

**Universidade Federal de Pelotas**  
**Instituto de Filosofia, Sociologia e Política**  
**Programa de Pós-Graduação em Sociologia**



Dissertação de Mestrado

**Empreendedoras Restinga:**

Um olhar sobre o significado do empreendedorismo feminino

**Natália de Azevedo Pereira Smaniotto**

Pelotas, 2023

Natália de Azevedo Pereira Smaniotto

**Empreendedoras Restinga:**

Um olhar sobre o significado do empreendedorismo feminino

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia, Sociologia e Política da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia.

*Linha de pesquisa: Trabalho, organizações e identidade.*

Orientadora: Profa. Dra. Elaine da Silveira Leite

Pelotas, 2023

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas  
Catalogação na Publicação

S635e Smaniotto, Natália de Azevedo Pereira

Empreendedoras restinga : um olhar sobre o significado do empreendedorismo feminino / Natália de Azevedo Pereira Smaniotto ; Elaine da Silveira Leite, orientadora. — Pelotas, 2023.

102 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, 2023.

1. Mulheres empreendedoras. 2. Restinga. 3. Tipos ideais. I. Leite, Elaine da Silveira, orient. II. Título.

CDD : 658.421

**Natália de Azevedo Pereira Smaniotto**

**Empreendedoras Restinga:**

**Um olhar sobre o significado do empreendedorismo feminino**

Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Sociologia, do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 28 de Junho de 2023.

Banca examinadora:

Prof. Dra. Elaine da Silveira Leite (Orientadora)

Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos

Prof. Dra. Ana Paula Ferreira D'Avila

Doutora em Sociologia Pela Universidade Federal do Paraná

Prof. Dr. Andrey Sgorla

Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Eu, Elaine da Silveira Leite, atesto que o(s) membro(s) da banca listado(s) acima sem assinatura participou/aram da sessão de forma remota e/ou por parecer.

*Dedico esta dissertação aos meus pais, que  
sempre me incentivaram a estudar, ao meu esposo  
pelo companheirismo e apoio, e ao meu  
tio Mario Serapião (In memoriam).*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente à Deus, por ter me concedido o privilégio de chegar até aqui, por todo cuidado e amor.

Agradeço à minha orientadora Elaine da Silveira Leite, por todo apoio, incentivo e ajuda ao longo desta jornada. Meu agradecimento também pelos membros da banca e a todos os professores que me guiaram e forneceram orientação valiosa ao longo desta jornada acadêmica.

Às mulheres do grupo Empreendedoras da Restinga minha sincera gratidão a todas as participantes da pesquisa, cuja colaboração e disposição em compartilhar suas experiências foram essenciais para a realização deste estudo. Sem a generosidade e participação delas, esta dissertação não teria sido possível. Agradeço também à associação e às mulheres da diretoria por abrirem seu espaço de forma tão acolhedora para que eu pudesse começar a pesquisa.

Agradeço ao meu marido, Joézer, por estar ao meu lado nesta jornada chamada vida, sua presença é um presente de Deus. Obrigado por ser o meu companheiro em todos os momentos, por incansavelmente me motivar a buscar mais e a me superar, por cuidar de mim com tanto carinho, pela paciência, por ser meu amigo fiel e ouvinte atento. Agradeço também por trazer alegria aos meus dias, por me fazer rir mesmo no caos.

Um agradecimento muito especial aos meus pais, Adriano e Roberta, por cuidarem de mim e me criarem com tanto amor. Obrigada pelo encorajamento, apoio e meios, sem isso eu não teria chegado até aqui. Agradeço pelas orientações, muitas vezes foram duras, mas sempre necessárias em minha vida.

Não posso deixar de agradecer também a minha família e amigos, em especial a minha avó Maria, as minhas melhores amigas, aos meus tios e tias, da mesma forma aos meus sogros e aos Pumas. Obrigada pelos momentos de descontração, apoio contínuo e incentivo ao longo dessa jornada. Suas palavras de encorajamento e compreensão foram cruciais para superar os desafios e me manter motivada.

Gostaria de expressar minha gratidão aos meus colegas de curso, cujo apoio e encorajamento foram inestimáveis durante toda minha trajetória acadêmica até aqui. Suas contribuições e discussões enriqueceram meu conhecimento e aprimoraram este trabalho.

Agradeço também a Universidade Federal de Pelotas, em especial às professoras e professores do Programa de Pós-Graduação em Sociologia pelos ensinamentos, oportunidades e apoio em minha trajetória. Por fim, a CAPES agradeço o apoio financeiro através de bolsa de estudos para que pudesse me dedicar integralmente ao curso de mestrado nesses últimos 2 anos.

*"Devemos lutar por nossos sonhos, mas também pelos sonhos  
dos outros."  
Angela Davis*



## **Resumo**

O presente trabalho apresenta a pesquisa sobre as mulheres pertencentes a Associação de mulheres empreendedoras no bairro Restinga na cidade de Porto Alegre/RS. A pesquisa tem como objetivo compreender qual é o sentido mobilizador do empreendedorismo para as integrantes da associação. O grupo Empreendedoras Restinga (ER) foi criado em 2019, inicialmente era uma associação civil, sem fins lucrativos, que reunia mulheres empreendedoras do bairro Restinga. Mas em 2020, o grupo passou por uma reformulação e tornou-se uma associação, hoje possui sede no bairro e grande visibilidade nas mídias sociais e imprensa. Sendo assim, a proposta de pesquisa busca por meio de análise documental das redes sociais da ER e de entrevistas com mulheres pertencentes ao grupo, realizar uma discussão teórico analítica sobre o sentido mobilizante de empreender dessas mulheres e também trazer discussões importantes sobre o tema do empreendedorismo feminino no Brasil. Ao longo da pesquisa foi possível observar quatro categorias de análise, que refletem tipos ideais (WEBER, 2001) nas narrativas das mulheres entrevistadas da associação: ligação familiar; ligação ER; ligação mulher empreendedora; e ligação de localidade. A utilização dos tipos ideais auxilia na compreensão da realidade estudada. E como resultados, foi verificado que não há apenas um e sim alguns sentidos mobilizantes no empreender das mulheres da ER.

**Palavras-chave:** Mulheres empreendedoras; Restinga; Tipos ideais;

## **Abstract**

This work presents research belonging women on the Association of Women Entrepreneurs in the Restinga neighborhood in the city of Porto Alegre/RS. The research aims to understand the motivating meaning of entrepreneurship for the members of the association. The Empreendedoras Restinga (ER) group was created in 2019 as a non-profit civil association that brought together women entrepreneurs from the Restinga neighborhood. However, in 2020, the group underwent a reformulation and became an association with a headquarters in the neighborhood, gaining significant visibility on social media and in the press. Therefore, the research proposal seeks, through documentary analysis of the ER's social media networks and interviews with women belonging to the group, to engage in a theoretical and analytical discussion about the mobilizing meaning of entrepreneurship for these women, as well as to address important discussions about female entrepreneurship in Brazil. Throughout the research, it was possible to observe four categories of analysis that reflect Weber (2001) ideal types in the narratives of the interviewed women from the association: family connection, ER connection, female entrepreneur connection, and locality connection. The use of ideal types helps in understanding the studied reality. As a result, it was found that there is not just one, but several motivating meanings behind the entrepreneurship of the women in ER.

**Keywords:** Woman Entrepreneurs; Restinga; Ideal Types.

## **Lista de Figuras**

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Post Jornada Empreendedora Edital.....       | 57 |
| Figura 2 - Post Juntas Somos Mais Fortes.....           | 71 |
| Figura 3 - Post O Sonho que se sonha junto.....         | 74 |
| Figura 4 - Post Vamos Construir Juntas.....             | 74 |
| Figura 5 - Post ER são Capa de Jornal Mais uma vez..... | 78 |
| Figura 6 - Post Visibilidade ER.....                    | 79 |
| Figura 7 - Post ER São Capa de Jornal.....              | 79 |
| Figura 8 - Post Compre na Restinga.....                 | 90 |

## **Lista de Quadros**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Quadro 1 - Perfil das Entrevistadas..... | 61 |
|------------------------------------------|----|

## **Lista de siglas**

CEBRAE - Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa

CLT - Consolidação das Leis do Trabalho

CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

ER - Empreendedoras Restinga

GEM - Monitoramento de Empreendedorismo Global

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEI - Microempreendedor Individual

ONU - Organização das Nações Unidas

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

RME - Rede Mulher Empreendedora

RS - Rio Grande do Sul

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SESC - Serviço Social do Comércio

SESI - Serviço Social da Indústria

## SUMÁRIO

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| <b>INTRODUÇÃO</b>                               | 14 |
| <b>2. EMPREENDEDOR DE SI</b>                    | 26 |
| 2.1 - CONTEXTO CLÁSSICO                         | 26 |
| 2.2 - CONTEXTO LATINO AMERICANO                 | 31 |
| 2.3 - SEBRAE E MEI                              | 35 |
| 2.4 - EMPREENDEDORISMO FEMININO                 | 39 |
| <b>3. ASSOCIAÇÃO EMPREENDEDORAS DA RESTINGA</b> | 45 |
| 3.1 - COMO TUDO COMEÇOU                         | 45 |
| 3.2 - MUDANÇA                                   | 50 |
| 3.3 - PRÓXIMOS PASSOS                           | 55 |
| <b>4. LIGAÇÕES</b>                              | 60 |
| 4.1 - LIGAÇÕES FAMILIARES                       | 63 |
| 4.2 - “JUNTAS SOMOS MAIS FORTES”                | 70 |
| 4.3 - “AS MESMAS DORES”                         | 82 |
| 4.4 - “CRIA DA RESTINGA”                        | 86 |
| <b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                  | 93 |
| <b>6. REFERÊNCIAS</b>                           | 96 |

## INTRODUÇÃO

Devido à crise sanitária causada pelo Covid-19, a pandemia trouxe instabilidade na economia do país e no mundo, empresas faliram e milhares de postos de trabalhos formais e informais foram fechados. Com o desemprego em alta, a população teve que se reinventar para se manter economicamente ativa, segundo o SEBRAE, o Brasil registrou recorde no número de novas empresas abertas em 2020 e encerrou o ano com cerca de 3,3 milhões de negócios criados. E no ano de 2021, o Brasil ultrapassou o recorde anterior e encerrou o ano com cerca de 3,9 milhões de novos negócios criados, sendo 80% dessas empresas Microempreendedor Individual, o chamado MEI (SEBRAE, 2021). O trabalho informal recuou durante a pandemia, mas atualmente, em 2022, volta a bater recordes também, há cerca de 39,1 milhões de trabalhadores informais no Brasil, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, 2022) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022)<sup>1</sup>.

Mesmo antes da pandemia já se tinha números alarmantes em relação às atividades sem vínculo empregatício no Brasil, em 2019 o número era de 38,7 milhões de trabalhadores informais no país. O trabalho informal faz parte da estrutura de ocupação do mercado de trabalho brasileiro, os chamados “bicos” (CARNEIRO, 2022). Abílio, Amorim e Grohmann (2021) declaram que “A informalidade, historicamente associada ao trabalho e desenvolvimento tipicamente periféricos, hoje se firma como regra” (ABÍLIO; AMORIM; GROHMANN, 2021, p. 31), que sintetiza bem essa realidade, na qual via de regra é a população pobre e negra que acaba por trabalhar com “bicos”.

Outro grupo diretamente afetado pelo desemprego e a informalidade são as mulheres, ainda segundo dados do IBGE, referente aos dois últimos trimestres de 2021 e os dois primeiros de 2022, 54,8% das mulheres não têm nenhuma ocupação, frente a 45,2% dos homens (IBGE, 2022).

Referente ao trabalho informal, segundo uma pesquisa feita pela Closeer, uma plataforma de freelancers, 70,27% desse tipo de trabalhadores são do sexo

---

<sup>1</sup> Pesquisa PNAD 2022 divulgada pelo IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?=&t=resultados>.

feminino, hoje no Brasil (VIEIRA; MAGGIONI, 2022). E segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM)<sup>2</sup> de 2020, 55% das brasileiras decidiram iniciar um negócio próprio por necessidade de obter renda. Assim, para muitas mulheres brasileiras, o trabalho informal representa a principal fonte de sustento seu e de suas famílias.

Esses dados mostram que, embora a motivação principal de algumas mulheres seja seguir um sonho ou alcançar a independência profissional, outras são impulsionadas pelas circunstâncias econômicas e pela falta de oportunidades no mercado de trabalho tradicional. Para essas mulheres, o empreendedorismo se torna uma alternativa para garantir sua subsistência e de suas famílias. É fundamental reconhecer que o empreendedorismo por necessidade muitas vezes impõe desafios adicionais, como a falta de recursos financeiros e o acesso limitado à capacitação e suporte técnico. Ao analisar o empreendedorismo feminino, é crucial considerar tanto as mulheres que empreendem por escolha própria e por motivações pessoais, quanto aquelas que se veem impulsionadas pela necessidade. A compreensão dessas diferentes realidades contribui para o desenvolvimento de políticas e programas mais eficazes que possam apoiar e fortalecer as mulheres empreendedoras em todas as suas jornadas.

Gomes, Santana e Araújo (2009) destacam que uma das principais razões para que a mulher venha a ter o próprio negócio é a flexibilidade de horários, pois dessa forma poderá conciliar melhor trabalho e a família. O ingresso das mulheres no mercado de trabalho não as dispensa das atividades no espaço privado (cuidado com o lar, família, etc), faz parte da vida da mulher contemporânea a chamada “dupla jornada”, onde a mulher suporta um acúmulo de tarefas (JONATHAN; SILVA, 2007). Desse modo, empreender se torna, muitas vezes, a única opção para muitas mulheres, que precisam de renda, mas não tem como trabalhar em horário comercial. Machado (2002) classifica três categorias de mulheres empreendedoras: empreendedoras por acaso; empreendedoras forçadas; e empreendedoras criadoras. O primeiro tipo refere-se às empreendedoras que começam seus negócios sem algum plano ou objetivo; o segundo tipo são aquelas que iniciam um

---

<sup>2</sup> Global Entrepreneurship Monitor. Disponível em: [https://ibqp.org.br/gem/?gclid=CjwKCAjwpqCZBhAbEiwAa7pXefL-9wWABSWriW27UjbsEIKPSfLTajE60tbOOLNrhM\\_RnettiMEQeBoCLDEQAvD\\_BwE](https://ibqp.org.br/gem/?gclid=CjwKCAjwpqCZBhAbEiwAa7pXefL-9wWABSWriW27UjbsEIKPSfLTajE60tbOOLNrhM_RnettiMEQeBoCLDEQAvD_BwE). Acesso em 18 de set. de 2022.



negócio por conta de alguma circunstância; e as últimas são aquelas que criam seus negócios a partir da própria motivação e coragem (MACHADO, 2002).

Além disso, em relatório de 2017 do GEM<sup>3</sup>, destaca que o empreendedorismo surge por dois critérios básicos de existência: o empreendedorismo por necessidade e o de oportunidade, que refere-se aos motivos que levam as pessoas a empreender. Algumas mulheres têm de empreender por circunstâncias além de suas vontades, pois precisam se sustentar e se há ausência de oportunidade de trabalho ou se um salário não basta, empreender se torna um meio de obter uma renda ou uma renda complementar, além de uma ocupação. No empreendedorismo por oportunidade acontece o contrário, o indivíduo escolhe começar um negócio, por uma ideia ou porque identifica uma oportunidade de negócio em determinada área.

No presente trabalho, portanto, identificamos os sentidos do empreendedorismo, entretanto, pode-se dizer que eles se aproximam de um empreendedorismo por necessidade, pois as mulheres estudadas, mesmo algumas escolhendo deixar o CLT, para empreender, esta escolha está relacionada a outros fatores, como, por exemplo, conciliar o trabalho e a família, estar perto dos filhos e da sua rede de apoio. Empreender em tais contextos se torna a única opção para essas mulheres. Por conta disso, esse tipo de empreendedorismo acaba reproduzindo papéis sociais tradicionais no Brasil, em que a mulher é a responsável pelo cuidado com os filhos e da casa, tornando estes motivos prioridade em suas vidas.

Para compreender um pouco mais sobre empreendedorismo feminino, o presente trabalho estudou as mulheres pertencentes ao grupo Empreendedoras Restinga, que foi criado em 2019, como uma associação civil, sem fins lucrativos, que reunia mulheres empreendedoras do bairro Restinga em Porto Alegre/RS. As finalidades do grupo são: a) prezar pelo desenvolvimento econômico e social do bairro Restinga; b) estimular o empreendedorismo e investimento locais; c) auxiliar no desenvolvimento positivo da imagem do bairro (EMPREENDEADORAS DA RESTINGA, 2019). O grupo já chegou a contar com mais de 250 mulheres, porém em 2020 passou por uma reformulação e virou uma associação e não apenas um

---

<sup>3</sup> GEM. Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2017. Disponível em: <<https://ibgp.org.br/PDF%20GEM/Empreendedorismo%20no%20BRASIL%202017.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2022.

grupo de mulheres empreendedoras se tornando uma associação organizada, institucionalizada com CNPJ.

Assim, a pesquisa busca compreender qual é o sentido mobilizante do empreendedorismo para as integrantes da Associação de Mulheres Empreendedoras do bairro Restinga da cidade de Porto Alegre/RS<sup>4</sup>. A associação começou com o intuito de desestigmatizar a imagem que o bairro Restinga em Porto Alegre tinha perante moradores de outros bairros, bem como fortalecer o empreendedorismo feminino na região.

A Restinga é um bairro da zona sul da cidade de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul. Foi criado pela lei 6571 de 8 de janeiro de 1990. É hoje um dos maiores bairros da capital e, segundo o site da Prefeitura de Porto Alegre existem cerca de 60 mil habitantes no distrito (PREFEITURA POA, 2022). Apesar de todos os problemas estruturais que dificultaram a vida de seus primeiros moradores, foi através de um empenho de sua comunidade que o bairro tornou-se oficial, via lei, em 1990. A proposta de pesquisa visa apresentar o trabalho realizado pela associação de empreendedoras e a importância que a associação tem na vida dessas mulheres, das suas famílias e da comunidade.

A criadora do grupo e hoje presidente Roberta, é uma moradora do bairro e proprietária de duas clínicas odontológicas, uma na Restinga e outra em outro bairro próximo, e, observou que a clínica da Restinga não atraía tantos clientes quanto a outra, fato que ela relacionou com a “fama” do bairro em ser violento. Esta “fama” está relacionada, pelas constantes notícias de violência e tráfico de drogas dentro do bairro. E para tentar mudar essa visão, Roberta em parceria com outras mulheres donas de negócios na localidade, decidiram realizar um encontro entre empreendedoras do bairro. E foi a partir desse encontro, e após perceberem que as suas dores eram as mesmas que as das outras mulheres, criaram o grupo ER (Empreendedoras Restinga), com o intuito principal de “valorizar a mulher empreendedora e proporcionar conhecimento técnico para melhorar a administração dos negócios, incentivar a troca de conhecimento e valorização da Restinga” etc (DAMION, 2021; EMPREENDEDORAS RESTINGA, 2022).

---

<sup>4</sup> A associação ER foi a única mencionada pelas entrevistadas – uma das perguntas do questionário era se elas faziam parte de outras associações – em razão disso não foi trazido outras associações do bairro neste trabalho.

Em 2020, como já mencionado, o grupo passou por uma mudança e se transformou em associação, pois observou a necessidade de se regularizar como organização. O grupo alterou seu regulamento, transformou a liderança do coletivo em diretoria e passou a ser cobrado uma mensalidade para as empreendedoras tornarem-se associadas (YOUTUBE, 2022). Porém com essa institucionalização, a associação perdeu mais da metade de suas integrantes (DAMION, 2021). Apesar da queda no número de membros, quando o coletivo se institucionalizou, ele se manteve forte e cresceu, assim, no ano de 2023, o grupo completa quatro anos de história e atualmente conta com cerca de 80 associadas, que recebem suporte para começar ou melhorar seus negócios, conforme: regularização dos empreendimentos e serviços; ajuda para criar canais de venda; divulgação (ampliação da visibilidade) dos seus negócios pela associação; oferta de cursos, capacitações, palestras e participação em eventos da associação (YOUTUBE, 2022).

A Associação de Empreendedoras da Restinga é como um selo de qualidade para essas empreendedoras, conferindo um valor simbólico aos seus negócios e dando um sentido de pertencimento às associadas. O valor simbólico, neste sentido, segundo Boltanski e Chiapello (2009) refere-se à importância atribuída aos significados e relações que acompanham as atividades econômicas e sociais, que diferem daqueles associados à lógica capitalista tradicional.

O grupo, agora, também conta com uma sede própria, bem como já realizou multifeiras com barracas próprias, dentro da Restinga, entre outros eventos. Também tem presença constante e notável nas mídias sociais, tendo mais de seis mil e 500 seguidores no Instagram<sup>5</sup>, com cerca de duas mil publicações e mais de cinco mil seguidores no Facebook<sup>6</sup>. Assim como recebeu grande visibilidade na imprensa, sendo capa de jornais e tema de diversas entrevistas em emissoras de televisão do estado.

---

<sup>5</sup> Perfil Instagram Empreendedoras Restinga. Disponível em: <[https://www.instagram.com/empreendedoras\\_restinga/](https://www.instagram.com/empreendedoras_restinga/)>. Acesso em: 26 de set. 2020.

<sup>6</sup> Perfil Facebook Empreendedoras Restinga. Disponível em: Acesso em: 26 de set. 2020. <<https://www.facebook.com/empreendedorasrestinga>>.

Em uma entrevista para o PodCast Barcca<sup>7</sup> - uma rede de comunicação para empreendedoras, criada pela apresentadora Cris Silva (RBS/TV), a plataforma tem o intuito de gerar conexão, visibilidade e trocas entre empreendedoras, e assim visa fomentar o empreendedorismo feminino, além da plataforma também conta com um Podcast dentro do Youtube e perfil no Instagram. Nesta entrevista, Roberta comenta sobre o intuito do grupo em ensinar essas mulheres a ganhar o seu dinheiro e a se sustentarem, ao invés de prestar um assistencialismo que, segundo ela, é uma tradição que ocorre no bairro, buscando mudar a perspectiva e consciência dessas mulheres (Empreendedorismo na periferia é possível, YOUTUBE, 2022).

