submissão e obediência aos homens. Nessa realidade, as lutas voltam-se à conquista de direitos relacionados à liberdade e à igualdade. Empreender, por exemplo, é uma ação negada às mulheres, pois, segundo os padrões sociais de

comportamento, cabe ao homem a função de prover recursos. Montalvão *et al.* (2020) afirmam que, apesar disso, as mulheres lutaram, conquistaram direitos e, no século XXI, constituem parte fundamental do empreendedorismo no Brasil.

No pilar econômico, a emancipação das mulheres em relação à dependência financeira, foi sendo desconstruída durante séculos. Sobre a atuação da mulher no mercado de trabalho, Costa (2018, p. 449) argumenta “a dinâmica da emancipação feminina consiste em uma combinação complexa entre a importância crescente de obter e consolidar sua competitividade no mundo do trabalho”. Dessa forma, a ação de empreender ultrapassa o papel de provedora de recursos para a família e assume o lugar de satisfação, independência e emancipação da mulher na condição de ser social.

Essa mudança de comportamento alcança também o pilar político. A instituição de políticas públicas direcionadas às mulheres é fundamental para incentivar o empreendedorismo. Se, no pilar social, as lutas se intensificam e resultam em conquistas, no pilar político, o embate ocorre por meio de políticas públicas estabelecidas em princípios normativos. Segundo Vígano e Laffin (2019), debates como violência contra a mulher, por exemplo, são cruciais e abarcam o pilar político.

### *Os desafios das empreendedoras*

A luta feminista impõe desafios que devem ser superados. Com as nossas personagens não é diferente, os problemas muitas vezes relacionam-se a questões sociais, políticas e econômicas. Rosa, por exemplo, narra sobre os desafios que enfrentou. Por ser uma mulher jovem e negra, deparou-se com o preconceito ao tentar alugar sua primeira sala comercial. Na conversa por telefone com o proprietário do imóvel, recebeu atenção, mas, ao chegar ao local, foi tratada de forma diferente. Nossa personagem relata que, ao tentar se mudar da sala comercial em questão, o proprietário quebrou o chão do local e informou-lhe que não poderia sair sem antes arcar com o prejuízo. Segundo Rosa, se fosse um homem em seu lugar, esse fato não teria ocorrido. A sensação é de que “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”.

Ada relatou ter ouvido piada de cunho machista e enfrentado situações que a constrangeram durante o atendimento de uma cliente. Virgínia também passou por momentos indesejáveis. Uma das circunstâncias foi em um curso de impressão 3D total, quando pretendeu aprimorar sua atuação profissional. Durante o curso, teve dúvidas sobre o assunto. Em uma sala

repleta de homens, ninguém se importou. Esses relatos mostram que, apesar do crescimento do empreendedorismo entre mulheres, elas são tratadas com inferioridade, em virtude de questões culturais e práticas arraigadas que resultam em assimetrias entre os gêneros (AVENI; NUNES; CRUZ, 2016).

Eleanor narra que, na condição de mulher empreendedora, de maneira geral, não encontrou dificuldades, exceto durante a pandemia de Covid-19 com o fechamento de escolas e a demissão de empregados. Pérola não teve a mesma sorte e relata que, no início, não tinha concorrente do mesmo ramo nas imediações do seu empreendimento, porém, com o passar do tempo, a concorrência aumentou e, por ser mulher, vivenciou situações desfavoráveis.

Dandara deparou-se com obstáculos para encontrar fornecedores no início do seu empreendimento e diz que prefere trabalhar com mulheres porque as considera mais pacientes. Luna também afirma que sua maior dificuldade foi se adaptar às mudanças no período da pandemia. Proprietária de *pet shop*, considera que receber ordens de uma mulher em um ramo em que a maioria dos trabalhadores é homem não constitui tarefa fácil. Virgínia passou por situação semelhante, pois a maioria dos profissionais da sua área de atuação é homem. Apesar dos avanços, há diversos relatos sobre situações aflitivas no mercado de trabalho relacionadas às diferenças de gênero (ALMEIDA; ANTONIALLI; GOMES, 2011).