Luc Boltanski e Ève Chiapello em sua obra *O Novo Espírito do Capitalismo* (1999), discutem o surgimento de uma nova forma de capitalismo e abordam o conceito de "moral mobilizadora" como parte desse fenômeno. Assim a "moral mobilizadora" é uma forma de moralidade que se desenvolveu no contexto das transformações econômicas e sociais da sociedade contemporânea. Segundo os autores, durante o período industrial, existia uma "moralidade repressiva" que moldava as relações de trabalho, essa moralidade destacava a disciplina e a hierarquia. Porém, com o surgimento de uma economia mais flexível e baseada no conhecimento, surgiu uma nova "moralidade mobilizadora", caracterizada por enfatizar a autonomia, a criatividade, incentivando os indivíduos a empreender e se autorrealizar através do trabalho (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009).

Essa mudança na moralidade do trabalho está relacionada ao surgimento da cultura empresarial que promove valores como a flexibilidade, a inovação e o espírito empreendedor, onde os indivíduos cada vez mais se veem submetidos a se adaptarem às constantes mudanças do mercado de trabalho. O empreendedorismo, portanto, tem significados distintos para cada empreendedor, para cada sujeito, a ação do indivíduo, o autor Aloizio Barbosa adverte: "empreendedorismo como elemento que carrega sentidos e valores nos quais as pessoas justificam suas ações" (BARBOSA, 2016, p. 16).

---

<sup>7</sup> Canal Barcca. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Lm7xW6jTrKQ>>. Acesso em: 26 de set. 2022.

Segundo Richard Swedberg (2004) há uma carência de trabalhos relacionados a gênero dentro da sociologia econômica. Consequentemente os temas estão mais voltados para temáticas mais tradicionais, como os temas institucionais, resultando num desinteresse pelo fator gênero (JARDIM; VASQUES, 2019). Neste sentido, a principal referência é a autora Viviana Zelizer que produziu diversas pesquisas dentro da sociologia econômica tendo a temática de gênero como central em seus estudos.

Viviana Zelizer (2003), realizou uma pesquisa sobre o significado e utilização do dinheiro doméstico, por mulheres casadas entre 1870 e 1930, em sua obra “*O Significado Social do Dinheiro*”. A autora explora como diferentes sociedades e grupos sociais atribuem significados diferentes ao dinheiro. Ela analisa como as pessoas usam o dinheiro para expressar relações sociais, construir identidades e estabelecer valores morais. O dinheiro é diferenciado não apenas pela variação em quantidade, mas também pelas qualidades que o dinheiro recebe, segundo ela “conferimos diferentes significados e emprestamos usos distintos a tipos específicos de dinheiro” (ZELIZER, 2003, p. 125). Zelizer argumenta que o dinheiro não é apenas uma medida econômica, mas também desempenha um papel fundamental na construção das relações sociais e das normas culturais. Observando, de certa forma, o trabalho relacional empregado por mulheres para garantir a sobrevivência dos membros da família.

Sendo assim, existem vários tipos de dinheiros e vários significados empregados, significados especiais, como ela nomeia. A autora observa que dentro de uma família, o dinheiro se divide “dinheiro do marido, dinheiro da mulher e dinheiro dos filhos” (ZELIZER, 2003, p. 125), e que cada um desses dinheiros tem um significado e aplicação diferentes. Zelizer também examina como as práticas de uso do dinheiro variam entre diferentes esferas da vida, como família, mercado de trabalho, caridade e relações pessoais. Ela destaca que o dinheiro pode ser usado de maneiras diferentes para diferentes fins, dependendo do contexto social e cultural.

Segundo sua pesquisa, as mulheres seriam as gestoras do lar, elas quem detinham a responsabilidade pelas finanças de suas casas, porém com a supervisão dos seus maridos, no passado, que eram quem controlava o dinheiro, pois era deles

que vinham os salários. Zelizer (2003) aponta, que algumas mulheres, de classes mais altas, recebiam um tipo de mesada - que a autora chama de um tipo de dinheiro especial - eram os maridos que determinavam o valor, era uma forma de submissão financeira e não apenas um controle doméstico. Mesmo quando a mulher trabalhava, seu salário era tratado de forma diferente, não tinha o mesmo significado do dinheiro do marido, de prover a casa, por exemplo, o dinheiro da mulher era associado a futilidades e/ou coisas pequenas (ZELIZER, 2003). Posto isso, a autora traz uma reflexão sobre o dinheiro doméstico, na qual existe uma marcação do uso do dinheiro em relação ao gênero:

[...] o dinheiro doméstico constitui um dinheiro especial, não apenas um meio de transação econômica, mas uma moeda socialmente construída, com um significado específico, moldada pela esfera doméstica onde circula e pelo gênero e classe social dos agentes domésticos (ZELIZER, 2003, p. 156).

Portanto, Zelizer se torna necessária para a pesquisa, pois a autora é uma das referências e precursora na sociologia econômica em pesquisas relacionadas a trabalho, gênero e poder (JARDIM; VASQUES, 2019). Deste modo, buscaremos compreender o significado do empreendedorismo, bem como a perspectiva de Zelizer (2003), pois como veremos ao longo do trabalho o dinheiro possui significados distintos dentro da esfera familiar das mulheres pesquisadas. As mulheres da ER, mesmo trabalhando e tendo seus próprios negócios, não são as provedoras de seus lares, em sua maioria, o uso do seu dinheiro é para suas necessidades e de seus empreendimentos.

O dinheiro para muitas é uma fonte de renda, para outras a realização de um sonho, para uma autonomia, para outra uma renda extra, e é este o intuito da pesquisa, responder a pergunta, qual o sentido de empreender para mulheres da associação Empreendedoras Restinga em Porto Alegre/RS? Assim, a hipótese que orienta este estudo é a de que a “moral mobilizadora” para empreender das mulheres da associação encontra-se nas categorias elaboradas durante a presente pesquisa: ligação família, ligação ER trabalho/renda, ligação gênero e ligação de localidade. Que revela a necessidade dessas mulheres buscarem oportunidades de trabalho e renda para mudar tanto sua realidade econômica quanto suas relações familiares e sociais.

A escolha da pesquisa inicialmente foi motivada pela busca de um objeto dentro da sociologia econômica e de uma localidade periférica e a ideia de estudar a Associação Empreendedoras da Restinga veio de minha proximidade geográfica com o grupo, pois morei em torno de 14 anos no bairro. Foi uma escolha pessoal pesquisar algo que tivesse mais familiaridade e ter a oportunidade de realizar um estudo com mulheres do mesmo bairro. Outro motivo pela escolha da pesquisa é explorar recentes transformações no mercado de trabalho brasileiro e a dimensão de gênero, principalmente no que se refere ao empreendedorismo.

A presente pesquisa possui relevância tanto no âmbito local quanto no contexto mais amplo do empreendedorismo feminino. Ao destacar as experiências e perspectivas das mulheres empreendedoras da Restinga, o trabalho contribui para dar voz e visibilidade a um grupo muitas vezes marginalizado ou negligenciado nos estudos sobre empreendedorismo. Ao investigar a associação de mulheres empreendedoras e suas atividades no bairro Restinga, o trabalho pode fornecer novos olhares sobre como o perfil do empreendedorismo por necessidade feminino, também pode contribuir para o empoderamento econômico e social das mulheres, bem como para o desenvolvimento econômico local. Isso pode ter implicações importantes para políticas públicas, programas de apoio e estratégias de desenvolvimento comunitário.

O trabalho também pode enriquecer o campo acadêmico ao trazer novas perspectivas e conhecimentos sobre o empreendedorismo feminino, a partir de um estudo de caso específico. Além disso, a referência a autores como Bolstanski e Chiapello, Veronica Gago, Viviana Zelizer e outros contribui para embasar teoricamente o trabalho e promover a conexão com debates atuais sobre empreendedorismo, gênero e sociedade.

A pesquisa tem como objetivo geral compreender o sentido mobilizante do empreendedorismo para as mulheres da Associação Restinga. E para se chegar a tal objetivo, os objetivos específicos são:

a) Investigar a história da Associação Mulheres Empreendedoras da Restinga a fim de conhecer o projeto;

b) Identificar as trajetórias sociais das mulheres pertencentes a associação e os tipos de negócios que elas gerenciam; para buscar entender o significado do empreendedorismo na vida delas;

c) Identificar a “moral mobilizadora” dessas mulheres para integrar a associação;

E para alcançar tais objetivos a pesquisa baseia-se em abordagem qualitativa, que visou estudar a ação empreendedora e o significado social do empreendedorismo para as empreendedoras da Associação de Mulheres Empreendedoras no bairro Restinga, na cidade de Porto Alegre/RS. Para tais fins foi realizada uma análise documental sobre a história da Associação, também foram feitas entrevistas semiestruturadas, com as empreendedoras pertencentes a associação, a partir de contatos realizados pela pesquisadora via redes sociais e indicações. Além disso, foi realizado um trabalho de observação, em algumas atividades realizadas pela associação e nas suas redes sociais nos anos de 2021, 2022 e 2023.

Para a realização das entrevistas foi elaborado um roteiro, no qual as principais questões a serem feitas às mulheres são sobre a trajetória de vida e profissional, por que abriram seus negócios, quando abriram, como é empreender sendo mulher, relação família e negócio, a relação com a associação. Foi criado dois roteiros diferentes, um para as associadas e o outro direcionado às mulheres que também fazem parte da diretoria da associação, para dispormos de mais informações sobre a trajetória do grupo.

As entrevistas foram realizadas em sua maioria de forma presencial, pela autora no próprio empreendimento das mulheres, aquelas que não tinham local físico foram realizadas entrevistas via chamada de vídeo online. Ao todo foram realizadas oito entrevistas e com o intuito de preservar o anonimato das participantes ao longo do trabalho, elas foram identificadas com nomes fictícios (Ana, Bia, Carol, Dani, Érica, Flávia, Gabi e Helo), em ordem sequencial das entrevistas realizadas, apenas Roberta a diretora do grupo tem seu nome revelado, pois ela é uma pessoa pública.



Após a realização das entrevistas, elas foram transcritas, dentro do Software ATLAS.ti<sup>8</sup>. Em termos analíticos, elaboramos quatro categorias para análise: ligações familiares; ligação ER; ligação mulher empreendedora; ligação localidade. Segundo Bardin (1977) “Classificar elementos em categorias, impõe a investigação do que cada um deles tem em comum com o outro”.

Estas categorias foram observadas, a partir das entrevistas, apoiada na lógica de Weber (1999; 2001), essas categorias refletem tipos ideais, resumindo os sentidos, percepções e ações das mulheres analisadas. Segundo Lallement (2008) “Para analisar as ações sociais o sociólogo pode criar categorias, que não são representações exatas do mundo, mas que, para as necessidades da pesquisa, acentuam deliberadamente certos traços” (LALLEMENT, 2008, p. 270). Sendo assim, o tipo ideal não reflete o real, mas facilita a análise dos seus elementos, para Weber os tipos ideais são uma ferramenta analítica para compreender a realidade social (1999). É a partir desta ferramenta analítica que realizaremos nossa análise dos dados coletados.

Isto posto, a dissertação será dividida em quatro capítulos: capítulo um, sendo a introdução até aqui desenvolvida, trazendo uma apresentação dos elementos contidos no decorrer deste trabalho e o porquê deles se fazerem presentes.

O segundo capítulo, sobre empreendedorismo, dividido em quatro subcapítulos, o primeiro com um breve diálogo entre os autores mais clássicos que abordam sobre a temática empreendedorismo. No segundo subcapítulo traz autores no contexto latino americano para o diálogo até chegar no Brasil, apresentando elementos importantes na construção do empreendedor brasileiro hoje, o SEBRAE e o MEI. E por fim, um subcapítulo dedicado ao empreendedorismo feminino.

No terceiro capítulo, falaremos sobre a trajetória da Associação Empreendedoras Restinga. Este capítulo é dividido em três subcapítulos, cada qual apresentando e analisando cada fase da associação: o primeiro com o início do grupo; segundo com a transformação do grupo em associação; e por fim trazendo os projetos futuros da associação.

---

<sup>8</sup>ATLAS.ti Software de análise de dados qualitativo. Disponível em: <<https://atlasti.com/>>.

O capítulo quarto, é dedicado à análise dos dados obtidos através das entrevistas e conteúdos digitais das redes sociais da associação. Esse capítulo é dividido em quatro subcapítulos, e cada um equivale a uma categoria elaborada a partir dos dados.

E, por fim, concluindo nossa análise, apresentamos as considerações finais, nas quais avaliamos de forma criteriosa os principais pontos abordados ao longo desta pesquisa, bem como determinamos se foi alcançada a resposta aos objetivos propostos por este estudo.

## 2. EMPREENDEDOR DE SI

Para darmos início ao nosso arcabouço teórico referente a presente pesquisa, considero importante dividirmos esta parte do trabalho. No primeiro momento será apresentado os autores mais clássicos que tratam sobre a temática da pesquisa, feito essa apresentação sucinta teremos o segundo subcapítulo, no qual será realizado uma discussão teórica com autores mais atuais e em um contexto mais próximo (América Latina e Brasil). No terceiro subcapítulo, trataremos sobre alguns marcos institucionais importantes, como a criação do SEBRAE e do MEI. E por fim, no último subcapítulo abordaremos rapidamente sobre o empreendedorismo feminino.

### 2.1 - CONTEXTO CLÁSSICO

No livro *Teoria do Desenvolvimento Econômico* (1911), Schumpeter utiliza-se da categoria empreendedor, para falar dos limites da teoria econômica neoclássica, especialmente sua incapacidade de incorporar e analisar o fenômeno do desenvolvimento. Schumpeter compartilha semelhanças com Max Weber em relação à racionalização que ele atribui à figura do empreendedor e à sua ação social. Para Schumpeter, o empreendedor é orientado por um tipo específico de ação: o interesse. Nesse sentido, o autor retrata o empresário como um tipo ideal, caracterizado por interesses, desejos e intenções "racionais". Neste sentido, assim como Weber e Schumpeter, buscaremos compreender os sentidos do empreender para mulheres pertencentes a associação ER, para isso, as categorias que sintetizam tais sentidos são analisadas como tipos ideais, isto é uma construção teórica que representa uma forma simplificada dos sentidos, aqui referentes ao empreendedorismo.

Antes de mais nada, embora Weber não tenha abordado diretamente a questão do empreendedorismo, cabe destacar que na obra "A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo", foi analisada a relação entre a ética protestante e o

surgimento do capitalismo moderno. Weber destacou o papel dos valores e das crenças religiosas na formação do comportamento econômico, isto é, evidenciou que certos valores religiosos, como os encontrados no protestantismo, influenciaram o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora.

Para Schumpeter, 'empreendimento' é a realização de combinações novas - iniciações; chamamos 'empresários' aos indivíduos cuja função é realizá-las e pode ser descrito como o fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico" (SCHUMPETER, 1982, p. 83). Para Schumpeter, o termo empreendedor está ligado à inovação, para o autor empreender significa inovar, criar ou introduzir novos produtos e serviços no mercado. Joseph Schumpeter serve como ponto de partida para estudos relacionados à sociologia econômica do empreendedorismo, sendo assim o autor torna-se indispensável para a construção de uma pesquisa relacionada à sociologia econômica e a temática do empreendedorismo.

Outros autores importantes a serem citados neste trabalho, são Luc Boltanski e Ève Chiapello, em *O novo espírito do capitalismo* (2009), abordando as mudanças ideológicas que acompanharam as "recentes" transformações do capitalismo. Boltanski e Chiapello definem, o espírito do capitalismo como "a ideologia que justifica o engajamento no capitalismo" (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 39), neste sentido, os autores propuseram a noção de "espírito do capitalismo", pois esta noção permite articular dois conceitos centrais de suas análises, o de capitalismo e o de crítica, numa relação dinâmica (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009).

Por conseguinte, a história do capitalismo possui "espíritos" no plural segundo os autores, indo em discordância ao pensamento de Max Weber que afirmou ter um "espírito" do capitalismo, em *A Ética Protestante e o Espírito do capitalismo* (1905). Segundo Boltanski e Chiapello (2009), o primeiro deles, concentra-se na figura do burguês empreendedor do século XIX e nos elementos heroicos, este espírito estava combinado com os moldes do capitalismo essencialmente familiar (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). As relações entre patrão e empregado são tidas como familiares, pois ambos se conhecem, os negócios são de família.

O segundo "espírito" se desenvolveu entre os anos 30 e 60, e o foco agora recai mais sobre a organização centrada no desenvolvimento da grande empresa industrial e burocratizada e menos no empresário individual. A figura heroica aqui fica a cargo do diretor, que anseia pelo crescimento e enriquecimento da empresa como um todo e não somente o seu. O quadro de acionista se torna cada vez mais anônimo, desvinculando as empresas das famílias, a burocratização se torna elemento central nessa organização, onde os papéis e cargos são bem delimitados e para ocupá-los é preciso estar muito bem qualificado, o "gigantismo das organizações constituem ambientes protetores capazes de oferecer não só perspectivas de carreira, mas também infraestrutura para a vida cotidiana" (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 50).

A empresa capitalista necessita do êxito da adesão e capacidade do espírito do capitalismo de criar uma ligação subjetiva e motivacional entre os atores e o processo de acumulação, baseado em "razões para participar do processo de acumulação ancoradas na realidade cotidiana e diretamente relacionadas com os valores e as preocupações daqueles que convém engajar" (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 54). A vida cotidiana dos indivíduos com a empresa no centro, vinculada sempre a vida dessas pessoas, as relações sociais e familiares, esta lógica passa de pai para filho.

O terceiro espírito, segundo os autores ainda está em formação, por conta das crises no primeiro e segundo espíritos, as garantias e direitos oferecidos à população no segundo período diminuíram, as mobilizações cessaram, assim o terceiro período será semelhante a um capitalismo globalizado, com utilização de novas tecnologias, definido pelo discurso empresarial das redes e são as multinacionais o modelo de organização (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009).

Boltanski e Chiapello propõem, uma interpretação das modificações da organização das formas de acumulação e do trabalho capitalista entre 1968 até metade dos anos 90, relacionando-as com os movimentos de oscilação da crítica anticapitalista e suas reivindicações no mesmo período (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). Para os autores, a crítica anticapitalista é uma das razões mais fortes do desenvolvimento histórico do capitalismo, segundo eles essa crítica leva o capitalismo a se justificar. No que se refere a crítica anticapitalista, Boltanski e

Chiapello identificam tipos de críticas, em que o capitalismo historicamente foi confrontado, a “crítica estética”, que refere-se ao caráter ilegítimo e opressor da autonomia e da criatividade do capitalismo. E a “crítica social”, em que se critica as consequências como a miséria, as desigualdades, oportunismo e egoísmo produzidas pelo sistema capitalista (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), (FREIRE, 2017).

Em suma, os referidos autores argumentam que o capitalismo contemporâneo é caracterizado por um “espírito empreendedor” que difere do espírito capitalista anteriormente descrito por autores, como Max Weber. Isto posto, enquanto o capitalismo do século XX estava fundamentado em uma ética do trabalho e uma busca por segurança e estabilidade, o novo espírito do capitalismo enfatiza a flexibilidade, a inovação e a busca constante por oportunidades. Os autores identificam, portanto, a emergência de um ethos empreendedor que passa a moldar as esferas da vida social, o qual é considerado uma mentalidade (ethos) que valoriza o sentido de realização pessoal e autorrealização, o sentido de liberdade e autonomia e o sentido de responsabilidade e controle sobre o próprio destino. Deste modo, buscaremos compreender os sentidos do empreendedorismo associado à questão de gênero.

Outros dois autores que também se tornam importantes para a pesquisa, são Pierre Dardot e Christian Laval, em seu livro *A nova razão do mundo* (2013), na qual a problemática central da obra é como a racionalidade neoliberal, baseada na concorrência integral em todas as áreas, adquire uma dimensão totalizadora, onde nada escapa, abrangendo desde o Estado até todos os campos da vida humana. A construção dessa nova racionalidade, “razão mundo” como os autores chamam, segue estes passos:

Da construção do mercado à concorrência como norma dessa construção, da concorrência como norma da atividade dos agentes econômicos à concorrência como norma da construção do Estado e de sua ação e, por fim, da concorrência como norma do Estado-empresa à concorrência como norma da conduta do sujeito-empresa (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 379).

Na fase do capitalismo neoliberal, os Estados passam a ser guiados pela lógica empresarial da concorrência, assim como o resto da sociedade, tudo passa a

ser como um “mercado”, onde cada indivíduo se torna uma empresa, que está sempre em concorrência, “o homem neoliberal é o homem competitivo, inteiramente imerso na competição mundial” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 322). Nesta obra de Dardot e Laval (2016), há um capítulo intitulado o “homem empresarial”, para os autores, o neoliberalismo surge como uma racionalidade, que “tende a estruturar e organizar não apenas a ação dos governantes, mas até a própria conduta dos governados” (DARDOT e LAVAL, 2016, p.17). Por consequência, o indivíduo absorve esta nova racionalidade subjetivamente, sua vida é como uma empresa, e este passa a geri-la como tal, transformando-se no empreendedor de si mesmo, empreendedor da sua vida(empresa).

Se existe um novo sujeito, ele deve ser distinguido nas práticas discursivas e institucionais que, no fim do século XX, engendraram a figura do homem-empresa ou do “sujeito empresarial”, favorecendo a instauração de uma rede de sanções, estímulos e comprometimentos que tem o efeito de produzir funcionamentos psíquicos de um novo tipo (DARTOT e LAVAL, 2016, p. 322).