Ao tratarmos de construções sociais, estamos tratando também de questões institucionalizadas socialmente. Nesse contexto, os desafios das mulheres podem ser melhor compreendidos por meio das relações de poder discutidas nos estudos feministas (BUTLER, 2018). Assim, como afirma Santana (2015, p. 124), “As balizes simbólicas que determinam o que é feminino ou masculino perpassam por relações de poder, que tendem a fixar o espaço social considerado “apropriado” para homens e mulheres”.

Os desafios das mulheres em relação a questões de raça, gênero, acesso a recursos e outras se respaldam na ideia de espaços constituídos historicamente para elas. Se, entre os homens, as relações de poder inerentes à diversidade de raças já revelam assimetria, quando incluídas as mulheres essas relações se maximizam (BIROLI, 2018).

Os desafios são também formas institucionalizadas de diminuir subversões, visto que os papéis atribuídos a homens e mulheres são definidos de acordo com cada cultura. A teoria feminista estabelece que, às mulheres, cabe lutar, participar de movimentos sociais e das discussões acerca do seu espaço na sociedade para romper com as estruturas sociais vigentes que normalizam e consideram ‘adequado’ esse modelo (BIROLI, 2018, SANTANA, 2015).

A teia que define a relação de ‘poder’ entre homens e mulheres remonta a um passado distante. Trata-se de uma forma de controle social/cultural que define o que é ou não adequado

no comportamento das mulheres. Cabe a elas a decisão de fazer escolhas, trilhar um caminho diferente do que foi estabelecido, com base na consciência do seu lugar e dos seus direitos na sociedade (COSTA, 2018). Assim, o que esperar desse contexto? De que maneira nossas empreendedoras podem atuar para mudar os pilares econômico, social e político? Para responder a essa questão, ouçamos novamente a voz das entrevistadas deste estudo.

### *O que há para o futuro?*

Pensar no futuro é, também, pensar a respeito da dimensão social, política e econômica que circunda os estudos feministas e das relações de poder que mantêm a cultura da distinção do do que é masculino e do que é feminino. Trata-se de uma construção social, mas que pode ser modificada mediante amplos debates, movimentos e lutas sociais (BUTLER, 2018, DORLIN, 2021).

Luna diz estar otimista, segura e motivada para enfrentar esse movimentos sociais. Eleanor passou a ter tempo para cuidar de si, tanto do aspecto físico quanto mental, retornou ao atendimento das encomendas e segue um ritmo cada vez mais forte. Pérola, agora, sentindo-se mais experiente e mais forte, pronta para encarar mudanças, afirma que pretende expandir seus negócios. Dandara declara ser perseverante e gostar do que faz. Rosa está cursando ensino superior e, sentindo-se mais forte, está expandindo seus negócios, pois, segundo ela, “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”.

Bertha, uma das personagens, cresceu com o seu empreendimento, começou a trabalhar em empresas privadas e iniciou uma faculdade. No penúltimo ano, decidiu empreender. Amélia teve sucesso, ganhou prêmios e planeja preparar seu negócio para ampliar os atendimentos. Virginia percebe que está crescendo, tem se especializado no ramo em que atua e pensado em formas de aumentar a oferta de impressão 3D. Ada está se especializando em sua área e pretende estender os atendimentos em domicílio, ideia que surgiu durante a pandemia de Covid-19. Nelle vai investir e divulgar seus produtos (geleias) nas feiras e em mercados maiores. Todas as entrevistadas acreditam no sucesso dos seus negócios, enfrentaram e ainda enfrentam dificuldades, mas dizem que não deixarão de planejar nem de acreditar nas suas ideias e nos seus empreendimentos.

Como podemos observar, abrir o próprio negócio é um grande desafio para as mulheres. Devido a questões culturais, sociais, políticas e econômicas, elas destinam parte do tempo de suas vidas provando que são capazes de administrar os seus empreendimentos. Essas relações de



poder, constituídas socialmente e ao longo da história (SANTANA, 2015; BUTLER, 2018; DORLIN, 2021), precisam ser superadas, já que a luta por direito a espaços e à voz é também uma luta por igualdade.

### **Considerações finais**

O objetivo deste estudo foi analisar narrativas de mulheres empreendedoras sob a ótica dos estudos feministas. São histórias de dificuldades, como as vividas por Eleanor e Amélia, por exemplo, que, mesmo com profissões estabelecidas, decidiram mudar de rumo e, apesar dos desafios e frustrações, estão nas carreiras desejadas. Para essas personagens, o empreendedorismo funciona como um meio de romper com a segregação e a subordinação de gênero na sociedade brasileira (AVENI; NUNES; CRUZ, 2016; TEIXEIRA; BOMFIM, 2016). Superar os desafios é importante para modificar o que foi socialmente construído e institucionalizado ao longo da história.

Assim, a análise das narrativas mostra não só os desafios, lutas e conquistas das mulheres nesse movimento contra o preconceito de raça e de gênero, mas serve também de “lugar de fala” para evidenciar questões subjetivas e as próprias emoções na trajetória das empreendedoras participantes desta pesquisa.

Estudos futuros podem analisar narrativas femininas que digam respeito às relações casa, trabalho e estudos. Outra sugestão é observar narrativas de mulheres empreendedoras em diferentes regiões do Brasil e/ou em outros países, considerando as particularidades culturais que apresentam.

## Referências

ALMEIDA, Ivana Carneiro; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; GOMES, Almiralva Ferraz. 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, Alessandro., NUNES, Carlos Neymer, CRUZ, Lucineide. **Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no distrito federal**. 2012. Disponível em: <<https://livrozilla.com/doc/692792/1-um-estudo-do-comportamento-de-mulheres>>. Acesso em 25 de junho de 2023.

BALBINOTTI, Izabele. A violência contra a mulher como expressão do patriarcado e do machismo. **Revista da ESMESC**, vol. 25, nº 31, p. 239-264, 2018.

BARBOSA, Felipe Carvalhal et al. 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.

BASTOS, Lílina Cabral; BIAR, Liana de Andrade. Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. **Revista Gestão Organizacional**. vol 6, nº 3, p. 97-126. 2015.

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.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Editora José Olympio, 2018.

CASSOL, Paula Dürks. Do gênero para além do gênero: a crítica feminista ao direito e à criminologia. **Seminário Internacional Fazendo Gênero**, 2017.

COSTA, Fabiana Alves. Mulher, trabalho e família: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares. **Pretextos-Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas**, v. 3, n. 6, p. 434-452, 2018.

CRAMER, Luciane et al. 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, Fernanda Argolo; RUBIM, Linda Oliveira. Tchou Querida: Questões de gênero na cobertura da mídia sobre o governo Dilma. **Revista Observatório**, vol. 4, nº 1, p. 466-491, 2018.

DORLIN, Elsa. **Sexo, gênero e sexualidades: introdução à teoria feminista**. Crocodilo, 2021.

DUARTE, Giovana; SPINELLI, Letícia Machado. Estereótipos de gênero, divisão sexual do trabalho e dupla jornada. **Revista Sociais e Humanas**, vol. 32, nº 2, p.126-145, 2019.

FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, vol 17, nº 4, p. 398-417, 2013.

FORUM ECÔNOMICO 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](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Gender_Gap_Report_2020_Press_Release_Portuguese.pdf)>. Acesso em: 03 mar. 2021.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2009.