Um legado muito interessante deste livro é que esta nova razão neoliberal não se restringe apenas a economia, mas também envolve vários aspectos da vida. O homem empresarial é o maior exemplo disto, a responsabilização individual pelas consequências de suas escolhas, a naturalização da tomada de risco individual, a transformação dos indivíduos em sujeitos empreendedores de si, que estão sempre em competição uns com os outros, são características dessa nova razão-mundo (DARDOT; LAVAL, 2016).

Nesse sentido, os autores Dardot e Laval se destacam como referências teóricas para embasar esta parte do trabalho, especialmente ao abordar o contexto das empreendedoras inseridas na lógica neoliberal, que fomenta a figura do “empreendedor de si mesmo”. A emergência dessa prática discursiva ocorre em um cenário político, social e econômico moldado pelos princípios neoliberais, com o objetivo de transferir responsabilidades que antes eram atribuídas ao Estado para os indivíduos (TAVARES, 2014).

Mas é importante salientar que ao estudar o grupo observamos o oposto dessa lógica apontada pelos autores trazidos neste subcapítulo. Ao estudar o ER e

as mulheres que o compõem é possível constatar que existe um comportamento solidário e nem um pouco competitivo entre elas, há também uma ênfase no papel da família na vida delas e nas tomadas de decisões referente a suas ocupações. Seus negócios não são prioridades e sim um meio para se adequar a realidade e as necessidades pessoais delas.

## 2.2 - CONTEXTO LATINO AMERICANO

Feito a apresentação dos autores mais clássicos, neste subcapítulo, realizaremos uma discussão teórica a partir de autores latino-americanos, começando com uma perspectiva sobre economias populares e empreendedorismo periférico. Isto feito, partiremos para uma discussão teórica sobre ação do indivíduo e “moral mobilizadora”. E por último, discutiremos brevemente sobre empreendedorismo feminino.

A autora argentina Veronica Gago, oferece uma visão sobre como o neoliberalismo molda as práticas e as formas de trabalho nos contextos mais amplos da economia e da sociedade na América Latina. Em sua obra *A razão neoliberal: economias barrocas e pragmática popular* (2018), realiza uma pesquisa que compara a economia informal de três locais, a feira La Salada localizada em Buenos Aires, uma oficina têxtil clandestina de bolivianos e a villa (que trazendo ao nosso contexto seria um bairro periférico/favela).

La Salada é uma mega feira fundada no início dos anos noventa, considerada a maior feira da América Latina, em que é possível encontrar a comercialização dos mais diversos produtos e serviços, além da presença de feirantes de várias nacionalidades: bolivianos, uruguaios, chilenos, senegaleses, entre outros. La Salada é uma “feira migrante” como a autora denomina, pois, as mercadorias comercializadas na feira vêm da própria Argentina, de países vizinhos e de outros lugares do mundo, mas, ao mesmo tempo, as mercadorias cruzam as fronteiras externas, se expande para outros países levando a uma exportação de mercadorias também (GAGO, 2011; 2019):



La Salada, em seu caráter aparentemente marginal, é um ponto de uma rede transnacional em expansão, e um lugar privilegiado para se mostrar a multiplicidade de economias e processos de trabalho heterogêneos, materializados no sistema econômico global (GAGO, 2019, p. 32).

Diante disso, Gago (2011) observa nesta megafeira a presença do que ela chama de um neoliberalismo de baixo para cima, para a autora as “economias populares confrontam as formas de exclusão de meios e recursos para que uma grande parte da população possa assegurar sua reprodução” (GAGO, 2021, p. 961, tradução minha). E essas economias aparecem em momentos de crises em que se aumenta o empobrecimento, no caso de La Salada, a feira ganhou força na crise de 2001, e proporcionou um consumo popular, a partir de produtos e serviços mais baratos. E é durante as crises que Gago enfatiza ser o melhor momento para observar novas instituições econômicas, onde combina iniciativa empresarial, informalidade e ilegalidade (GAGO, 2011; 2019). Esta lógica se assemelha, como veremos nas categorias, ligação entre ER e ligação por localidade, observadas na Associação Empreendedoras Restinga. A associação se reinventou durante a pandemia, durante essa crise mundial, pois segundo Machado (2002) um dos motivos que levam alguém a iniciar um negócio seria por conta de alguma circunstância ou necessidade seja temporária ou permanente a depender do contexto.

Na Feira de La Salada é possível verificar a combinação de uma microeconomia proletária e ao mesmo tempo uma rede transnacional de produção e comércio, que a autora chama de economias informais (GAGO, 2011; 2019). Próximo a feira existem diversas oficinas têxteis, que operam a partir do trabalho dos migrantes bolivianos, de forma informal e muitas vezes ilegal e que durante e após a crise na Argentina expuseram esse novo modelo de força de trabalho. Também vale ressaltar aqui o caráter comunitário da feira e principalmente das oficinas têxteis, particularmente em relação aos bolivianos e que pode ser relacionado com a associação e a rede de apoio que ela gera para as mulheres empreendedoras, assim como a conexão com outros grupos de empreendedoras.

No caso dos bolivianos, nas oficinas existem formas de organização social, a partir de um caráter comunitário, que funciona como forma de autogestão,

mobilização, insubordinação e também de exploração, servidão e sujeição (GAGO, 2011). Sendo assim, os indivíduos já estavam acostumados com a não presença do Estado, precisando buscar por si mesmos acesso a produtos e serviços:

[...] as economias populares buscam misturar uma série de saberes e formas de fazer que permitem a reprodução social em territórios fortemente marcados pelo despojo neoliberal uma vez que se reinventam e conectam novas formas de entusiasmo que mobiliza para ganhar a vida (GAGO, 2021, p. 962).

Para Gago, a lógica neoliberal se aproveita dessas situações, porém o neoliberalismo age de formas diferentes dependendo de sua localidade; deste modo, existe um neoliberalismo de baixo para cima em países como a Argentina, pois não dependem e nunca dependeram diretamente do Estado. Ao longo da obra, Gago tenta demonstrar como a subjetividade neoliberal, enquadra as políticas sociais como assistencialismo, num ambiente em que o bem-estar social nunca foi alcançado de forma totalizada (GAGO, 2018).

Gago, de modo geral, busca destacar como o empreendedorismo é influenciado pela lógica neoliberal, apresentando-o como: a) uma resposta à precariedade, contribuindo para a precarização do trabalho e a desregulação do mercado, assim, empreendedorismo é tido como uma alternativa para os indivíduos se adaptarem às condições econômicas adversas; b) uma lógica de autoexploração, a qual exige dos indivíduos a internalização de uma mentalidade de “empreendedores de si”, responsáveis por gerir sua própria empregabilidade; c) uma estratégia de sobrevivência, para os setores populares resta o engajamento em atividades informais ou autônomas para gerar renda e garantir sua subsistência.

Em alguns casos no presente estudo algumas mulheres escolheram deixar a CLT (mercado de trabalho formal) para empreender. No entanto, como veremos ao longo do trabalho, o empreendedorismo feminino possui motivações diferentes quanto ao intuito que leva uma mulher a querer empreender.

Por fim, o autor Aloízio Barbosa disserta sobre os sentidos dados ao empreendedorismo, em sua pesquisa denominada *A concórdia do sucesso, o sentido da ação para pessoas do meio empreendedor* (2016). Barbosa entende o

empreendedorismo como elemento que carrega sentidos e valores nos quais as pessoas justificam suas ações, o que o autor chama de “moral mobilizadora”, que significa as ações dos indivíduos. Neste sentido Barbosa (2016) se conecta à ideia de López-Ruiz (2007) de que cada indivíduo é responsável por si e suas ações para chegar a um fim, é preciso um esforço individual:

De uma forma geral, com o foco nos argumentos que justificam as maneiras como as pessoas narram as suas ações, a dimensão moral aparece nesse momento, no modo como, ao dar sentido a determinada ação, as pessoas exprimem determinados valores e os colocam no plano da fala. A fonte moral, como argumentação e como justificativa, faz parte do modo como cada valor é entendido dentro de um quadro amplo de representações sobre a vida e sobre sua posição nela... Assim, o sentido da ação é, ou pode ser, a própria forma como ela é moralmente justificada (BARBOSA, 2016 p. 26).

Barbosa (2016), assim como Boltanski e Chiapello (2009), lida com a noção de espírito do capitalismo, porém o primeiro investiga a partir de uma possibilidade de um espírito empreendedor no Brasil dentro da formação do capitalismo no país. O espírito indica que, pensando em aspectos morais, processos gerais podem dar sentido às ações das pessoas, o que quer dizer que o sentido para os autores pode ser entendido pela formação subjetiva em um certo período (BARBOSA, 2016).

O autor López-Ruiz, realiza uma pesquisa com executivos de transnacionais, para tentar identificar o seus ethos, e aponta que o investimento para estes sujeitos, vai além do setor econômico “tudo ou quase tudo se torna objeto de investimento, algo no que se pode ou, muitas vezes, se deve investir [...] cada profissional é responsável por seu próprio êxito” (LÓPEZ-RUIZ, 2007, p. 219).

Feita a apresentação das principais referências do presente trabalho, no próximo item, apresentaremos alguns marcos institucionais importantes no Brasil referentes ao empreendedorismo. Como a criação do Sebrae, do MEI, e por fim, as Empreendedoras Restinga.

## 2.3 SEBRAE E MEI

Em 1972, por iniciativa do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) e do Ministério do Planejamento, foi criado o Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa, o CEBRAE. A medida atendia a disposição do governo federal de fortalecer o poder de competição da indústria nacional, pois era de reconhecimento de que os problemas econômicos e financeiros das empresas eram tidos a partir de problemas gerenciais. O Estatuto do CEBRAE estabeleceu como objetivos do órgão:

[...] a assistência às pequenas e médias empresas, em aspectos tecnológicos, econômicos, financeiros e administrativos, em treinamento de dirigentes e pessoal técnico-administrativo e na realização de pesquisas, bem como a implantação de um sistema brasileiro de assistência à pequena e média empresa (SEBRAE, 2013. p. 2).

O CEBRAE passou por uma fase de consolidação até 1974, dois anos após sua criação. E até 1977, foi o período de criação dos programas específicos para as pequenas e médias empresas. Foi neste período que foram introduzidos programas de tecnologia para gerenciamento de micro, pequenas e médias empresas, além da inserção do debate voltado ao setor no campo acadêmico. Entre 1980 a 1982 ocorreu a fase de institucionalização e divulgação do sistema CEBRAE (SEBRAE, 2013).

As reformas profundas na organização do setor público, ocorridas a partir de 1984/1985, período conhecido como a Nova República, que se seguiu ao fim da ditadura militar, repercutiram sobre o CEBRAE, que passou a se vincular ao Ministério de Indústria e Comércio e a abarcar expressamente em seu âmbito de atuação, a microempresa. Nessa época, o Conselho Deliberativo da instituição foi ampliado, absorvendo vários órgãos e entidades governamentais, que passaram a ter predominância no colegiado. A “operação desmonte” efetuada no final da década de 80 e que visava fundações e autarquias mantidas pelo governo federal, ameaçou a existência do CEBRAE, que percebeu a inadequação de sua dependência à esfera governamental, incompatível com as estratégias requeridas para uma atuação efetiva a favor dos pequenos negócios. Com a mobilização do próprio órgão, juntamente ao Poder Legislativo Federal e Instituições Empresariais de apoio à micro e pequena empresa, a Lei nº 8.029 de 12/04/90, que determinou a extinção de várias entidades da administração federal, autorizou a desvinculação do CEBRAE do poder Público, transformando em serviço social autônomo (SEBRAE, 2013, p. 4).

Após a desvinculação do poder Público, o CEBRAE finalmente se transforma em SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e

também passa a fazer parte do Sistema S, juntamente com SENAI, SENAC, SESI e SESC. O objetivo do Sebrae é “trabalhar de forma estratégica, inovadora e pragmática, para que o universo das micro e pequenas empresas no Brasil, tenha as melhores condições possíveis para uma evolução sustentável, contribuindo para o desenvolvimento do país como um todo” (SEBRAE, 2013).

Ao longo dos anos, o SEBRAE foi capaz de reinventar-se continuamente, sempre com foco em se manter alinhado às suas obrigações constitucionais dos quais vem sua missão: de ajudar na criação de um ambiente favorável para o desenvolvimento dos pequenos negócios no país. No atual contexto nacional, o SEBRAE tem um triplo papel: o de prestador de serviços empresariais às micro e pequenas empresas, desenvolvendo o mercado de serviços para essa clientela; o de agência de desenvolvimento ou de articulação estratégica para a construção de ambientes favoráveis aos pequenos negócios; e o de gerador de conhecimento sobre segmento do setor empresarial (SEBRAE, 2013).

Outro ponto importante a ser mencionado aqui é o Microempreendedor Individual (MEI). O MEI foi criado em 2008, com a Lei nº 128, que entrou em vigor apenas em 2009, e tem o intuito de formalizar trabalhadores brasileiros que desempenham diversas atividades sem nenhum amparo legal ou segurança jurídica, com a criação do seu CNPJ (SEBRAE, 2021). Segundo dados do InfoMoney, 69% das empresas ativas no Brasil são MEIs, um total de mais de 13 milhões (INFOMONEY, 2022). A maior concentração de profissionais formalizados como MEI está na faixa dos 31 aos 40 anos, são mais de 2,5 milhões de pessoas registradas, 31% do total de cadastros. Os jovens também têm utilizado a modalidade para empreender, cerca de 22% dos registros são de pessoas de até 30 anos (SEBRAE, 2021).

Sendo assim, o MEI - microempreendedor Individual - é um empreendedor ou trabalhador autônomo que conduz sua empresa e/ou negócio sozinho. O estatuto da atividade determina que o profissional tenha um rendimento fixo máximo anual, que é de R\$ 81 mil reais, para se manter dentro da modalidade de microempreendedor (SEBRAE, 2021). Com a criação da modalidade, uma série de profissionais têm acesso a muitos benefícios, que antes não tinham, como aposentadoria, licença-maternidade, financiamentos etc. Segundo o Sebrae, a

modalidade tem crescido, principalmente, por causa do desemprego. A formalização, com o MEI, tem sido uma alternativa para quem vê no empreendedorismo de necessidade uma oportunidade para trabalhar (SEBRAE, 2021).

Além do MEI, há outras ações do Estado para amparar os empreendedores, como, por exemplo, a medida provisória 1107/22 cria o programa simplificação de microcrédito digital para empreendedores, o SIM Digital, que também estabelece medidas de incentivo à formalização de pequenos negócios, a medida ainda falta ser votada na Câmara dos Deputados (CÂMARA LEGISLATIVA, 2022). Há um interesse do Estado e do setor privado em transformar os trabalhadores em empreendedores.

Foi importante trazer uma delimitação mais detalhada destas iniciativas na pesquisa, principalmente o Sebrae, pois ele é mencionado muitas vezes pelas empreendedoras. O Sebrae é um parceiro da associação estudada, promove cursos dentro da associação, oferece descontos nos seus cursos próprios para as associadas, além de consultorias oferecidas às empreendedoras, para tirar dúvidas e ajudar a melhorar os seus negócios. Contudo, o momento em que a parceria entre a instituição e as ER começou não foi mencionado pelas entrevistadas.

Assim, o estado brasileiro passou a formalizar via o Sebrae e a criação da figura do MEI as relações de trabalho informais e autônomas, de certa forma, agindo de acordo com o proposto pela literatura até aqui. Segundo Dardot e Laval (2016), os Estados são hoje, guiados pela lógica empresarial da concorrência, tudo passa a ser como um “mercado”, no qual cada indivíduo se torna uma empresa (DARDOT; LAVAL, 2016). Para Boltanski e Chiapello (2009), o novo espírito do capitalismo enfatiza a flexibilidade, a inovação e a busca constante por oportunidades, constituindo um ethos empreendedor que passa a moldar as esferas da vida social. Essa mentalidade, ou ethos, atribui grande valor ao senso de realização pessoal e autorrealização, à busca pela liberdade e autonomia, e ao sentimento de responsabilidade e controle sobre o próprio destino.

Para Howard Aldrich, os empreendedores são pessoas que criam entidades sociais, que estão próximas do conceito do termo empreender, que é aquele que

assume o risco de fundar uma organização, independentemente do seu tamanho (ALDRICH, 2005). O sujeito empreendedor que vemos descritos nos livros acadêmicos e o que vemos ao analisar o contexto social brasileiro, a partir de leis, como a do MEI, é o empresário-de-si, é aquele sujeito responsável pelo seu sucesso e pelo seu fracasso, que está em frequente competição com outros iguais a si mesmo. Barbosa (2016) resume bem essa concepção:

Dentro da literatura sobre empreendedorismo, essa noção é a base para se pensar a atividade empreendedora. Basicamente, como definição operacional inicial, o empreendedorismo diz respeito ao ato de empreender, ao ato criativo de superar riscos e conduzir um projeto de forma versátil e com iniciativa. Tal qual defendida por Schumpeter, a ideia de 'creative destruction' pode ser considerada a primeira a relacionar as características de criatividade, condução, flexibilidade e eficiência (BARBOSA, 2016 p. 32).

Joseph Schumpeter (1982), definiu como empreendedor aquele que transforma ou inova algo, o que ele chamou, de destruição criativa. Muito já se estudou sobre o homem empreendedor, mas a mulher na atividade empreendedora só passou a ser alvo de pesquisas e debates a partir de 2003, por exemplo, por meio do projeto Diana Project<sup>9</sup>, que visava estudar o fenômeno do empreendedorismo feminino nos EUA (SANTOS; HAUBRICH, 2018).

A partir dos estudos sobre essa temática com o recorte de gênero observou-se que tanto homens quanto mulheres têm habilidades para empreender e gerar negócios, todavia as mulheres têm de lidar com adversidades sociais e culturais para realizar tal atividade (SANTOS; HAUBRICH, 2018). Portanto, é sempre levado em consideração a divisão das tarefas domésticas, as tarefas referentes ao lar, os cuidados com os filhos somados com o trabalho fora, os quais deixam as mulheres numa posição desfavorável quanto aos homens, que na maioria das vezes não precisam se preocupar com tais tarefas do lar.

Considerando o empreendedorismo conforme disposto até aqui, esse trabalho busca compreender os sentidos atribuídos pelas mulheres ao empreendedorismo. Deste modo, veremos no subcapítulo a seguir, o

---

<sup>9</sup> Diana Project. Disponível em:

<<https://www.babson.edu/womens-leadership-institute/diana-international-research-institute/research/diana-project/>>. Acesso em: 23 mai. de 2023.

empreendedorismo a partir do recorte de gênero para adentrarmos nos dados empíricos desta pesquisa

## 2.4 - EMPREENDEDORISMO FEMININO

Dados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo IBGE, mostram que cerca de 9,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil e que, em 2018, elas já eram 34% dos “donos de negócio”. O GEM (2019) trouxe dados mostrando que o Brasil ficou em sétimo lugar no ranking de proporção de mulheres à frente de empreendimentos iniciais, ou seja, aqueles com menos de 42 meses de existência.

Essas estatísticas reforçam a importância de compreender o papel das mulheres, trabalho e renda. Essas empreendedoras estão desempenhando um papel significativo na economia, contribuindo para o desenvolvimento do país e também impactando positivamente a localidade e suas próprias vidas, ao encontrarem alternativas de trabalho e renda, mas conforme exposto até aqui, sabemos que nem sempre são mulheres, quando falamos da população de baixa renda. Mas nota-se que o empreendedorismo por necessidade persiste nos casos de mulheres. Em virtude desta relevância, este subcapítulo tentará tratar sobre o tema empreendedorismo feminino.

A trajetória da feminização do mercado de trabalho e do empreendedorismo é um fenômeno que tem sido objeto de estudo e análise em diferentes áreas, mas escasso no caso da sociologia. Ao longo das últimas décadas, tem havido uma significativa participação e aumento do número de mulheres no mercado de trabalho e no empreendedorismo, resultando em transformações sociais, econômicas e culturais (RIBEIRO; SANTOS, 2021).

O empreendedorismo feminino também tem sido uma tendência significativa nas últimas décadas. Cada vez mais mulheres estão optando por criar e administrar



seus próprios negócios, buscando autonomia, flexibilidade e a possibilidade de expressar suas paixões e habilidades.

Aqui, nota-se o reforço do ethos do capitalismo conforme Boltanski e Chiapelo (2009), assim, podemos refletir sobre como o discurso do empreendedorismo muitas vezes mascara as desigualdades estruturais presentes na sociedade. Embora o empreendedorismo seja frequentemente apresentado como uma oportunidade igual para todos, as mulheres enfrentam barreiras e desvantagens sistemáticas no mundo do trabalho, seja via os estereótipos e estigmas, bem como a falta de acesso a financiamento e recursos enfrentados (AMORIM; BATISTA, 2011). A dificuldade de conciliar trabalho e vida pessoal devido às expectativas sociais – reforçando a dupla jornada de trabalho, a falta de políticas públicas e redes de apoio, etc.

Como foi mencionado no subcapítulo anterior, a razão para iniciar uma atividade empreendedora é um tema diverso e importante para identificar a natureza do empreendedorismo. No contexto do empreendedorismo feminino, várias razões, sejam elas econômicas, sociais ou emocionais, são citadas como motivadoras. É importante salientar que as motivações que levam ao empreendedorismo variam de pessoa para pessoa, pois estão intrinsecamente ligadas às necessidades individuais de cada empreendedor (AMORIM; BATISTA, 2011).

Quando indivíduos iniciam no empreendedorismo por necessidade, adotando-o como meio para obter renda, sustento e crescimento pessoal. Sua motivação os leva a buscar diferentes fontes de informação e assistência, a fim de atingir com sucesso esses objetivos. Por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade refere-se àqueles que iniciaram suas atividades visando melhorar suas condições de vida, ao identificarem uma oportunidade de empreender (AMORIM; BATISTA, 2011).

Segundo Amorim e Batista (2011) a busca por independência financeira é um dos principais motivos que impulsionam o empreendedorismo feminino. Em muitos casos, devido à escassez de empregos formais, as mulheres encontram no

empreendedorismo uma alternativa de trabalho e fonte de renda, contribuindo para complementar a renda familiar. De acordo com o GEM (2010)<sup>10</sup>:

Uma tendência indica que as mulheres buscam alternativas de empreendimentos para complementar a renda familiar, além do que nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família (GEM, 2010, p. 48).

O diálogo em torno do empreendedorismo feminino vai além da ideia de as mulheres ingressarem no mercado de trabalho para ajudar a complementar a renda familiar. Esse debate implica em uma transformação social significativa, que não apenas afeta as expectativas de vida pessoal das mulheres, mas também impacta as relações familiares, as demandas por serviços públicos e outros aspectos relevantes. Trata-se de uma mudança de grande magnitude que abrange diversos setores da sociedade. (GOMES, 2004; ALPERSTEDT *et al*, 2014).

No entanto, as mulheres enfrentam dificuldades adicionais ao empreender devido às barreiras históricas e estereótipos associados ao gênero feminino. Uma delas é a conciliação entre trabalho e vida pessoal. Muitas mulheres têm responsabilidades familiares e enfrentam pressões adicionais para equilibrar suas carreiras com os cuidados domésticos e a criação dos filhos. Isso pode limitar sua disponibilidade e flexibilidade para dedicar tempo e energia ao crescimento de seus negócios.

Outra dificuldade encontrada pelas mulheres no mundo do trabalho é o preconceito de gênero, que ainda permanece em muitos setores e pode afetar negativamente as mulheres gestoras. Consequentemente as mulheres podem enfrentar desvalorização de suas habilidades e capacidades, e serem subestimadas em comparação aos homens nos mesmos setores. Esses estereótipos de gênero podem dificultar a obtenção de respeito e reconhecimento no mundo dos negócios. As mulheres podem enfrentar estereótipos que as associam mais à esfera doméstica e às características consideradas tradicionalmente femininas, em vez das

---

<sup>10</sup> GEM. Empreendedorismo no Brasil 2010. Disponível em <[http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro\\_gem\\_2010.pdf](http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2023.

características associadas ao empreendedorismo, como a liderança e a tomada de riscos.

Além disso, é relevante observar que no contexto das mulheres empreendedoras, suas atividades e relações de trabalho são bastante diversificadas, englobando desde ocupações informais até a gestão de empresas formalizadas, inclusive na posição de empregadoras. Isso indica que os dois extremos que caracterizam o trabalho feminino, ou seja, a informalidade e a formalidade, estão presentes nas atividades empreendedoras. Apesar da imagem estereotipada da empreendedora como uma executiva bem-sucedida, o conceito de empreendedorismo abrange não apenas pequenas e microempresas, mas também atividades autônomas de prestação de serviços ou vendas independentes, como, por exemplo, venda de cosméticos e produtos femininos, que muitas vezes continuam sendo realizados sem qualquer formalização (ACQUARO, 2018). Segundo Villas Boas (2010):

Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa (VILLAS BOAS, 2010, p. 51).

Ademais, se fez necessário aqui trazer alguns exemplos, de iniciativas sobre empreendedorismo feminino antes de adentrarmos nos dados presentes nesta pesquisa. A busca por redes sobre empreendedorismo feminino foi realizada a partir do estudo de Acquaro (2018) que traz uma pesquisa sobre redes e organizações de incentivo ao empreendedorismo feminino. No país tem-se diversas organizações no que tange apoiar o empreendedorismo feminino.

A primeira e maior rede de apoio a empreendedoras do Brasil, a Rede Mulher Empreendedora (RME) existe desde 2010. A rede tem como objetivo fomentar o protagonismo feminino no empreendedorismo, auxiliar mulheres a empreender e se inserir no mercado de trabalho. Além de signatária dos princípios de empoderamento da ONU Mulheres, a RME acredita que quando uma mulher é empoderada financeiramente, ela não muda só a realidade de sua família, mas também a da sociedade (RME, 2023)

O Prêmio Sebrae Mulher de Negócios é outra iniciativa que valoriza e incentiva o empreendedorismo feminino no Brasil, reconhecendo o trabalho e a dedicação de mulheres empreendedoras que contribuem para o desenvolvimento do país. Desde 2004, o prêmio homenageia empreendedoras com capacidade de inovação, visão de futuro, estratégia e gestão empresarial que, com seus negócios, geram impacto social e econômico na região em que estão inseridas. Além de reconhecer o trabalho das empreendedoras, a iniciativa também tem como objetivo inspirar outras mulheres a investir em seus sonhos e acreditar em seu potencial empreendedor (SEBRAE, 2023).

A Mulheres que Decidem é uma das maiores comunidades de empreendedorismo do Brasil para mulheres empreendedoras que decidem se capacitar, reciclar, contribuir, se desenvolver e absorver conteúdos em diversos formatos. O objetivo da comunidade é conectar pessoas e empreendedoras com os mesmos objetivos e interesses, a fim de fortalecer e gerar contribuição saudável entre as micro e pequenas empresas lideradas por mulheres de todo o Brasil (MULHERES QUE DECIDEM, 2023).

iVitrinas é uma rede de apoio ao empreendedorismo feminino criada para que mulheres tenham a oportunidade de divulgar seus produtos e serviços, bem como conquistar espaço no mercado de trabalho. O objetivo do grupo é formar uma rede onde as empreendedoras possam estabelecer contatos que as fortaleçam profissionalmente, mas também pessoalmente (IVITRINAS, 2023).

Para ir um pouco mais além, e trazer atividades que auxiliem na promoção do empreendedorismo feminino, pode-se mencionar o Dia do Empreendedorismo Feminino. O Dia Mundial do Empreendedorismo Feminino foi originalmente criado pela ONU (Organização das Nações Unidas), com o principal objetivo de homenagear as mulheres empreendedoras de todo o mundo. A data escolhida para celebrar foi o dia 19 de novembro (PINCER, 2021).

No geral, o Dia da Empreendedora é um evento que visa celebrar o sucesso das mulheres empreendedoras, além de incentivar mais mulheres a explorarem seu potencial empreendedor, enfrentarem desafios e transformarem suas ideias em negócios de sucesso. É uma oportunidade para reconhecer a contribuição das

mulheres para a economia e a sociedade como um todo, enquanto também se esforça para eliminar as desigualdades de gênero no campo empresarial.

Feito uma reflexão mais aprofundada sobre empreendedorismo feminino e também a exposição de iniciativas e atividades para mulheres empreendedoras no Brasil. Assim, temos uma ideia de como se propaga o ethos empreendedor no país, e em especial, direcionado para o público feminino, aqui vale lembrar em termos teóricos. Boltanski e Chiapello (2009) apresentam que o atual sistema capitalista se apoia cada vez mais em um conjunto de valores simbólicos que se diferenciam daqueles associados à lógica capitalista tradicional. Esses valores permeiam as práticas e discursos das organizações, servindo como mecanismos de justificação e legitimação do próprio sistema capitalista. A ideia de empreendedorismo, flexibilidade e liberdade individual, difundida nos discursos do Estado e de instituições privadas, como vimos até aqui, legitima o capitalismo contemporâneo. Posto isto, no próximo capítulo abordaremos sobre a Associação Empreendedoras Restinga.

### **3. ASSOCIAÇÃO EMPREENDEDORAS RESTINGA**

Neste capítulo, elucidaremos um pouco mais da trajetória da Associação Empreendedoras da Restinga, que já foi apresentada em parte, anteriormente no capítulo de introdução. A partir do material recolhido na etapa de levantamento bibliográfico da presente pesquisa, do conteúdo digital encontrado nas redes sociais da associação, Instagram e Facebook, e dos próprios relatos das pesquisadas nas entrevistas realizadas. Logo, o primeiro subcapítulo tem o objetivo de apresentar a trajetória da Associação Empreendedoras Restinga. No segundo, os projetos presentes e no terceiro e último subcapítulo discutiremos sobre o futuro da associação.

#### **3.1 - COMO TUDO COMEÇOU**

Foi possível perceber várias mudanças na qual o grupo de mulheres empreendedoras passou desde a sua criação, sem falar na crise mundial devido a pandemia do Covid-19, que assim como tantos outros empreendimentos, a associação e as empreendedoras tiveram que enfrentar. Com o levantamento documental da associação e as entrevistas realizadas, foram observadas três fases das empreendedoras da Restinga. A primeira fase refere-se ao início do grupo, a concepção do primeiro encontro, a idealização e a consolidação do projeto, pré-pandemia. A segunda fase tem início com a formalização do grupo em Associação, a saída de boa parte das associadas durante a pandemia do Covid-19. E a terceira fase, a atual, é a fase pós-pandêmica, com a volta do crescimento do grupo e novos projetos. Assim, essas três fases marcam a trajetória do grupo e suas principais mudanças e serão fundamentais no andamento e análise dos dados posteriormente. E neste subcapítulo discutiremos sobre a primeira fase.

Continuando com a exposição, o primeiro momento da associação inicia, como já mencionado anteriormente na introdução, com Roberta, técnica em prótese

dentária, proprietária de uma clínica odontológica no bairro Restinga e outra localizada na Juca Batista, ambas na Zona Sul de Porto Alegre.

No meio de 2019, relata que começou a perceber que muitos dos clientes que ligavam para marcar consulta desistiram quando ela falava o endereço, mas o mesmo não acontecia com os agendamentos na outra filial. Roberta começou a perceber que a má fama do bairro estava prejudicando seus negócios e conversando com outras empreendedoras locais percebeu que era uma percepção geral. Assim, elas se mobilizaram para realizar uma reunião com mais mulheres que tinham negócios no bairro, com o objetivo de tentar mudar essa imagem e fortalecer o comércio feminino e do bairro. No meio dessa divulgação, Roberta fez um vídeo para chamar as mulheres para o encontro, segue um trecho do vídeo postado no Instagram do grupo:

Ninguém sabia o que ia acontecer, só que era pra falar de empreendedorismo. E foi incrível! Descobrir que a minha dor era compartilhada e sentida pelas mulheres. Não imaginava que íamos ser capa de jornal, aparecer na TV, conhecer mulheres incríveis e hoje ser uma associação com sede no bairro (EMPREENDEDORAS RESTINGA, 2023).

Desse modo, elas divulgaram o projeto por diversos meios de comunicação e o encontro que no início seria a princípio para trinta mulheres, porém devido a uma forte adesão, o número cresceu para oitenta mulheres. Então, no dia 29 de maio de 2019, o encontro ocorreu, o trecho abaixo da entrevistada Flávia – dona de uma Casa de chá e doceria, começou a empreender com a mãe em casa, tem 30 anos e largou a profissão de técnica de nutrição para empreender, possui funcionárias na sua loja – relata um pouco da idealização do evento:

Na verdade começou quando a Roberta, que é idealizadora do projeto. Ela perguntou-me o que tu acha de a gente fazer um encontro de mulheres? Pra nós reunir, né? Fomentar o nosso comércio. Lá no início, né? Fomentar o comércio para ter valorização, para trazer pessoas de fora. Eu falei, bom, bora lá... A reunião ia ser para 30 mulheres onde era a Casa de Chá, só que acabou movimentando, movimentando, movimentando, aí a gente estava em 80 mulheres [...] (Flávia Casa de Chá, 30 anos).

O trecho ilustra o crescimento do projeto, desde sua concepção inicial até o momento do relato acima. Inicialmente, a expectativa era de um encontro com um grupo menor de mulheres, mas à medida que o projeto foi sendo divulgado e ganhando acolhimento, o número de interessadas cresceu significativamente. Esse aumento na participação reflete o interesse e a relevância da proposta, que conseguiu mobilizar e engajar um número maior de mulheres empreendedoras, antes mesmo de sua formação. O objetivo principal do encontro era valorizar o trabalho das mulheres empreendedoras e atrair pessoas de fora para conhecer e apoiar seus negócios. A intenção era fortalecer o comércio local, oferecer oportunidades de networking e compartilhamento de experiências entre as participantes. O trecho a seguir descreve mais um pouco sobre o primeiro encontro:

Sim, eu estive na primeira reunião, foi até bem engraçado. Eu seguia o jornal Vitrine nas redes sociais. E aí eu vi uma postagem assim “Grande encontro de mulheres e tal”, “se você empreende no bairro” alguma coisa assim. Aquelas coisas de Roberta, né? Deve ter sido, sim. Só que no jornal Vitrine... Provavelmente foi ali. E aí, o que que acontece? Me bateu essa curiosidade. Digo, grande encontro de mulheres na ACIR (Associação do Comércio e Indústria da Restinga), não sei o quê. Eu digo, vou me inscrever. Quando eu me inscrevi, se eu não me engano, eu era número 18 que entrei no grupo do WhatsApp, fui uma das primeiras, assim sabe? E eu digo, tá, eu vou entrar nesse grupo e ou ver o que que é... E aí, assisti tudo que a Roberta tinha pra colocar ali. Me identifiquei muito, né? Com a história da Roberta, com a história... Já conhecia a história do bairro. As dificuldades que elas estavam relatando ali eram as dificuldades que eu estava enfrentando e tal. E eu disse, olha, faz sentido pra mim, faz sentido. Aí eu disse, vou ficar neste grupo, vou ver o que que tem pra... Porque eu sempre digo que conhecimento não ocupa espaço (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Essa narrativa da entrevistada Helo – pertence a diretoria, tem uma empresa de produtos personalizados e outra de energia solar com seu esposo, deixou o curso de pedagogia para se dedicar aos filhos – demonstra o quão relevante a iniciativa foi para as participantes, pois elas perceberam que as dificuldades que as mesmas passam outras mulheres ali também atravessam. Após a reunião, Roberta, a idealizadora do evento, convidou algumas das mulheres que estavam presentes e se destacaram, para ajudá-la a tocar para frente o projeto e criar um grupo de mulheres empreendedoras do bairro Restinga, pois ela percebeu que seria impossível conduzi-lo sozinha. A entrevistada Helo foi uma das mulheres escolhidas pela Roberta, na primeira reunião, para fazer parte da liderança e hoje faz parte da diretoria da associação, conforme:



E aí, ela convidou algumas mulheres e tal, e fez uma reunião privada. E disse assim, olha, então, vocês estiveram na primeira reunião, eu observei que vocês se destacaram ali e tal, e eu quero levar esse projeto pra frente. Eu vi que muitas pessoas estão pensando que nem eu, assim. Só que sozinha não vou conseguir, nós só em duas, três, quatro não vamos conseguir, vai precisar aumentar a quantidade de pessoas. E eu, né? Tanto acredito que estou aqui até hoje, assim, olha, eu acredito nisso, eu acho que pode dar certo, e eu estou disposta a encarar e assim, todas ali fizemos um esforço de fazer acontecer. As coisas foram acontecendo numa forma meteórica pras empreendedoras... As coisas foram acontecendo de uma forma tão ligeira que muitas vezes nos faltava pernas, realmente, né? Mas aos poucos a gente foi ajustando (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

A descrição do perfil da mulher empreendedora também está relacionada à discussão levantada por Luc Boltanski e Éve Chiapello (2009) sobre os modelos de liderança e os novos valores que surgem após a reestruturação produtiva. Com a redução de contratações e a horizontalização das hierarquias resultantes dessas mudanças, surge um estilo de liderança e gestão renovado. O tradicional modelo de chefe centralizado e autoritário dá lugar a um líder que atua como um incentivador da equipe, capaz de inspirar e motivar seus membros, realizando uma mudança nos valores simbólicos, como já visto anteriormente. Essa abordagem de liderança mais colaborativa e participativa reflete as transformações nas estruturas organizacionais contemporâneas, como vistas por Boltanski e Chiapello (2009), que se soma ao novo ethos do capitalismo, apresentando-se como um modelo mais inclusivo, flexibilizado e autônomo.

A perspectiva apresentada por Boltanski e Chiapello (2009) destaca a importância de líderes que estimulem a criatividade, a participação e o compromisso dos membros da equipe. Nesse contexto, nota-se como tal ideário busca agregar o perfil da mulher empreendedora como descrito no trecho, o qual demonstra características alinhadas a essa nova forma de liderança, na qual a capacidade de inspirar, motivar e envolver os outros se torna fundamental para o sucesso de projetos e empresas.

Apesar de acreditarem no potencial do projeto, o grupo de mulheres se deparou com desafios e dificuldades no caminho. No entanto, os elementos da narrativa da associação estão relacionados a ideia de esforço e experiência que

adquiriram, elas conseguiram superar as adversidades e ajustar suas estratégias à medida que as coisas progrediram rapidamente, conforme o excerto abaixo:

A gente foi tentando buscar muitas coisas, e a gente batia nas portas, e as pessoas diziam, ah, é só um grupo de mulheres, sabe, assim, não davam muita voz pra nós. Até que em um dado momento a gente tentou, realmente como um grupo, a gente não vai muito pra frente, a gente já percebeu que não nos dão credibilidade. Aí que a gente tentou com algumas pessoas, até do próprio grupo, contadoras, advogadas, enfim, sabe, tá? E aí as sugestões foram surgindo, quem sabe fazer uma cooperativa, ou fazer uma associação, que assim vocês vão passar um pouco mais de credibilidade e tal. E a gente foi abraçando, como eu falei, embolando, assim, ó, a gente foi, tá, vamos fazer então, porque a gente precisa sair, a gente chegou num ponto que a gente não passava mais daquilo. Sabe? Disse, tá, então vamos fazer (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Segundo a narrativa acima, as mulheres do grupo contaram com a orientação de pessoas com conhecimento em associações e seguiram as orientações para transformar o grupo em uma associação formal. Assim, o grupo iniciou a transição para uma associação, deste modo, o grupo menor que já atuava na administração do grupo se tornou a diretoria. Então, em 12 de dezembro de 2019, foi regulamentada a associação Empreendedoras Restinga, da qual Roberta é presidente junto com mais sete mulheres que fazem parte da diretoria. O trecho a seguir relata o episódio:

Aí a gente fez a associação. Quem já era aquele grupo que a gente chamava, não era a diretoria ainda, era o grupo que ajudava na administração do grande grupo, digamos assim, porque nós tínhamos a consultagem, nós tínhamos a administração das redes sociais, nós tínhamos a administração dos eventos que ocorriam, enfim, as demandas que vinham nos procurando. Então sempre foi aquele grupo menor. Aquele grupo já virou a própria diretoria. Automaticamente. Disse, olha, como esse grupo aqui já tá fechando, já tá alinhado, esse grupo que forma a diretoria, isso tudo com o embasamento que a gente foi tendo de pessoas que têm conhecimento sobre associação, né? E fomos passando passo a passo como transformar o grupo em uma associação. Aí viramos associação e viramos uma diretoria (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Deste modo, embora a criação da associação seja importante para impulsionar a geração de renda e motivar as mulheres, bem como mudar a visibilidade do referido bairro, é crucial analisar o ethos empreendedor advindo das

narrativas, que podem ofuscar os elementos estruturais na questão de gênero no mundo do trabalho e dos negócios.

### 3.2 - MUDANÇA

A segunda fase do grupo refere-se ao momento de transformação do grupo para associação, como mencionado anteriormente. Por conta dessa mudança, houve uma saída de boa parte de empreendedoras do grupo, as quais não quiseram se associar, conforme veremos. Outra mudança importante neste período, foi a pandemia devido ao Covid-19, que resultou numa crise econômica mundial, devido ao contexto, o grupo perdeu muitas participantes.

Como já mencionado anteriormente, após a transformação do grupo a associação perdeu muitas mulheres. Segundo o relato a seguir, a mudança foi definida em comum acordo com as participantes do ER, a partir de reuniões coletivas, nas quais foram definidas mudanças, o que implica, a cobrança de uma taxa para as mulheres se tornarem associadas.

Quando a gente virou uma associação, aí também nos falaram, porque a gente nunca teve recurso, né? Aí nos falaram, olha, agora que vocês são associação, uma associação, mesmo sem fins lucrativos, pode cobrar uma mensalidade. Aí vocês conseguem recursos, a partir do momento que vocês têm recursos, vocês conseguem fazer mais coisas que vocês gostariam. Aí nós, opa, beleza. Aí fizemos uma assembleia, a gente não sabia nada, a gente estava aprendendo na cara e na coragem. Assembleia, tem que registrar a ata, tem que não sei o que. A gente foi aprendendo. E aí, tá, a gente fez uma assembleia com todas as mulheres. Tinha cento e tantas mulheres. Aí a gente fez. Que foi no início da pandemia, a primeira assembleia... A gente fez, se eu não me engano, cinco reuniões, em cinco dias, com poucas mulheres para ir reunindo de tipo de 20 em 20. Sabe? E todo dia a gente passou, nas cinco reuniões, a gente passou o mesmo texto, a mesma conversa. Mostrou a mesma documentação. Mostrou tudo, sabe? E ali a gente montou a primeira assembleia, mas muitas foram embora, de verdade. Nós estávamos num grupo de duzentas e tantas, a gente já tinha passado pro Telegram, porque o WhatsApp já não permitia mais do que 256 membros, né? A gente foi pro Telegram para poder colocar mais membros. Realmente, houve uma debandada geral, assim (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Segundo a entrevistada, a saída em massa de mais da metade do grupo se deu por conta do valor, que mesmo sendo baixo, muitas mulheres não tinham recursos para pagar. Outro motivo da saída em grande proporção foi devido a pandemia do Covid-19, muitas mulheres não conseguiram continuar com seus negócios, e o número que já contava com menos da metade diminuiu 50%, como comenta a entrevistada no trecho a seguir:

Aí a gente teve que provar que a gente abriu uma conta no nome da associação, que tudo que sai é mostrado para elas em assembleia, que elas veem de onde vem o dinheiro, pra onde vai. Enfim, que tudo que é gasto tem que ser passado em assembleia. Então, foi tudo isso. Também houve uma debandada, porque a gente sabe que a Restinga é uma região que tem muita carência. Tinha muitas empreendedoras que não tinham recursos, que não tinham, na época R\$ 35,00 pra pagar isso. A gente começou com um valor de R \$35,00 tá? A gente sabe que houve essa debandada geral por causa disso, tá? Mas, infelizmente, a gente chegou num ponto que se a gente quiser fazer mais, a gente não tem onde tirar, a gente precisaria cobrar. Então, a gente fez uma opção por cobrar. A maioria votou que sim, que haveria cobrança, e foi colocado em ata, tudo bonitinho. Bom, ficamos ali com quase 100 associadas na época, tá? Mais ou menos isso, pagando. Aí teve a pandemia toda, muitas quebraram, fecharam, mudaram de ramo. Chegamos até com 50 associados, tá? Foi lá em março. Hoje, já estamos aí com uma média de quase 80, se eu não me engano (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Após a transformação em associação os benefícios que o ER passou a oferecer às associadas aumentaram. Dentre eles estão: consultoria com o SEBRAE; encontros de Network; destaques Instagram ER; Capas de Facebook ER; catálogo Google ER; grupo exclusivo telegram (foi excluído posteriormente, sendo substituído pelo grupo no WhatsApp); portal de ofertas ER; caderno rosa Jornal Vitrine; e cartão da associada (EMPREENDEDORAS RESTINGA, 2020).