GOMES, Almiralva Ferraz et al. Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. **REGE Revista de Gestão**, v. 16, n. 1, p. 67-87, 2009.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Danièle. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Cadernos de pesquisa**, v. 37, p. 595-609, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Mulheres continuam a cuidar mais de pessoas e afazeres domésticos que homens**. 18 de abr. 2018. Disponível em: <<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>>. Acesso em 12 de dezembro de 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. **Global Entrepreneurship monitor: empreendedorismo no Brasil**. Curitiba, PR, Brasil. 2012.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, p. 65-85, 2011.

MACÊDO, Kátia Barbosa et al. O processo sucessório em organizações familiares e a exclusão da mulher. **Psicologia & Sociedade**, v. 16, p. 69-81, 2004.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; GUEDES, Alexandre; GAZOLA, Sebastião. Determinantes e dificuldades de crescimento para mulheres empreendedoras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 11, n. 1, p. 85-99, 2017.

MENDES, Gabrielle Couto; SIMÕES, Ivandira Anselmo Ribeiro. 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**. 2016. Disponível em: <<https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidspp/article/viewFile/15862/3759>>. Acesso em 15 de maio de 2022.

MENEGON ZACCARELLI, LAURA; SCHMIDT GODOY, ARILDA. “Deixa-me te contar uma coisa...”: Possibilidades do uso de narrativas e sua análise nas pesquisas em organizações. **Revista Gestão Organizacional**, vol. 6, p. 26-36. 2013.

MONTALVÃO, Hilsiany Costa et al. Empreendedorismo feminino: estudo sobre as mulheres empreendedoras do ramo de confecções da cidade de Correntina–Bahia. **Revista Valore**, v. 5, p. 114-126, 2020.

PALAR, Juliana Vargas; SILVA, Maria Beatriz Oliveira da. O Direito como instrumento contra a opressão feminina. **Revista Direito e Práxis**, v. 9, p. 721-748, 2018.

PÊCHEUX, Michael, ORLANDI, Eni Puccinelli. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Editora da UNICAMP, 2009.

PINHEIRO, Luana Simões et al. Mulheres e trabalho: breve análise do período 2004-2014. n° 24, *IPEA*. 2016. Disponível em:

<[https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota\\_tecnica/160309\\_nt\\_24\\_mulher\\_t\\_rabalho\\_marco\\_2016](https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/160309_nt_24_mulher_t_rabalho_marco_2016)>. Acesso em 10 de abril de 2022.

SANTANA, Anabela Maurício de. Fragmentações e permanências: gênero e diversidade na escola. **Retratos da Escola**, Brasília, jan. 2015. p.123-136.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação & Realidade**, vol. 20, n° 2, p.71-99. 1995.

SILVA, Deide Fátima; DE LORETO, Maria das Dores Saraiva; BIFANO, Amélia Carla Sobrinho. Ensaio da história do trabalho doméstico no Brasil: um trabalho invisível. **Cadernos de Direito**, v. 17, n. 32, p. 409-438, 2017.

SILVA, Mariana Santos; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

SILVA, Joasey Pollyanna Andrade; DO CARMO, Valter Moura; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini. As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, v. 7, n. 1, p. 101-122, 2021.

SILVEIRA, Amélia; DE GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzaska. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, 2008.

SIQUEIRA, Dirceu Pereira; SAMPARO, Ana Julia Fernandes. Os direitos da mulher no mercado de trabalho: da discriminação de gênero à luta pela igualdade. **Revista Direito em Debate**, v. 26, n. 48, p. 287-325, 2017.

SOUZA, Michelle Rabelo. 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**, v. 1, n. 1, p. 0025-0036, 2018.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. 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**, v. 10, p. 44-64, 2016.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, p. 631-649, 2011.

VIGANO, Samira de Moraes Maia; LAFFIN, Maria Hermínia Lage Fernandes. Mulheres, políticas públicas e combate à violência de gênero. **História (São Paulo)**, v. 38, 2019.

*Recebido em: 19/04/2023.  
Aprovado em: 04/07/2023.*