Ademais, com a formalização, um ponto a ser questionado na associação era se as associadas são obrigadas a terem tal formalização como empreendedoras também, como, por exemplo, ser MEI. Segundo a entrevistada Helo: não. Elas se associam com CPF, como pessoa física, pois muitas mulheres têm negócios e profissões que não podem ser MEI, como, por exemplo, advogadas, arquitetas, contator etc. Segue a explicação:

Não, assim, o que que a gente, o que que nos leva, tá? Que elas cresçam. Claro que a ideia é que o empreendimento cresça, do contrato, a geração de renda do bairro cresça também aqui, enfim, tudo isso. Só que a gente não obriga nada. Tanto é que cada associada se associa com o seu

CPF. Ninguém tem CNPJ ali na associação, elas são CPF, elas são pessoas. Porque as pessoas é que gerem empresas, então elas são pessoas. E a gente entende também que tem certos tipos de negócios que não podem ser MEI. Se eu não me engano, advogada não pode, psicólogo não pode, então assim, e nós temos isso dentro da nossa associação. O que não quer dizer que a advogada que é nossa associada, não possa vir a contratar uma secretária pro escritório dela. Entendeu? Então, ela não pode ser MEI, mas ela precisa crescer, ela precisa contratar. Não sei como ela, que é advogada, deve saber melhor que eu como é que ela vai contratar, né? Mas, enfim. Então, isso que a gente quer. A gente quer que elas cresçam dentro do seu próprio negócio, tá (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Com a transformação do grupo em associação, foi possível que a associação tivesse seu próprio espaço, uma sede. Antes o grupo dependia de aluguel de espaço para seus eventos, agora passa a alugar um espaço mensalmente que funciona como sede e como espaço para eventos, tal mudança foi uma proposta pensada e decidida pela direção. Hoje o grupo também conta com o aluguel da sede para eventos externos.

A questão da sede, tá? Já no fim da pandemia, a gente nunca teve um espaço próprio. A gente sempre trabalhava com parcerias, a gente batia nas portas e pedia locais emprestados. Ah, tu não empresta ou aluga por um valor mais baixo. A gente sempre mostrou que como a gente cobrava uma mensalidade muito pequena, a gente nunca tinha muito dinheiro em caixa. E a gente disse, olha, a gente pode pagar pouco, mas a gente pode aumentar as custas, aluguel, luz, água, enfim, né? Só que eu não sei que boom que deu, assim, que as pessoas começaram a negar. Antes, quem nos emprestava começou a negar e a gente começou a... Sei lá o que aconteceu, que desacreditaram. Ah, não, a gente não pode emprestar mais ou a gente não vai mais poder fazer esse valor. E aí a gente começou a perceber e disse, não, espera isso um pouquinho, com o que a gente arrecada por mês, a gente consegue alugar um espaço né? Aí nós alugamos a primeira sede... foi em agosto de 2021 (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Uma iniciativa importante de ser mencionada, são as multifeiras dentro do bairro Restinga, a “Multifeira Empreendedoras”, com tendas das empreendedoras associadas ou não e aberta ao público local. Durante estas feiras, havia diversos serviços disponíveis para os moradores do bairro, o objetivo era unir os moradores do bairro e de regiões vizinhas em favor do comércio da Restinga, promovendo o comércio local como uma alternativa aos espaços centrais da cidade, de forma a descentralizar o desenvolvimento econômico e fortalecer a periferia (EMPREENDEADORAS RESTINGA, 2022). Atualmente a feira não está mais

acontecendo por falta de tempo e expositores, como menciona a entrevistada Helo “sobre a feira, a gente teve que parar, porque a gente, por falta de tempo nosso e porque também a quantidade de expositores caiu. Então, uns cinco ou seis expositores, não vale a pena botar uma feira na rua” (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Estas feiras eram realizadas semanalmente aos domingos, e foi uma demanda solicitada por algumas empreendedoras do grupo que gostaria de divulgar seus trabalhos em um local físico não só online, no trecho abaixo podemos verificar:

A gente fez a primeira feira, acho que também foi em maio de 2021, eu acho. A prefeitura até nos procurou primeiro pra gente adotar uma praça, tá? Aí nós...Tá, beleza, vamos de repente adotar uma praça e tal... E nesse meio tempo a gente sempre escutando também as empreendedoras, né? Aquelas que trabalhavam com artesanato, trabalhavam com coisa assim e tal. A gente queria ter um lugar pra trabalhar, queria ter um lugar pra trabalhar e não sei quê. Aí surgiu a ideia da feira... Tá, então onde a gente podia fazer uma feira? Aí começamos a buscar as ideias. Aí nós fomos na prefeitura... Aí a prefeitura pegou e disse, não, beleza, “onde é que vocês gostariam?” Aí nós começamos a procurar. Vamos fazer na Macedônia? Porque ali há muito tempo atrás existia uma feira. Vamos resgatar isso e tal? Vamos? Tá, beleza. Aí pronto. Aí o projeto era o que? Ocupar a Macedônia inteira. Do início até o fim, 60 barracas, com 3 metros de distância entre uma e outra (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Nesta parte da entrevista, a entrevistada Helo contou que com o projeto da feira pronto e com o aval da Prefeitura, a associação ainda tinha que comprar as barracas, entretanto, o caixa da associação tinha dinheiro para comprar apenas quinze das sessenta, que eram necessárias. Então uma das empreendedoras da diretoria foi lá e comprou mais cinco, parceladas, com a condição que tivesse o logo do seu negócio na barraca, a Roberta comprou uma barraca maior, que era a barraca rosa, onde ficava a diretoria da associação, a empresa dela patrocinou esta barraca. E elas também foram atrás de patrocinadores, uma delas foi a Claro que patrocinou mais 10 barracas. E com estes patrocínios elas conseguiram com que a feira começasse, e as próprias associadas também contribuíram, para fabricar um letreiro da Restinga e flybanners. Então, as associadas também contribuem nos eventos quando podem, um exemplo dado pela entrevistada Helo foi dos coffees breaks oferecidos nas palestras na sede da associação, no trecho abaixo ela comenta um pouco sobre o coffee:

Quando fechou tua loja, 18:30hs, 18:45hs, o evento lá começou às 19:30hs, tu tá varada de fome. Se botar pão e água, tu vai comer. Tu vai comer, cara, tu vai comer pão, vai tomar água, entendeu? Então assim, a gente procura botar pelo menos uma coisinha assim pra dar uma enganada. Horas vai ser mais top, horas vai ser mais simples, mas sempre de coração, assim, sempre pensando no que a gente pode fazer (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Um evento promovido pela associação, dentro desses quatro anos de existência, foi o Natal Luz Restinga, em parceria com a Associação de Comércio e Indústria da Restinga, um caminhão iluminado e com as logomarcas das empresas percorreu as principais ruas do bairro em dezembro de 2021.

Vale destacar sobre a trajetória da associação as dificuldades enfrentadas pelo grupo. A entrevistada Helo aborda três dificuldades enfrentadas pela associação em questão. A primeira delas é a questão dos recursos financeiros, o segundo ponto é a busca por apoiadores, não apenas em termos de dinheiro, mas também para execução de mais projetos, como, por exemplo, o projeto de transformar o espaço da associação em uma biblioteca e um escritório para que as mulheres que não têm acesso a um espaço físico possam fazer reuniões com fornecedores e clientes. A terceira dificuldade diz respeito à credibilidade da associação dentro do bairro Restinga. A entrevistada observa que muitas pessoas de fora valorizam mais o trabalho da associação do que as próprias pessoas da Restinga. Esses três pontos destacam desafios importantes enfrentados pela associação, incluindo a escassez de recursos financeiros, a busca por apoio e parcerias em diferentes projetos, e a luta pela valorização e credibilidade dentro do território local. O trecho a seguir relata tais dificuldades:

A primeira delas, quando virou associação, então, a questão de recursos. O recurso sempre foi muito forte para nós, a gente está sempre trabalhando no vermelho. A gente está sempre buscando uma forma de fazer algo extra para ter uma arrecadaçãozinha. Hoje o que a gente arrecada é para pagar a água, a luz e o aluguel e a contabilidade. O segundo ponto é a questão de apoiadores até em outros projetos que não seja só dinheiro. Agora você viu que a gente quer montar uma biblioteca. A gente vai transformar o espaço em um hub para as meninas que têm espaço só online, não tem espaço físico, poderem ficar mais com fornecedores, com clientes, usar aquele espaço. A gente está buscando patrocinadores para transformar aquele espaço em um work. Outra coisa que a gente sempre enfrentou de dificuldade foi a questão da credibilidade mesmo, dentro do território. A gente observa que muitas pessoas de fora valorizam mais do que dentro do próprio território. Por isso que a gente abriu a associação para pessoas de fora poderem se associar também. A

gente sempre teve gente dos bairros próximos que queriam estar e não podiam por uma questão de rendimento, mas de dentro mesmo não. A gente já observou que a mídia, a mídia que eu me refiro a rádio, TV, enfim, tudo, nos valoriza muito mais do que as pessoas dentro do próprio território... São esses três pontos de mais dificuldade. Dinheiro, patrocínio, não só com dinheiro, e valorização dentro do território (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Outra dificuldade enfrentada pela associação segundo a entrevistada Helo, é a de manter o aluguel, que foi algo de comum acordo com as associadas, mas devido a crises econômicas muitas associadas saíram.

Foi em manter o aluguel, né? Porque quando começou não tinha essa mensalidade da associação. Quando eu comecei não tinha também, era o segundo encontro, como eu te falei. Então era gratuito, né? Então tinha 260 mulheres, tanto que a gente estava no Telegram porque o WhatsApp não comportava todo mundo. Foi criado um grupo no Telegram. Quando resolveu ter a sede e ter o aluguel e começou a ser cobrado as mensalidades até pela ajuda... Porque não tem outra renda, né? E aí muitas saíram. Então a maior dificuldade foi manter as mulheres ali, associadas. Manter porque muitas não tinham condições de pagar. Gostariam de ficar, mas não tinham condições de pagar (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Essa transição do grupo para uma associação traz consigo uma mudança significativa não apenas na dinâmica da organização, mas também em sua própria finalidade. A burocratização das relações e processos é uma das principais transformações nessa fase. À medida que uma associação se torna mais burocrática, é possível que haja uma distância crescente em relação às motivações e ideais originais do grupo, pois demanda profissionalização, encargos financeiros, os quais são obstáculos para muitas mulheres desprovidas de tempo e recursos para poder integrar. Assim, partiremos agora para o próximo subcapítulo que tratará do futuro da associação.

### 3.3 PRÓXIMOS PASSOS

A terceira fase observada refere-se ao período pós-pandemia, onde a associação mesmo com um número mais reduzido de associadas consegue



consolidar-se e passa a ter reconhecimento e visibilidade - o grupo passou a ser tema de diversas reportagens de mídias locais -, além de participar de eventos grandes sobre negócios e empreendedorismo, e principalmente passar a se conectar com outras redes e grupos de apoio ao empreendedorismo feminino, como, por exemplo, a Barcca<sup>11</sup>, plataforma que surge para alavancar negócios liderados por mulheres no RS.

Outra mudança relevante sobre a associação, é de que agora a associação acolhe empreendedoras de outros bairros, mesmo ainda não aceitando empreendimentos geridos só por homens (empresas precisam ter uma mulher na gerência), o grupo acabou por aumentar sua abrangência fora dos limites do bairro Restinga.

O primeiro projeto, ressaltado nas entrevistas, é a sede própria. O lugar que hoje a associação ocupa o espaço e tem a sede é alugado. Em relação à sede, elas já têm um projeto em andamento de fazer um escritório e uma biblioteca na sede para que as mulheres que não tem local físico possam realizar reuniões ali.

É de ter a sede própria, né? Não pagar mais aluguel, ter uma sede própria, e esse projeto da biblioteca que agora foi lançado, e mais pra criar esse cantinho dentro da associação, pra te ter ali, pras próprias associadas, receber um cliente, como a Roberta disse, a nós mesmo, a diretoria, se reunir, porque muitas vezes a gente não consegue se reunir lá na sede, a gente se reúne na casa de alguém, de nós, assim, pra colocar os projetos (Gabi, Bolos e salgados, 45 anos).

Outros dois projetos desejados pela associação são: criar cotas para empreendedoras de baixa renda e o adote uma empreendedora. O trecho abaixo menciona estas duas ideias que visam apoiar empreendedoras que não têm condições financeiras para arcar com os custos associados a suas atividades. Essas propostas têm como objetivo promover a inclusão e fornecer oportunidades para mulheres de baixa renda no mundo dos negócios.

A gente tem alguns projetos que a gente quer colocar em pauta, a gente já está fazendo discussões ali dentro do grupo, da diretoria, mas a gente quer levar para elas isso. Uma das ideias é ter uma cota para empreendedores que não podem pagar. Mas a gente pensou, algumas

---

<sup>11</sup> Perfil na plataforma Instagram Barcca . Disponível em: <<https://www.instagram.com/vemprabarcca/>>. Acesso em: 26 de set. 2020.

ações que a gente pensou, de cotas, então estipular, de repente 10% do quadro ser para mulheres de baixa renda. Então, elas seriam isentas. A segunda ideia que a gente teve também foi o adote uma empreendedora. Por exemplo, se eu posso pagar, e eu posso pagar de repente, de duas, eu posso pagar a minha e de uma empreendedora que não tem condições de pagar. Então, dali a pouco, posso ficar um ano pagando a mensalidade dessa empreendedora e ela, durante um ano, fica como associada, usando dos benefícios e se profissionalizando para, quem sabe, dali um ano, ela possa pagar a própria mensalidade. E dali, quem sabe, dois anos, ela possa adotar a outra empreendedora (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Ambas as propostas visam diminuir as barreiras financeiras que impedem o crescimento e o sucesso de empreendedoras de baixa renda. Ao criar mecanismos como cotas e programas de adoção, essas ideias buscam promover a inclusão social e econômica, permitindo que essas mulheres tenham acesso a recursos, redes de apoio e oportunidades para desenvolver suas habilidades e negócios.

Na figura abaixo, é possível ver que a Associação Empreendedoras Restinga ganhou um edital para realizar uma capacitação focada em empreendedorismo. Segundo a postagem do Instagram @empreendedoras\_restringa (2023) “Com essa ação, vamos impactar 30 empreendedoras e empreendedores do Bairro Restinga para que possam melhorar os seus negócios de forma positiva, promovendo assim, mais qualidade de vida na região e geração de empregos”. A jornada tem como objetivo explorar o entendimento acerca da relevância, da definição e das características de um empreendimento com impacto socioambiental.

Figura 1 - Post Jornada Empreendedora Edital



Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 22 mai. de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CsjyVsTPg2k/>. Acesso em: 23 de mai. de 2023

Antes de finalizar esta parte do trabalho, é importante mencionar que o grupo completou quatro anos de existência no dia 29 de maio de 2023. E como foi visto ao longo do capítulo, na trajetória da Associação Empreendedoras Restinga aconteceu mudanças ao longo desses anos, como a própria transformação em associação, segundo a entrevistada Helo não se perdeu a essência e o objetivo principal que é valorizar as mulheres empreendedoras e o bairro:

Deixa eu pensar, porque eu vejo que as empreendedoras, como eu te falei, assim como a Fernanda não é a mesma de 2019, eu vejo que as empreendedoras, falando do grupo, da associação, não é o mesmo de

2019. Mas eu vejo que as empreendedoras sempre foi o que na sua essência buscou ser, que é valorizar a mulher, valorizar o empreendedorismo feminino, valorizar o bairro. Então, eu vejo que esses três pontos, para mim, que é o que é mais forte, não se perdeu na sua essência. Então, mesmo que a gente tenha se transformado em várias coisas e a gente era um grupo, virou associação, e hoje é uma associação com um lado mais social, porque a gente tem projetos agora sociais, mas a gente quer ressaltar de novo aquelas empreendedoras que não podiam pagar e que não podem pagar (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Feita a apresentação sobre a trajetória da Associação Empreendedoras Restinga, e respondendo o primeiro objetivo específico, o próximo capítulo será dedicado a analisar os dados coletados a partir das entrevistas e conteúdo das mídias sociais da associação. A fim de responder os objetivos da presente pesquisa.

#### 4. LIGAÇÕES

Neste capítulo, trataremos de apresentar e analisar os materiais obtidos durante a pesquisa, a partir das concepções teóricas que abordamos na primeira parte deste trabalho. Neste capítulo também, tentaremos realizar uma discussão teórica com as narrativas encontradas nas entrevistas previamente realizadas e algumas postagens do Instagram das Empreendedoras Restinga.

Ao todo foram entrevistadas oito empreendedoras, e foi conduzida entrevistas com as mulheres que manifestaram interesse em participar da pesquisa e tiveram disponibilidade. Em contato prévio com a secretária da associação, no dia 8 de março de 2023, dia da mulher, fui convidada por ela a estar em uma palestra na sede da associação Empreendedoras da Restinga. E neste dia me foi cedido um tempo para falar sobre minha pesquisa e fazer o convite para as associadas presentes no evento participarem do trabalho e algumas me passaram o contato para agendamento. Neste dia em especial, pode-se perceber a heterogeneidade do grupo, mulheres com perfis diferentes e uma ampla gama de negócios que essas mulheres gerenciam, muitos tidos como negócios de homens, como, por exemplo, ferragem e energia solar.

As entrevistas foram realizadas em sua maioria de forma presencial no próprio negócio das empreendedoras, aquelas que não foi possível entrevistas presencialmente foram realizadas chamadas de vídeo pelo Google Meet e pelo WhatsApp. O contato com as entrevistadas foi a partir do encontro do dia 8 de março de 2023, entretanto o contato da entrevistada Flávia, foi o único que foi devido a uma indicação de um amigo do bairro.

Acreditamos que reunimos um grupo com perfis e trajetórias distintas, que contém uma variedade de histórias relacionadas a trajetórias de vida pessoais e profissionais, o que resulta em experiências únicas no contexto de pertencer ao grupo de empreendedoras. O perfil das entrevistadas é apresentado no quadro abaixo:

Quadro 1 - Perfil das Entrevistadas

| Entrevistadas | Idade   | Estado Civil | Filhos   | Dependentes | Graduação  | Atividade                               | Família no Negócio               | Trabalho CLT | Diretoria |
|---------------|---------|--------------|----------|-------------|------------|-----------------------------------------|----------------------------------|--------------|-----------|
| Ana           | 33 anos | Casada       | 2 filhos | Sim         | Não        | SexShop                                 | Não                              | Sim          | Não       |
| Bia           | 42 anos | Casada       | Não      | Não         | Sim        | Administração/financiamento             | Não                              | Sim          | Não       |
| Carol         | 49 anos | Solteira     | Sim      | Não         | Não        | Loja de Roupas                          | Sim, sobrinha vendedora          | Não          | Não       |
| Dani          | 37 anos | Casada       | Não      | Não         | Téc. enfer | Ferragem                                | Não                              | Não          | Sim       |
| Érica         | 38 anos | Casada       | 3 filhos | Sim         | Não        | Loja de Roupas                          |                                  | Não          | Não       |
| Flávia        | 30 anos | Casada       | Não      | Não         | Téc. nutri | Casa de chá                             | Sim, mãe produção e auxílio loja | Não          | Não       |
| Gabi          | 45 anos | Casada       | 3 filhos | Sim         | Não        | Bolos e salgados                        | Sim, irmã adm/contabilidade      | Não          | Sim       |
| Helo          | 39 anos | Casada       | 2 filhos | Sim         | Incompleto | Produtos personalizados e Energia Solar | Sim, esposo sócio                | Não          | Sim       |

Fonte: Criado pela autora, a partir das entrevistas realizadas.

A partir da tabela 1, é possível perceber que o perfil das empreendedoras entrevistadas é bem variado, com idade entre 30 a 40 anos, em grande maioria casadas, e que tem como fonte de renda apenas o seu negócio no bairro. Seja com loja física ou online. As entrevistadas Ana e Bia são as únicas que empreendem como forma de renda extra, e apenas a Bia possui nível superior, mas as entrevistadas Dani e Érica possuem cursos técnicos, e a entrevistada Helo tem nível superior incompleto. Todas as entrevistadas residem no bairro Restinga. Quanto ao tempo que elas empreendem, as respostas foram bem diversas, algumas mencionam que começaram seus negócios a muitos anos, estimativa de 10 anos ou mais, como, por exemplo, a entrevistada Carol e a Flávia, outras mencionaram que começaram em 2019, como, a Ana e a Gabi.

Isto posto, é importante salientar que a categoria raça não é mencionada neste trabalho, pois todas as entrevistas que se dispuseram a participar da pesquisa são brancas ou pardas e em suas narrativas, e o que observamos dos conteúdos da ER a categoria raça foi inexistente, para que fosse possível desenvolver uma discussão sobre raça. Outra categoria relevante, mas pouco mencionada é a de religião, estava dentro das perguntas feitas às entrevistadas, mas apenas uma respondeu que tinha uma relação religiosa – a entrevistada frequentava igreja –, por conta disso, não pode ser desenvolvida melhor.

A partir da análise do material foi possível identificar quatro categorias ao longo da realização das entrevistas e da transcrição destas. Consideramos as categorias como tipos ideais utilizados aqui, para analisar e buscar compreender os sentidos do empreender para mulheres pertencentes a associação ER, para isso, as categorias que sintetizam tais sentidos são analisadas como tipos ideais.

Como vimos anteriormente, o conceito de tipo ideal, presente na perspectiva epistemológica de Max Weber, refere-se a uma construção parcial da realidade, ou seja, é um método com o objetivo de compreender os fenômenos na sua singularidade. O pesquisador seleciona características e observa elementos para construir uma representação compreensível da realidade social analisada.

Obtém-se um tipo ideal mediante a acentuação unilateral de um ou de vários pontos de vista e mediante o encadeamento de grande quantidade de fenômenos isoladamente dados, difusos e discretos, que se podem dar em maior ou menor número ou mesmo faltar por completo, e que se ordenam segundo os pontos de vista unilateralmente acentuados, a fim de formar um quadro homogêneo de pensamento. É impossível encontrar empiricamente na realidade este quadro, na sua pureza conceitual, pois trata-se de uma utopia. (WEBER, 2001, p. 137- 8)

A construção do tipo ideal é orientada por uma perspectiva específica, onde se destacam certos pontos de vista valorativos, enfatizando uma combinação particular de fatos observados no mundo real (WEBER, 2001). Neste sentido, os tipos ideais observados durante a pesquisa, geraram quatro categorias descritas nos próximos subcapítulos, são elas: ligações familiares; ligação ER; ligação mulher empreendedora; e ligação localidade. Seguimos para o primeiro subcapítulo.

#### 4.1 - LIGAÇÕES FAMILIARES

Foi observado que mais da metade das entrevistadas são mães e possuem dependentes, o que tem uma influência significativa em sua perspectiva e visão sobre o mercado de trabalho e o empreendedorismo. Como mães, elas têm a imbricada responsabilidade de cuidar e educar seus filhos, o que afeta suas prioridades, tempo e recursos disponíveis.

Durante as entrevistas, identificamos as principais motivações entre as mulheres empreendedoras da associação. A maioria das entrevistadas revelou ter optado por deixar seus empregos em regime CLT para iniciar seus próprios empreendimentos no bairro. Foi notável observar como essas mulheres enxergam o empreendedorismo como uma oportunidade de se libertarem das restrições e da dependência de um emprego convencional, nos quais, elas buscam criar suas próprias regras e moldar seu destino profissional de acordo com seus desejos e aspirações. E um dos principais motivos para tal decisão é a família, a maior parte das mulheres entrevistadas deixaram de trabalhar formalmente para ter tempo de



cuidar dos filhos e da família. No trecho a seguir podemos observar tal opção, a partir da entrevistada Dani – dona de ferragem, largou a profissão de técnica de enfermagem para empreender, tem 37 anos:

Sou formada em técnico de enfermagem, mas hoje eu atuo com ferragem, né, troquei a profissão pra ferragem, para ter mais tempo e disponibilidade pra família, porque quando tu trabalha na área da saúde, tu se dedica para cuidar da vida dos outros. Então eu me dediquei muito, mas chega uma hora que tu tem o teu limite, tu sabe a hora que tu tem que parar, então foi aonde eu vi uma oportunidade [...] (Dani, dona de ferragem, 37 anos).

Essa decisão de abandonar o regime CLT em favor do empreendedorismo reflete a atual situação dessas mulheres que recorrem ao ideário de empreendedorismo para efetivar a segunda jornada de trabalho e ficar próximo a família e ter flexibilidade para o cuidado, reforçando os papéis tradicionais de gênero, assim, notamos que o discurso do empreendedorismo que visa desconstruir os estereótipos no contexto brasileiro, passa a redirecionar os papéis.

Quando tu sente o gosto, além do desafio, mas da liberdade de tu fazer a tua hora. O teu familiar está hospitalizado, precisa levar o sobrinho ao médico. Tu sabe que tu baixa tuas portas, tu não precisa avisar pro chefe, tu não precisa te preocupar com atestado. Simplesmente fecha tuas portas, vai lá e ajuda. E depois tu volta também para trabalhar (Dani, dona de ferragem, 37 anos).

O contexto familiar também exerce um impacto profundo na maneira como essas mulheres enxergam o mundo e suas próprias aspirações. Como mencionado anteriormente elas podem ser motivadas a criar um ambiente seguro e estável para seus filhos, buscando melhores e/ou diferentes oportunidades de trabalho, como, por exemplo, passar a empreender. É possível observar isso no trecho abaixo, a partir da entrevistada Érica – dona de loja de roupa, largou um emprego formal, para empreender e ter mais tempo com os filhos, tem 38 anos –:

[...] E eu, pelo fato de eu me desgostar com a empresa, já estava priorizando a minha família. Não que esteja errado. Tipo, ah, um filho doente. Antes eu dava um jeito, pedia pra alguém, não sei o que. Não. Eu pegava e eu ia. Se o meu marido ficasse doente, eu pegava e ia. Minha família em primeiro lugar [...] (Érica, dona de loja de roupas, 38 anos).

Observamos que no grupo estudado há mulheres que optam por empreender por vontade própria, impulsionadas principalmente pelo desejo de realizar um sonho profissional ou de ter controle sobre seu próprio tempo. Essas mulheres buscam a autonomia e a liberdade que o ethos do empreendedorismo reforça, assim, possibilitando dedicar mais tempo aos seus filhos e aos familiares. É importante ressaltar que o empreendedorismo por necessidade é uma realidade que afeta muitas mulheres que trabalham por conta própria, como evidenciado por dados do GEM (2019) mencionados anteriormente neste trabalho. No trecho a seguir, é possível observar que a entrevistada Érica, demonstra certa culpa quando trabalha formalmente e não tinha como cuidar da filha:

E a minha filha estando comigo, então, é o... É o principal. Porque depois que ela saiu da creche, ela rolou um pouco na mão de cada um. Isso era uma preocupação pra mim. Meio turno. Meio turno ela tava na escola, mas daí alguém tinha que levar, alguém tinha que buscar. E quem? Hoje em dia, eu levo a minha filha pra escola. Eu abro às nove a loja, a minha filha entra na escola às oito. Eu largo ela na escola, eu venho, consigo abrir minha loja. O meu marido trabalha na Restinga também, ele pega e busca ela. Então, um leva, outro busca e tá tudo perfeito (Érica, dona de loja de roupas, 38 anos).

Nesse sentido, Porto (2002) aborda a culpa sentida pelas mulheres, ao deixarem os filhos aos cuidados de outros, na busca pela realização profissional. A entrevistada Érica, distingue o autotrabalho como a forma de ter mais tempo para dedicar a sua filha mais jovem, algo que seus filhos mais velhos não tiveram, por conta do seu trabalho formal na época, e isso para ela é algo bom.

Eu digo, olha ali. Olha que coisa boa. Quando a mãe trabalhava de carteira assinada, não tinha isso. A mãe não estava e pronto. Agora a mãe, se precisar de alguma coisa é só tu ir ali e a mãe tá ali. Os meus outros filhos não tiveram isso. Não tiveram isso, entendeu? Mas isso é uma coisa muito boa. Isso aí é empreender (Érica, dona de loja de roupas, 38 anos).

No próximo trecho, de outra entrevistada, a Gabi – empreende na área alimentícia, trabalhava antes como cozinheira e merendeira, começou a empreender para família, fazendo bolos e decidiu empreender para ter mais tempo com os filhos, tem 45 anos – é possível observar a mesma fala, de que o trabalho formal não a deixava ter tempo ou um cuidado melhor com a filha mais velha. Mas após começar

a empreender, para ela esta situação mudou, passou a ter mais tempo para estar com os filhos. Ela aponta também que o trabalho formal e filhos não combinam:

Pra mim, é muito bom. Como é que eu vou te explicar? Pra mim, ser mulher empreendedora é não ficar dependente do que eu era antes, né? Hoje, eu me vejo outra mulher, né? Do que eu fui antes, quando eu trabalhava fora. Deixava meus filhos na creche, né? Como eu tenho três filhos, eu não tinha a liberdade que eu tenho hoje de acompanhar eles. A primeira, eu não tive tanto isso, mas os dois últimos, agora, os dois últimos filhos eu tenho isso de acompanhar eles, de estar junto com eles, de ajudar mais, né? Na criação deles, assim, de estar mais presente. Porque trabalhar fora, outros horários, não dá muito certo com os filhos, né? O horário que eles estão em casa, estava trabalhando (Gabi, Bolos e salgados, 45 anos).

Já a entrevistada Helo, ressalta que ela não tinha filhos quando trabalhava formalmente e estudava, mas quando decidiu tê-los optou por dedicar todo o seu tempo na criação deles. Quando os filhos foram para a escola ela conta que sentiu a necessidade de fazer algo, mas que a CLT estava fora de cogitação, pois seus filhos ainda eram sua prioridade:

Eu fiz faculdade até o estágio obrigatório. Quando eu cheguei no estágio, porque faltava cumprir o estágio obrigatório e depois o TCC, né? Só que aí eu engravidei no último ano, no penúltimo semestre, e aí ainda consegui até o último dia de aula, e uma semana depois nasceu o meu primeiro filho. Aí eu tranquei a faculdade pra voltar em seis meses e nunca mais (Helo, Produtos Personalizados, 39 anos).

Para obter as respostas necessárias para sanar os objetivos desta pesquisa, uma das questões abordadas nas entrevistas, foi, em alguns casos, se o cônjuge contribui no negócio e na renda familiar. Dentre as respostas, a maioria respondeu que sim, mesmo que o esposo não ajudasse financeiramente no empreendimento, dentro de casa ele quem geralmente é o provedor. Como o trecho a seguir demonstra:

É, a renda agora na família é a do meu marido, a oficina dele. E a da ferragem, que não ajuda 100 % ainda, por mais que tenha 6 anos de loja. Então, eu ainda tô me reorganizando financeiramente, teve uma reforma. Então, a renda ainda da ferragem, ela não mantém 100 % as despesas da minha casa. O marido é o que paga mais. Eu pago menos ainda, porque a ferragem não se fortalecia até. Eu acho que seja um pouco por mim mesmo não deixar a minha renda talvez ser um pouco maior pelo fato de eu querer investir mais aqui, de eu querer evoluir aqui. Então, meu marido não se importa dele pagar um pouco mais, porque a minha ideia é crescer. E eu sei

que se eu crescer, a renda vai crescer mais, né? Então, o retorno vai vir maior ainda (Dani, dona de Ferragem, 37 anos).

A fala da entrevistada Helo, também demonstra que o marido é o provedor do lar, mas uma discussão muito importante que a entrevistada inicia é sobre o seu lugar de privilégio frente a outras colegas da associação. Essa percepção da própria situação de privilégio é importante, pois demonstra uma percepção das distintas experiências vivenciadas por diferentes mulheres. Ao reconhecer sua posição privilegiada, a entrevistada demonstra uma disposição para considerar as perspectivas e realidades de mulheres que enfrentam desafios diferentes.

Eu digo assim... É que eu sou mais privilegiada, né? Então, fica um pouco mais complicado falar, porque, diferentemente de muitas outras mulheres, eu não sou mãe solo, diferente de muitas outras mulheres, a minha renda não é a principal da residência (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Continuando sobre a figura do marido ou cônjuge, a ajuda financeira dada por eles às mulheres entrevistadas, dá um suporte para que elas possam continuar com seus empreendimentos sem a preocupação de ter que ajudar em casa. Tendo este suporte financeiro essas mulheres podem dedicar seu tempo e dinheiro em seus próprios negócios, “Apesar do meu marido me ajudar financeiramente, ele tem o emprego dele. Ele não tem como me ajudar aqui.” (Érica, dona de loja de roupas, 38 anos). A entrevistada Érico relata que o esposo ajuda em seu negócio, mas não lhe ajuda com a loja por conta do seu trabalho. A entrevistada Flávia no trecho a seguir, também relata sobre esse amparo do marido, pois ele sendo concursado traz certa estabilidade para eles, e assim ela pode se arriscar mais no seu empreendimento.

É, na verdade, seria meu e da minha mãe, né? Meu pai trabalha, ele é CLT, o meu esposo também, ele é concursado. Então... Mas hoje eu tenho o amparo deles, né? Como eu vim pra um lugar novo, então praticamente comecei do zero, né? Mas eles estão ali pra me auxiliar (Flávia, Casa de Chá, 30 anos).

Como visto anteriormente, a autora Viviana Zelizer trata de uma reflexão relevante sobre a relação de gênero e o uso do dinheiro no contexto doméstico. Ela argumenta que existe uma diferenciação simbólica entre o dinheiro que as mulheres

ganham e o dinheiro dos maridos, atribuindo um valor distinto a cada um deles (ZELIZER, 2003). Segundo Zelizer (2003), o dinheiro das mulheres muitas vezes é visto como destinado a suprir necessidades menores ou supérfluas. Por outro lado, o dinheiro dos homens (esposos) é destinado a prover as necessidades mais importantes, como o sustento da família ou gastos de maior relevância.

Zelizer destaca que o dinheiro não é homogêneo, mas sim personalizado e categorizado de forma distinta no cotidiano. Ela aponta que, dentro dos relacionamentos afetivos, é comum ocorrer uma demarcação entre o dinheiro do homem e o dinheiro da mulher, gerando expectativas e obrigações diferenciadas que influenciam o destino do dinheiro. A autora ressalta que essa demarcação do dinheiro reflete normas sociais e de gênero, estabelecendo diferentes papéis e responsabilidades financeiras para cada parceiro. Essa diferenciação no uso do dinheiro pode criar uma dinâmica de poder desigual dentro dos relacionamentos, em que as decisões financeiras mais significativas e o controle sobre os recursos financeiros concentram-se predominantemente nas mãos do homem (ZELIZER, 2011).

Essa divisão simbólica do dinheiro reflete e reforça uma divisão de gênero nas responsabilidades e papéis dentro do âmbito doméstico. Ao colocar um valor inferior no dinheiro das mulheres, há uma tendência a subestimar sua contribuição econômica e a importância do trabalho que elas desempenham. Essa reflexão nos leva a questionar como as normas de gênero influenciam a distribuição do dinheiro e o poder de decisão dentro das famílias.

A entrevistada Ana – trabalha como CLT, começou a empreender como forma de renda extra e hoje pretende investir na área de sexologia – relata o quanto sua esposa ajuda nas tarefas domésticas, relato que só escutei dela, e que talvez poderia ser por conta de sua parceira ser uma mulher também, e as mulheres estarem mais suscetíveis a serem responsáveis pelas tarefas domésticas.

Minha esposa é muito tranquila. Isso é muito importante. Né? Quando eu estava na faculdade, literalmente não fazia nada em casa, nada mesmo. Não tinha tempo. Então, ela fazia tudo, cuidava da minha filha, roupa, comida, essas coisas. Maravilha. Tudo. Eu não fazia nada, sabe? Eu não fazia nada. Literalmente nada. Eu chegava da faculdade, a comida estava pronta já na mesa pra mim sabe? Então, eu não posso reclamar...

Então, faz com que eu consiga me focar naquilo que eu preciso fazer, sem me preocupar com o que tem que fazer da casa (Ana, Sexshop, 33 anos)

Para Butler (2018) a divisão de gênero no trabalho doméstico e no cuidado com os filhos é uma construção social, isto é, “As possibilidades históricas materializadas por meio dos vários estilos corporais nada mais são do que ficções culturais punitivamente reguladas, alternadamente incorporadas e desviadas sob coação” (BUTLER, 2018, p. 186).

Antes de finalizarmos este subcapítulo sobre os laços familiares, é importante trazer que os laços vão além de filhos e cônjuges, mas se estendem para outros familiares. A entrevistada Carol – dona de loja de roupas, possui funcionárias, começou a empreender por uma oportunidade de negócio, tem 49 anos – não é casada e sua única filha já possui sua própria família e mora em outra cidade, morando somente ela e uma sobrinha na Restinga, e essa sobrinha é seu apoio tanto em casa quanto em sua loja. A entrevistada Érica, relata também sobre a presença familiar em seu negócio. Os próximos trechos retratam esse apoio familiar para as mulheres e seus empreendimentos:

Não, eu tenho tempo, eu vou na manicure, eu vou na academia, faço todo o meu serviço em casa, eu tenho dois dogs e tem a Pri, que é, que trabalha comigo, que aqui na loja, ela segura, se eu vou viajar pro interior, ela fica e tranquilo, a loja funciona como se eu estivesse aqui (Carol, dona de loja de roupas, 49 anos).

A minha empresa é bem familiar, então... Atualmente trabalho eu e minha mãe, assim, de frente e na retaguarda tenho meu pai e meu esposo que me ajudam, né? E tenho duas funcionárias, uma na produção e uma aqui no atendimento (Flávia, Casa de Chá, 30 anos).

A presença da mãe no negócio da entrevistada, demonstra como a família está envolvida na gestão do empreendimento. Essa colaboração e apoio pode trazer benefícios, como uma maior confiança, assim como acontece com o cônjuge. Além disso, fica claro que tanto o pai quanto o esposo também estão envolvidos na empresa, embora possam desempenhar funções nos bastidores. A presença deles como suporte mostra a importância do apoio familiar e reforça tradicionais

marcadores de gênero. O trecho menciona ainda a presença de duas funcionárias, uma na produção e outra no atendimento. É interessante observar que, mesmo sendo uma empresa familiar, há a contratação de pessoas externas, e vale ressaltar que a entrevistada Flávia é a única que possui funcionários(as) em seu negócio dentre as entrevistadas na pesquisa.

Assim, as relações familiares revelam o sentido do empreendedorismo, e as moralidades que permeiam as relações de gênero, bem como de responsabilidades familiares e afetivas, as quais apontam as motivações que se fazem na narrativa de realização profissional e conquista de liberdade, tendo ressonância entre gênero e a realidade dessas mulheres que buscam por flexibilidade em relação aos horários e local de trabalho, ao mesmo tempo em que assumem suas responsabilidades familiares.

#### 4.2 - “JUNTAS SOMOS MAIS FORTES”

A segunda categoria gerada ao longo da pesquisa, principalmente após as entrevistas com as mulheres pertencentes a associação, foi a ligação entre elas como grupo. As narrativas dessas mulheres revelam que, dentro do grupo, elas se deram conta de que não estavam enfrentando suas dificuldades, dúvidas e receios em relação à instabilidade do trabalho como empreendedoras individuais sozinhas. Pois as mulheres que estavam ali também enfrentavam os mesmos problemas e serviam como incentivadoras umas das outras.

Além disso, perceberam que compartilhavam também das dificuldades relativas à experiência de ser mulher. Uma frase muito popular do grupo, "Juntas somos mais fortes", título dado a este subcapítulo, referente a ligação entre as ER, traduz um dos objetivos principais da associação, se não o maior, que é o de coletividade, ajudar e compartilhar conhecimento. As falas a seguir são exemplos que ilustram bem o impacto do coletivo neste sentido:

Conheci e resolvi entrar pras empreendedoras. Eu vi ali, tipo, um suporte, um apoio, entendeu? De pessoas... Eu sempre digo, parece... Aí tu conversa... Tem a mesma linguagem, sabe? É muito mais fácil. Porque tá

todo mundo trilhando o mesmo caminho. Né? Não é fácil pra ninguém. É difícil. Cada dia é uma batalha diferente e assim tu vai indo... Como é que eu posso te dizer? Não deixa de ser solitário. Né? Mas tu tem um amparo. Se eu tiver uma dúvida, ou se eu precisar de alguma coisa, eu vou lá e mando pra uma das meninas, né (Ana, Sexshop, 33 anos).

Eu pensei né, toda essa experiência que eu tenho, por que não atender outras pessoas, outros empreendedores? E o meu foco é o microempreendedor, ajudar os pequenos a prosperar, a organizar as finanças, organizar a parte administrativa, para eles crescerem, né?... Agora inclusive para abril eu estou organizando a palestra com a Roberta, sobre organização financeira (Bia, administradora, 42 anos).

Tu sabe que eu, por mais que a... Vamos dizer a minha colega, né? Porque ela é uma empreendedora também. Por mais que a minha colega seja do mesmo ramo que eu, precisando de ajuda, jamais vão me negar. Entendeu? Tipo, ah, que nem teve várias vezes. Será que tu tem um granulado assim e assim? Tem, não tem problema. Eu te empresto, depois tu compra e me traz. Ah, tem um corante. Então, eu acho que essa parte de uma ajudar a outra, eu acho que é bem válida, sabe? E isso acontece bastante ali na associação. Então, assim... Até por indicação, às vezes é pelo acolhimento, né? Tipo, tem empreendedoras que estão iniciando agora. Como que eu inicio? Como que é? Então, tu ter uma pessoa que já tem uma experiência para contar a tua história, eu acho que tem muita importância pra ela que está iniciando, né (Flávia, Casa de Chá, 30 anos).

E o meu projeto é abrir na minha própria casa, né? Um espaço e gerar emprego pra outras pessoas, ajudar. Eu já faço isso, né? Eu tenho muita gente que me procura, que tá iniciando e me pede ajuda. Eu prontamente ensino massas de bolo, essas coisas. Já tô com um projeto de dar... fazer os cursos, né (Gabi, Bolos e salgados, 45 anos).

A partir das narrativas anteriores, é possível verificar que existe uma parceria entre as mulheres. Algumas expuseram que é comum quando uma precisa de algo, chama outra, por exemplo, dúvidas em relação a contabilidade ou administração do negócio. Assim como as parcerias entre empreendedoras do mesmo segmento, num dos trechos anteriores, a entrevista Flávia comenta que sempre quando uma colega precisa de insumos, ela não vai se negar, assim como a entrevistada Gabi. As postagens do grupo na plataforma do Instagram também reforçam a ideia do “Juntas Somos Mais Fortes” (Figura 2).

Figura 2 - Post Juntas Somos Mais Fortes





empreendedoras\_restinga



20 curtidas

empreendedoras\_restinga Venha participar de encontros, palestras, cursos e muito networking.... mais

Há 19 semanas · Ver tradução

Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 19 jan. de 2023. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CnhGU-ks5wR/>>.

A escolha do slogan "Juntas somos mais fortes" é representativa e revela a importância da solidariedade e da união entre as mulheres. Essa frase expressa a ideia de que, ao se unirem e compartilharem suas forças, elas podem superar os desafios individuais e coletivos com maior eficácia. Nesse contexto, a associação se torna um espaço de acolhimento, empoderamento e mobilização coletiva, no qual as mulheres encontram suporte emocional, aprendem umas com as outras e se fortalecem mutuamente. As entrevistadas Ana – trabalha como CLT, empreende como renda extra, tem 42 anos – e Érica, narram que pertencer ao grupo torna a caminhada mais fácil, sabendo que tem mulheres que passam pelas mesmas situações. Já a entrevistada Helo, traz a forma como elas podem e devem ajudar suas colegas a superar os desafios.

Acredito que a minha jornada hoje em dia, com certeza, é muito mais fácil, justamente porque eu participo de um grupo de mulheres que empreendem. Né? E eu acho que isso te dá uma força maior, né? Pra ti continuar empreendendo, pra ti não desistir. Porque nem todos os dias tu acorda... Ai, feliz com o teu negócio, isso e aquilo. Tá tudo muito ok... Não! Né? Tem dias que não. Nossa, eu quero fazer isso. Aí tu quer tudo pra ontem e não dá, a gente também se decepciona, se frustra, enfim, né? E... **Então eu acho que ser uma mulher que empreende, tendo outras mulheres que empreendem junto, acaba tornando a... A trajetória mais fácil.** Sabe? Um pouquinho **menos solitário** ainda. Espero que isso melhore cada vez mais, né? Pra nós. Pra que não exista ainda tantos preconceitos, né? Com mulheres que empreendem. Porque existe muito ainda (Ana, Sexshop, 33 anos).

Porque eu me julgo inexperiente nessa área. Sabe? Porque agora faz um ano e cinco meses que eu tenho essa loja, é super pouco, é muito pouco. E eu vou na cara, na coragem, na fé em Deus. Entrei nas empreendedoras justamente por isso, né! Pra aprender a empreender. Porque **são várias mulheres, no mesmo objetivo** e eu fui em busca disso. Foi até num momento que eu estava bem mal, com tudo, porque mulher, né? Mulher tem problema com casa, com trabalho. Daí eu estava bem desanimada. E eu peguei e chamei a Roberta, entrei nas empreendedoras (Érica, dona de loja de roupas, 38 anos).

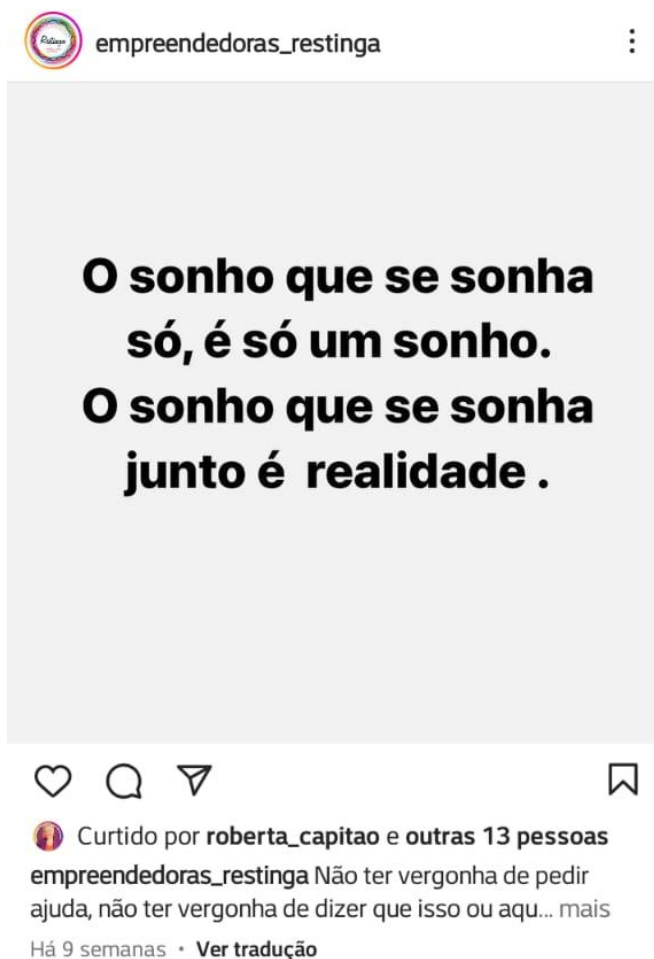
A partir do momento que tu faz ou vende algum trabalho, algum serviço, algum produto, tu é uma empreendedora. Seja pequena ou seja grande. O que tá faltando é o quê? Crescer? Bom, daí entra a gente, trazendo os cursos, te trazendo palestras, te mostrando, tendo um ombro amigo para te chorar também. Não tem problema. Pode chorar. Ah, esse mesmo não vem de nada. O que a gente pode fazer por ti? Vamos te divulgar um pouco mais? Olha, a colega já se queixou, vamos lá comprar o pão da colega? Vamos lá comprar o pão, para ela se sentir valorizada. Por que eu vou precisar comprar pão? De qualquer jeito. Ou então, eu quero comer um bolo. De qualquer jeito, entendeu? Às vezes, os 15 reais pra mim não vai fazer diferença. Pra comprar um bolo (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

De certa forma, os canais de ajuda mútua entre as mulheres podem revelar uma abordagem que se alinha com a perspectiva apresentada por Gago (2018) em que grupos populares se unem para encarar desafios gerados pela falta assistência do estado, e para criar alternativas econômicas ao neoliberalismo de “cima para baixo”. O que resulta em economias populares e comunitárias, o que a autora chama de “neoliberalismo desde baixo”.

A pluralização do neoliberalismo pelas práticas provenientes “de baixo”, porém, permite ver sua articulação com formas comunitárias, com táticas populares de resolução da vida, com empreendimentos que alimentam as redes informais e com modalidades de renegociação de direitos que se valem dessa vitalidade social” (GAGO, 2018, p. 20).

Os posts das redes sociais da associação reforçam o espírito do coletivo (Figura 3 e 4).

Figura 3 - Post O Sonho que se sonha junto



Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 30 mar. de 2023. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CqbG5FApOII/>>.

Figura 4 - Post Vamos Construir Juntas



Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 4 mar. 2020. Disponível em: [https://www.instagram.com/empreendedoras\\_restinga/](https://www.instagram.com/empreendedoras_restinga/).

A verificação dos fundamentos que sustentam nossa afirmação pode ser observada tanto nas falas das entrevistadas, que reconhecem os benefícios pessoais e para os seus negócios a busca conjunta pelo crescimento profissional, como também no discurso coletivo do grupo. Os objetivos e princípios essenciais do grupo estão alinhados com a ação coletiva baseada no apoio mútuo e no fortalecimento conjunto como já foi falado anteriormente.

Outro ponto é a rede de apoio e acolhimento que elas têm umas com as outras em relação a problemas pessoais. Uma entrevista que indicou muito essa rede foi a da entrevistada Dani, onde comenta que após perder um bebê, ela se viu muito desanimada e até um pouco depressiva. Uma amiga fez o convite para entrar no grupo das empreendedoras, e foi ali que ela se reergueu, vendo que uma motivava a outra dentro do grupo. Os trechos a seguir mostram do mesmo modo um pouco sobre essa rede de apoio entre elas:

[...] Aí a gente meio que se apresentava ali, aí eu me apresentei, mas não contei do problema que eu tava, né? Que eu tava vivendo ali atrás do celular, mas eu contei da minha empresa, tudo e eu vi que **uma motivava a outra**. E aí aquilo começou a me motivar. Ah, cara, eu tô sofrendo, eu perdi uma trompa, perdi um bebê, mas eu ainda posso ser mãe, né? Eu não morri ainda. Então eu me motivei e aquele grupo ali fez eu me acordar pra vida e continuar investindo na ferragem (Dani, dona de ferragem, 37 anos, destaque da autora).

O grupo do WhatsApp é o muro das lamentações, tá? A gente chora muito lá, **a gente se apoia**. De vez em quando a gente diz, olha, tô cansada e vem outra e diz, eu te entendo. Te dá o teu tempo que tu precisa, depois volta fortalecida, porque a gente cansa, é normal (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos, destaque da autora).

E o **acolhimento** das gurias também é demais, sabe? É muito bom. Mas às vezes tu tá meio pra baixo, tá meio assim, daí tem uma palestra, tem uma coisa que te levanta. É uma rede de apoio, empreender e se ajudar, né? Todo mundo ali (Bia, administradora, 42 anos, destaque da autora).

Eu conheci bem no início, eu conheci, teve o primeiro encontro, mas eu não participei, eu não sabia, né? Daí uma amiga minha que participou do primeiro encontro me falou... Daí eu conversei com a Roberta e ela me convidou pra participar do segundo encontro e aí eu fui uma das apoiadoras com salgados do segundo encontro. E aí eu conheci o projeto, né? Gostei. Vi que aquilo ali era o que eu estava procurando, uma **rede de apoio**, né? Entre mulheres e tudo. E aí eu peguei, entrei pro grupo e tô aí já há quatro anos. Hoje faço parte da diretoria, né (Gabi, Bolos e salgados, 45 anos, destaque da autora).

Durante as entrevistas, as palavras "apoio", "acolhimento" e "motivação" emergiram de forma proeminente para descrever a experiência das entrevistadas. Essas e outras palavras quando aparecerem em destaque nos trechos das entrevistas, significa que foram observadas, durante as análises, em mais de uma entrevista, dando o mesmo sentido no texto. O grupo se estabeleceu como uma rede de apoio que vai além do ensinamento de habilidades empreendedoras,

oferecendo suporte integral em diversos aspectos, a partir das entrevistas é possível apontar que o aspecto emocional dessas mulheres também tem o amparo dentro das vantagens que a associação traz. Essa concepção ultrapassa o âmbito dos negócios e impacta diretamente a vida pessoal dessas mulheres.

Há mais dois aspectos que se tornam relevantes de serem trazidos. A primeira, que se refere a visibilidade que a associação como um todo dá às empreendedoras. Os trechos a seguir, com a palavra “visibilidade” em destaque em todas as falas evidencia tal percepção:

E é uma **baita visibilidade** essa associação que nos dá. Não somente aqui no bairro, mas fora do bairro... inclusive esse final de semana vai sair uma matéria minha no Diário Gaúcho. Sobre esse trabalho que eu faço pela indicação da associação, né? Eu acho que eu tô sendo mais vista nessa associação. E também a oportunidade de cursos, né? Cursos que temos ali, às vezes de graça, às vezes com valor simbólico. Então, é uma grande oportunidade para divulgar os negócios e fazer contatos, né? Amizades, conhecer pessoas novas. Então, foi um divisor de águas (Bia, administradora, 42 anos, destaque da autora).

Não, eu não sei se tu até acompanha, tem muito mais além disso, e através das empreendedoras que eu fui chamada pra podcasts, o jornal, até o Diário Gaúcho veio aqui me entrevistar no Dia Internacional da Mulher, eles fizeram questão, a Record vinha aqui querer gravar comigo por ser mulher e ser uma área mais masculina, então eles viram que tudo aquilo que eu aprendi com as empreendedoras eu botei em prática, eu tenho as empreendedoras, mas eu sei que tem a minha parte que eu fiz. Eu filtrei tudo o que eu aprendi lá na associação, trouxe pra minha loja, que foi o que me ajudou a ter essa procura e **mais visibilidade** minha (Dani, dona de ferragem, 37 anos, destaque da autora).

Participar da associação? Na verdade, assim, ó a gente tem **mais visibilidade**, né? A gente conhece outras empreendedoras, a gente acaba tendo outras indicações. Temos eventos, temos cursos, né? Que temos a parceria do Sebrae aqui conosco, a Giovana. Então, isso (Flávia, Casa de Chá, 30 anos, destaque da autora).

O que eu sinto nas empreendedoras é realmente um grupo pra te ajudar a crescer. Ó, eu trago vocês e eu consigo isso, isso e isso, mas vocês tem que virar. Sabe? Vocês tem que querer, tem que ter disponibilidade de participar. Nós temos ali as coisas do dia do Instagram, do Facebook, né? E daí uma das coisas legal que nós mesmas, cada uma comenta na publicação da outra e curta pra dar **mais visibilidade** (Ana, Sexshop, 33 anos, destaque da autora).

Essa **visibilidade que as empreendedoras me deram** e junto com o Sebrae, ser propaganda com o Sebrae, ter parcerias, as pessoas já tão me vendo com outros olhos também. Poxa, por que que eu, né? Ah, tá

querendo lá, o plano não é pra ela. Ela tá lá tentando fazer uma coisa que nem é pra ela, que é o homem que domina. Então, eles viram que as pessoas de fora já estavam me vendo com outros olhos, então o preconceito diminuiu. Mas tem um pouquinho, mas diminuiu bastante (Dani, dona de ferragem, 37 anos, destaque da autora).

A divulgação dos serviços e produtos das empreendedoras do bairro para fortalecer a relação entre mulheres e a economia local é um dos objetivos centrais do grupo. Isso ocorre principalmente por meio das plataformas de mídia social, operando através da participação ativa do grupo para impulsionar igualmente as postagens e páginas umas das outras. Além disso, os perfis oficiais do grupo colaboram com a divulgação dos perfis individuais de cada membro, ampliando sua visibilidade (DAMION, 2021). Porém essa visibilidade gerada pelo grupo sobre as empreendedoras se exteriorizou, e o coletivo, assim como as empreendedoras de forma individual, passaram a ser chamadas para entrevistas, podcasts e palestras de outros meios de comunicação e fomentação do empreendedorismo feminino. As figuras 5, 6 e 7 mostram posts sobre algumas reportagens e até capas de jornais em que as empreendedoras participaram.

Figura 5 - ER são Capa de Jornal Mais uma vez



Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 18 mar. de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cp8ZblqrNjk/>.

Figura 6 - Post Visibilidade ER



Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 13 jun. de 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CBYUPqLH086/>.

Figura 7 - Post ER São Capa de Jornal





Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 13 jun. de 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CBYUPqLH086/>.

Um aspecto importante a ser considerado é a narrativa de empoderamento, que, de acordo com as entrevistas, está relacionado à ideia de visibilidade para essas mulheres da ER...

Sim, eu acho que seria importante, muito importante. Porque tem pessoas estilo a mim, assim, que tem vergonha, né, que às vezes pode até prejudicar. Tipo, eu, hoje em dia, já tiro de letra, né, hoje em dia eu já me vi, já vou pra São Paulo, já vou lá no banco, já chego lá, já sento, já converso, tomo café, já resolvo minhas coisas. Ao mesmo tempo, atrás, eu não... Não conseguia. Não conseguia fazer isso (Carol, dona de loja de roupas, 49 anos).

O que é ser uma mulher empreendedora? É uma mulher que não desiste, que vai à luta, que vence. Na verdade, eu venci sozinha, só com o apoio da família e de amigos. E depois eu entrando pras empreendedoras me fortaleceu no marketing. Me ajudou muito. Apoio, aham. E que eu sou muito tímida também, né? Então lá tá me ajudando bastante (Carol, dona de loja de roupas, 49 anos).

Eu não fazia vídeo, eu morria de vergonha. Eu acho que pelo fato da gente ser mulher, a gente se cobra muito, porque o que eu pensava, ah eu vou fazer vídeo, a pessoa que tá olhando, ela não vai dar bola pro que eu estou falando, ela vai olhar o meu nariz que é torto, ela vai olhar a minha

cara com mancha, então, eu tinha medo das pessoas me julgarem e ser feia, alguma coisa assim, entendeu? Tanto que quando o Sebrae me procurou pra ser a garota propaganda deles, para participar da campanha Sebrae É Pra Ti, eu falei pra eles, nossa, eu não esperava que vocês viessem me procurar, porque eu achei que tinha que ter um padrão magra, alta, narizinho fininho, aquele rostinho perfeito, e aí eles falaram, não, a gente quer alguém que participe dessa campanha que seja uma pessoa real.. Então, foi isso que a associação me fez ter coragem, fazer vídeos, aprender a mexer mais nas redes sociais, eu era mais o WhatsApp, eu não era de mexer, então hoje domino um pouco melhor o Instagram, Facebook, o Whats Business, como é que eles chamam aí, que eu botei no computador também coisas que eu não dominava, e tudo isso eu aprendi nas empreendedoras. É que nem eu digo, as empreendedoras não é só visualizações (Dani, dona de ferragem, 37 anos).

Esse trecho traz uma reflexão relevante sobre as expectativas e pressões sociais que as mulheres enfrentam em relação à sua aparência e autoestima. A narradora expressa sua insegurança em fazer vídeos por medo de ser julgada e considerada "feia" devido às suas características físicas não serem de acordo com um padrão de beleza que ela considera "bonito". Essa insegurança reflete uma dinâmica social na qual as mulheres são constantemente avaliadas com base em padrões irreais de beleza impostos pela mídia e pela sociedade.

No entanto, a entrevistada Dani menciona uma experiência transformadora ao ser escolhida como garota propaganda de uma campanha do Sebrae. Nesse momento, ela percebe que a valorização da autenticidade e da representação real é mais importante do que se adequar a um padrão de beleza. Isso a encoraja a superar seus medos, aprender a usar as redes sociais de forma mais abrangente e expandir suas habilidades digitais.

A ligação ER, nos ajuda a compreender que para essas mulheres, empreender vai além do sentido financeiro, que é fundamental para o orçamento das famílias, mas também significa para elas pertencimento, segundo Veronica Gago (2018), "Trata-se de um impulso vital que produz um cálculo no qual se sobrepõe uma racionalidade amparada no desejo de progresso pessoal e familiar com um repertório de práticas comunitárias" (GAGO, 2018, p. 38). A autora se refere a força de trabalho migrante, mas pode ser usada neste exemplo do mesmo modo, a força de trabalho da mulher tem os mesmo objetivos "juntas somos mais forte".

Ao mesmo tempo, em que notamos a importância de ajuda mútua, seja no âmbito profissional e pessoal na trajetória dessas mulheres – tem-se a dimensão da rede de apoio extensiva – juntas somos mais fortes, ou seja, quando tratamos de mulheres, trabalho e renda envolve construção de apoio e suporte, evidenciando a falta de estímulos e políticas públicas, como trazido por Gago (2018). Sendo assim, o “sucesso” depende da rede de apoio (de si e da organização), da mesma maneira, tanto as redes sociais das mulheres, quanto para a condução dos seus negócios e fortalecimento do empreendedorismo feminino na região.

#### 4.3 - “AS MESMAS DORES”

Como visto no subcapítulo, sobre empreendedorismo feminino, as mulheres enfrentam dificuldades únicas dentro do mercado de trabalho, seja formal ou informal. Diante disto, as mulheres que participaram da presente pesquisa, também manifestaram passar por adversidades que ocorrem por serem mulheres. A partir dessas dificuldades das entrevistadas, que nomeamos de “dores”, pode-se elaborar esta categoria de análise, que examinaremos neste subcapítulo.

De acordo com o relatório GEM (2010), 25% das mulheres acreditam que são tratadas de forma diferente pelas instituições financeiras. Diante dessa realidade, a obtenção de recursos para iniciar um empreendimento ainda se apresenta como um desafio para as mulheres. Uma das barreiras está relacionada às exigências de garantias feitas pelas instituições financeiras, uma vez que as mulheres estão em busca de independência financeira, portanto dependem de outros, como maridos e familiares, fato que foi constatado por algumas mulheres analisadas nesta pesquisa, precisando de sua aprovação para viabilizar o financiamento.

Nos relatos a seguir, é possível identificar um pouco dessa desigualdade de gênero sentida pelas empreendedoras da Restinga. O primeiro relato, da entrevistada Ana é primeiramente sobre preconceito e sexualização dela por causa

do seu empreendimento no ramo de SexShop, e segundo a insegurança de ser mulher e ter que confrontar homens dentro do seu negócio.

Eu costumo dizer que eu fui escolher uma área que é muito complicada de trabalhar. Não vou botar complicada, ela é desafiadora, né... Agora eu encaro com mais tranquilidade e facilidade. Mas antigamente ser uma empreendedora de produtos sensuais era bem complicado. Recebia convite. Ah, porque tu não quer vir demonstrar o produto. Ah, porque tu não quer isso, não quer aquilo. Tanto que até hoje se forem clientes homens sozinhos, eu procuro entregar em locais públicos ou eu ia até o local e daí quando eu vou até o local a minha esposa vai comigo, né? Eu faço a entrega ou mando a entrega, enfim. Não gosto de ter o contato que nem eu teria com uma mulher, não por questão de preconceito, mas segurança. Porque tem muito homem que ainda confunde o fato de eu estar vendendo um produto e de eu vender um serviço (Ana, SexShop, 33 anos).

Por conviver com essas mulheres... Eu posso dizer que eu tenho, assim... Não é lugar de fala, né? Mas eu escuto e eu entendo. Então, eu posso replicar o que elas me dizem. E aí, o que eu entendo de empreendedorismo feminino hoje. É que as nossas dores são diferentes. Por quê? Porque, por exemplo... Algumas dores que eu entendo. Que eu vivo. Como o meu marido pede para eu gerenciar a parte de energia solar, muitas vezes eu sou desacreditada que eu tenho um entendimento desse ramo... Aí, eu me dei um cargo dentro da empresa e ele sabe. Se hoje, na empresa eu digo para as pessoas que eu sou co-fundadora. Porque não deve ser, a gente criou junto, né? Foi algo que a gente criou junto. E aí, eu preciso que as pessoas me respeitem (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos)

No relato anterior a entrevistada Ana, fala sobre o preconceito dentro da empresa que ela gerencia com o marido, no ramo de energia solar, frequentemente ela não é levada a sério. Já nos trechos a seguir Ana comenta um pouco sobre o preconceito que a maternidade carrega:

Outra coisa que a gente entende também e essa dor eu entendo: a dor da maternidade. Por que eu vim empreender? Não é porque eu queria mais tempo, eu não queria CLT. Porque eu queria ser presente na vida dos meus filhos. Então, eu empreendo de uma forma diferente. Porque eu quero ser presente na vida deles. Eles são uma prioridade para mim. Certo? E os homens nem passam, não são julgados. A primeira coisa que as mulheres passam nas entrevistas de emprego, tem filhos? Se o teu filho ficar doente quem vai ficar com o teu filho? Ninguém pergunta isso para um homem (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

É o que a gente entende, por exemplo, quando a gente tem os encontros, tem dias dias que “ah hoje eu vou levar meus filhos”, meu filho, minha filha, porque eu não tenho com quem deixar. São coisas que a gente escuta. Gurias, eu não posso ir porque meu filho ficou doente. Sabe? São

as coisas que a gente escuta. É muito diferente do homem, assim. A gente enfrenta preconceito não só da região, a gente enfrenta por outras coisas também. Desmerecem a nossa capacidade, desmerecem a gente por ser mãe (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

As narrativas anteriores reforçam esse pensamento, pois ao mesmo tempo que a entrevistada enxerga as dificuldades enfrentadas pelas mulheres e mães, “dores” que ela compartilha, ela também coloca os filhos como prioridade fortalecendo a coesão feminina sobre os cuidados da casa e dos filhos. O fato da criação dos filhos estar atrelado à mãe na estrutura familiar é predominante nos relatos das empreendedoras, tornando-os prioridade na vida dessas mulheres.

Eu consigo conciliar a minha filha, a minha casa, fazer almoço com a loja. Mas daí eu sei que eu não me dedico como eu gostaria e como eu deveria na loja”... “Então, empreender sendo mulher é mais difícil. É que nem um dia a Roberta falou lá nas empreendedoras, que mulher empreende 30% a menos que o homem em função disso. E é verdade. Até menos. A minha loja talvez poderia estar mais alavancada se eu tivesse mais tempo pra ela (Érica, dona de loja de roupas, 38 anos)

Eu tenho os guris e comecei a pautar minha vida em cima deles, né. Os meus horários eram horários que eu tinha livre. Então, eu precisava fazer alguma coisa no horário que eu estivesse livre. Então, eu comecei a ser sacoleira, eu ia pro Uruguai, comprava lá as muambas, trazia, revendia e ganhava bem, assim. Eu vendia muito bem, como eu sempre gostei muito de coisa de casa, ser dona de casa. Sempre gostei de casa e busquei coisas pra casa (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos)

Tal ethos empreendedor reforça estigmas e estereótipos de gênero. As mulheres muitas vezes têm que equilibrar múltiplos papéis e responsabilidades, como cuidar da família e lidar com as expectativas sociais tradicionais. Isso pode dificultar a dedicação de tempo e energia necessários para o desenvolvimento e crescimento do seu negócio. Porém dentro do grupo pesquisado, reforça tal tendência de marcador de gênero segundo as narrativas das mulheres o fato delas empreenderem proporcionou mais tempo com os filhos e a família.

Todavia, frequentemente foi mencionado o fato dessas mulheres terem múltiplas tarefas, tanto ao conciliar trabalho-família, quanto na administração dos seus negócios. Pois são elas quem fazem tudo dentro do seus empreendimentos

gerando uma sobrecarga de responsabilidades atuando como funcionárias, gestoras, donas e desempenhando diversas funções dentro do negócio.

Porque, tu imagina só, é só eu e minha mãe e eu sou financeiro, eu sou administrativo, eu sou a que faço as compras. Além da parte do café, eu trabalho com cestas, tem a parte das encomendas, daí tem a compra de fornecedores, tem que ir atacado, cotação de preço, daí tu imagina, são várias coisas, né? Então, daí tu imagina. É bem complicado, mas estamos aí, né (Flávia, Casa de Chá, 30 anos) .

Tipo, empreender sendo mulher. Ah, é difícil. É difícil porque é que nem a gente falou, né? Tem a questão da casa, dos filhos. Eu sou feliz. É que nem eu digo assim, ó. Eu tô muito feliz de trabalhar aqui perto da minha casa (Érica, Loja de roupas, 38 anos).

Eu não me lembro como eu fiquei sabendo das empreendedoras. Porque, por mais que pareça, todo mundo acha que é... Ah, tu tem tua empresa, tu empreendedor. Empreender é muito solitário, é muito cansativo, é muito desgastante. Muitas vezes, a gente é o funcionário que faz tudo na empresa. Eu sou a funcionária que faz tudo... Dona, gerente... Tudo. Tudo, Guria. Marketing, entrega, entendeu? Tudo. E isso acaba sendo muito cansativo e desgastante. Muito solitário (Ana, SexShop, 33 anos)

Às vezes, a gente acaba esquecendo esse lado, né? De mulher, de cuidar de si e cuidar mais da empresa, né? Então, a gente, eu, particularmente, né? Eu fico ali, vou e acabo esquecendo. Às vezes, eu tiro o tempo só mesmo pra ficar com o meu esposo ali e com o meu pai e com a minha mãe, né? Esqueço, assim, de estar em eventos com outras empreendedoras, né? Às vezes, a gente arruma um tempo, né? Mas, o foco mesmo é estar cuidando da empresa, tá aqui, tá com a família (Flávia, Casa de Chá, 30 anos).

Os relatos evidenciam os desafios e dificuldades enfrentados pelas empreendedoras da ER, isso reflete a realidade de muitas empreendedoras que precisam lidar com a pressão e a sobrecarga de trabalho, buscando equilibrar múltiplos papéis e enfrentando o cansaço físico e emocional que isso acarreta. Ser uma mulher empreendedora é um ato de coragem e determinação, que requer enfrentar desafios e superar obstáculos ao longo da jornada empreendedora (DAMION, 20214). A palavra desafiador foi mencionado diversas vezes pelas mulheres entrevistadas, nos trechos a seguir, há uma demarcação das palavras:

É **desafiador**, mas é uma coisa que me deu orgulho. E saber que mesmo com preconceito, eu insisti, segui e tô aqui. Ainda a gente passa, ainda tem pessoas que têm aquela mentalidade de achar que aqui não é o meu lugar, que querem ser atendidas pelo meu marido, ou dizer assim, ah,

cadê o dono da ferragem? Aqui não tem dono, é a dona, eu sou casada com ele, mas ele tem a empresa dele e eu tenho a minha. Se tu tem a tua empresa, o teu marido não trabalha na tua empresa, ele não é dono dali, é tu que tá ali, ele dá uma ajuda, mas quem é que tá ali pra resolver? Sou eu. Então, pra mim foi bastante difícil, mas agora tá mais fácil (Dani, dona de ferragem, 37 anos, destaque da autora).

Bom, empreender pra mim hoje é bem **desafiador**, né? É uma montanha russa, né? Então...Hoje, eu estou aqui, onde eu estou me faz refletir muitas coisas, né? Porque a gente pensa quando eu estava lá dentro da Restinga naquela pecinha, era uma coisa, quando a gente sai da bolha, vamos dizer. É outra coisa, né? Então, todo dia é um aprendizado, são desafios que a gente... Acontece, todos os dias, né? Então, é bem desafiador. Então, empreender pra mim é... É algo assim que... Todo dia tem um desafio novo (Flávia, Casa de Chá, 30 anos, destaque da autora)

As mulheres geralmente carregam uma carga desproporcional de trabalho diário, o qual soma-se ao trabalho emocional em lidar com as situações da casa, de seus relacionamentos e do cuidado com os filhos, bem como com as questões relacionadas ao trabalho profissional. Essa administração de sentimentos que as mulheres realizam para lidar com a dupla jornada, torna-se uma terceira jornada de trabalho (BONELLI, 2003) (HOCHSCHILD; MACHUNG, 2003). Reforçamos, aqui, o conceito da dupla jornada de trabalho que as mulheres enfrentam, tendo o trabalho fora e o trabalho do cuidado da casa como tarefas diárias. Evidenciando “as dores” que as mulheres do Empreendedoras Restinga também sofrem e buscam remediar. Esta categoria aponta os sentidos mobilizantes que levam as mulheres da ER a empreenderem, como foi apontado dois dos motivos são, a família e os filhos, e o outro é o caráter comunitário e suporte da associação, assim, ser mulher dentro da atual conjuntura socioeconômica é compartilhar dores, decorrentes de gênero.

#### 4.4 - “CRIA DA RESTINGA”

O último subcapítulo e última categoria a ser analisada é a do bairro, localidade onde as mulheres entrevistadas e a maioria das associadas residem e possuem seus negócios. A Restinga, como já mencionado na introdução deste trabalho, é um bairro localizado na zona sul da cidade de Porto Alegre, e é considerado um dos bairros mais populosos da cidade. O bairro da Restinga surgiu

a partir de um projeto habitacional implementado na década de 1970, com o objetivo de proporcionar moradia para a população de baixa renda. A região passou por um intenso processo de urbanização e hoje abriga uma população diversificada, com diferentes classes sociais e culturais (ZAMBONI, 2009).

Em termos de infraestrutura, o bairro possui uma variedade de comércios e serviços, incluindo escolas, postos de saúde, supermercados, bancos e uma feira livre. Também conta com opções de lazer, como praças, centros culturais e o Complexo Esportivo da Restinga, que oferece espaços para práticas esportivas e recreativas. Assim como uma das maiores escolas de samba da capital, Estado Maior da Restinga, criada em 1977, possuindo 11 títulos na Série Ouro e dois na Série Prata (PREFEITURA POA, 2023).

Embora tenha enfrentado desafios socioeconômicos ao longo dos anos, o bairro Restinga tem uma comunidade ativa e engajada, com diversas organizações e iniciativas locais buscando melhorias e desenvolvimento para a região. O bairro também é conhecido por sua forte identidade comunitária (ZAMBONI, 2009). Em suma, a Restinga é um bairro de Porto Alegre que, apesar de sua origem como projeto habitacional, se desenvolveu ao longo do tempo, tornando-se uma comunidade diversa.

Conforme visto no parágrafo anterior, a Restinga é um bairro conhecido pela forte identidade comunitária, e algumas das mulheres entrevistadas evidenciam esse laço entre a comunidade. A palavra “cria” da Restinga, foi dito algumas vezes nas narrativas, como pode ser vista nos trechos a seguir:

Na Restinga eu moro faz 25 anos. O meu pai é **cria da Restinga**, né? Então tem quase 50 anos que ele mora lá (Flávia, casa de chá, 30 anos, destaque da autora).

Entrevistador: Você tem alguma família que mora aqui no bairro?  
 Dani: Tenho, agora há pouco tempo, a minha irmã voltou a morar na Restinga, ela morava em Gravataí, tem a minha irmã, meus sobrinhos, tem um tio que mora na Restinga, mas a minha mãe mora em Cachoeirinha, o pai já falecido, então devagarinho estou trazendo a família de volta pra Restinga. Entrevistador: Você mora há quanto tempo aqui? Dani: Desde que nasci, o que eles chamam de **cria da Restinga** (Dani, dona de ferragem, 37 anos, destaque da autora).



Então assim, a gente mora aqui de 2004 pra cá, a gente mora efetivamente na Restinga e eu morei um período da minha adolescência com a mamãe também. Eu estudei no Ildo todo meu ensino médio ali. Então assim... Sou e não sou **cria da Restinga**, é idas e vindas. De 40 anos quase, digamos assim, uns 20 na Restinga e o resto fora (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos, destaque da autora).

Durante as entrevistas, ficou evidente a forte conexão dos moradores com o bairro. Esse vínculo era perceptível tanto nas mulheres que pertenciam à comunidade da Restinga há muitos anos, como também nas suas famílias. Essa ligação com o bairro é transmitida de geração em geração, sendo um laço que perdura ao longo do tempo.

Porque é um bairro onde eu cresci, né? Eu nasci e cresci aqui. Conheço muita gente, né? E agora eu tô expandindo pra fora do bairro, que nenhuma me chamou agora, que eu nem sabia, ela disse que é da Zona Norte, que conhece o meu trabalho e tudo. Fiquei feliz por isso. Mas é por estar na minha casa, com meus filhos, né? E eu como por conhecer muita gente aqui também. Então eu preferi botar o meu negócio no bairro. Eu já tive a oportunidade de ir pra fora do bairro, mas eu não me vejo fora do bairro. Porque aqui eu tenho muito conhecimento, muito conhecido. E eu acredito muito que a gente cresce junto aqui (Gabi, Bolos e salgados, anos).

Outro ponto mencionado pelas empreendedoras sobre o bairro é o acolhimento dos moradores, elas acreditam que na Restinga há uma maior receptividade por parte das pessoas, um maior interesse e atenção em relação aos negócios, independentemente do tipo de empreendimento.

Olha, eu acho que aqui é mais fácil do que pros bairros mais, pro lado do centro, esses bairros mais nobres, digamos, né? Eu acho que aqui é mais fácil de empreender. O pessoal te escuta, o pessoal dá atenção pro teu negócio, independente do que for. Pra lá, não sinto isso (Bia, administradora, 42 anos).

É maravilhoso. Muito bom. A gente tem uma clientela muito boa, uma clientela maravilhosa e também meus vizinhos aqui de comércio, a gente tá sempre se ajudando em troca, essas coisas. Então, tipo, eu criei uma amizade aqui muito boa com o pessoal (Carol, dona de loja de roupas, 49 anos)

Nos trechos anteriores, demonstram certa percepção de que é mais fácil empreender no bairro da Restinga em comparação com os bairros mais nobres próximos ao centro da cidade. Essa narrativa pode sugerir que o ambiente empreendedor na Restinga é bom para o estabelecimento e crescimento de negócios locais. Elas mencionam que as pessoas estão mais dispostas a ouvir, apoiar e se envolver com os empreendimentos, o que pode criar oportunidades para os empreendedores locais se conectarem com a comunidade e construírem uma base de clientes. A atuação do grupo parece ter gerado impactos positivos também no bairro Restinga, pois está se tornando espaço de pertencimento (DAMION, 2021).

Um dos princípios fundamentais da associação é o de fomentar o comércio local do bairro, e o grupo tem criado desde o início diversas propostas com este objetivo, um deles, que é mencionado pela entrevistada Helo, é a criação do cartão associada, que tem como finalidade incentivar as próprias associadas a gastarem dentro do bairro.

E a gente tem o cartão associado à Restinga, né? Com esse cartão, a gente começou dentro das próprias associadas. Quem apresentar esse cartão ganha um desconto e cada associada que define o percentual de desconto ou em que produto vai dar... Isso é para o quê? Para que a gente faça a economia girar dentro do bairro. Aí, a gente abriu isso. Disse, vamos abrir para ver se outras pessoas querem apoiar. E algumas empresas estão vindo (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

As condições do bairro são boas, a gente sabe que o bairro tem muito recurso, né? Isso a gente não pode dizer que não, tá? O bairro é bem amplo, ele é bem populoso. Então, assim, o bairro em si tem muitos recursos. Talvez já tenha sido pior. É o que eu disse, as empreendedoras lá de 2019, não é a mesma de 2023. Lá em 2019, eu me sentia muito mais desvalorizada do que hoje. Hoje, eu vejo, não sei se por causa desse movimento das próprias mulheres, e porque eu tenho muitas empreendedoras que são minhas clientes, então eu me sinto mais valorizada. Mas antes, minhas clientes eram, na sua maioria, fora do bairro. Em sua maioria. Porque aqui dentro eu não encontrava pessoas que quisessem pagar o preço ou que achassem que o meu produto tinha qualidade. Então hoje elas estão percebendo que o meu produto é bom, que o meu serviço é bom. Assim como é um espelho. Eu também, bem provável que a minha cabeça ali atrás talvez pensasse, não, não vou comprar essa loja, acho que não é legal. Hoje, eu dou a oportunidade de, pelo menos, provar, experimentar, de buscar (Helo, Produtos Personalizados e Energia Solar, 39 anos).

Esse tipo de estratégia tem como intuito promover o comércio local e fortalecer a economia do bairro, ao incentivar os residentes a fazerem suas compras e consumirem serviços dentro da comunidade. A ideia por trás disso é criar um ciclo econômico positivo, em que o dinheiro circula e beneficia os negócios e moradores locais. Isso pode ajudar a fortalecer os laços comunitários e estimular o desenvolvimento econômico da região. A figura 8 é um exemplo dessa promoção do consumo dentro do bairro:

Figura 8 - Post Compre na Restinga



Fonte: Post Instagram @empreendedoras\_restinga em 10 jan. de 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CJ4ailJHlRv/>.

É um bairro que tem um grande potencial. Tem pessoas muito boas aqui dentro. Tu encontra tudo que é tipo de negócio aqui dentro. Vai fazer 5 anos e eu ainda me surpreendo com coisas que dá pra se encontrar aqui dentro da Restinga, né? E parece que cada vez melhora, né? Tipo... Ah, eu quero... Qualquer coisa que tu pensa, ah ir lá no centro. Não, tu não precisa mais ir lá no centro. Tem tudo aqui, né? Então, eu acho que empreender na Restinga é bom, guria. A maioria... Praticamente todos os meus clientes são da Restinga, entendeu (Ana, SexShop, 33 anos).

Eu vou dizer pra ti que é muito bom. Primeiro, a gente tem o costume de o que? Preciso de alguma coisa? A gente vai no Google e procura próximo da Restinga, mas nunca na Restinga, tudo era próximo.

Quando eu entrei pro grupo, eu comecei a ver empresas que eu nem sabia que tinha na Restinga e eu disse, nossa, a gente saía da Restinga, cara, e a gente tem aqui, então a gente, tipo, queria comer um bolinho, uma coisa, né, vou dizer, mais elaborada... Então, a gente vai se descobrindo, através dessa rede, eu descobri que eu não precise ir tão longe, o meu tratamento que eu fazia, ortodôntico, era lá no centro, na Borges, eu passei pra dentro da Restinga. Entendeu? Então, 90 % das coisas que eu faço é dentro da Restinga hoje, tudo (Dani, dona de ferragem, 37 anos).

Antes de finalizar, é importante trazer a entrevistada Helo, que possui seu negócio em outro bairro no momento, mas a produção dos seus produtos é realizada na Restinga ainda, e ela pretende voltar a ter um ponto na Restinga novamente, além do que ela possui hoje. Os fortes laços com a comunidade ainda permanecem, tanto de sua parte quanto da parte dos moradores, que solicitam à entrevistada Helo que volte com o negócio na Restinga.

Veronica Gago (2019) utiliza a expressão "economias barrocas" como uma metáfora que ela emprega para descrever a complexidade e a multiplicidade das economias informais e precárias presentes nas periferias e nos setores populares. Ao destacar as economias barrocas, ela busca desafiar as noções preconcebidas sobre o que é considerado "economia legítima" e enfatizar a importância de compreender e valorizar as práticas econômicas presentes nas periferias e nos setores populares (GAGO, 2019). Ainda segundo a autora:

[...] as cidades se vêem transformadas por essa nova maré informal, predominantemente feminina, que com suas andanças e transações redefinem o espaço metropolitano, a família e o lugar das mulheres (GAGO, 2018, p. 60-61).

Além disso, foi identificado nas narrativas das entrevistadas, um notável movimento de valorização do bairro, contribuindo para fortalecer tanto o orgulho dos moradores quanto a sensação de pertencimento à comunidade, indo de encontro com as ideias de Gago sobre economia popular. Essas mudanças materiais também têm impacto na imagem do bairro, que historicamente foi associado à violência, mas agora também está sendo visto e lembrado como um lugar de empreendedorismo feminino.

A ligação com o bairro Restinga, em Porto Alegre/RS, evidencia outro sentido que leva as mulheres analisadas a empreender, a localidade que aproxima à família, ao cuidado, às mesmas dores. As entrevistadas relataram em suas narrativas um forte senso de pertencimento referente ao bairro, o que contribui para essas mulheres empreender dentro do bairro. Trabalhar no bairro, significa estar perto da família e rede de apoio e criar laços estreitos com a comunidade transformando-a em clientela, o que favorece os seus negócios, e permite uma identidade profissional, bem como gerar renda. Posto isto, nos encaminhamos para o fim deste trabalho com as considerações finais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do presente trabalho, buscamos descobrir qual é o sentido mobilizante do empreendedorismo para as integrantes da Associação de Mulheres Empreendedoras do bairro Restinga da cidade de Porto Alegre/RS. E chegamos à conclusão que existem alguns sentidos mobilizantes que levam as mulheres da ER a empreender. Os sentidos morais do empreendedorismo feminino aqui revelam as ligações familiares, o trabalho e a geração de renda, as redes de ajuda mútua e a localidade como motivação ao empreendedorismo marcado por gênero.

No que se refere à associação, as entrevistadas apontaram como uma das principais características e vantagens de pertencer ao grupo o senso de coletividade e ajuda mútua ali existente. Segundo as entrevistas, é possível afirmar que a ligação entre as mulheres como grupo é um dos sentidos mobilizantes do empreender para essas mulheres, pois compartilham as mesmas dores e desafios.

Além disso, as ações do grupo foram além das mulheres associadas, alcançando a comunidade do bairro Restinga. Através da integração e colaboração entre as empreendedoras, elas passaram a valorizar e utilizar os estabelecimentos e produtos locais que antes eram negligenciados, fortalecendo, assim, a economia da região. Essa abordagem está alinhada com a perspectiva de Veronica Gago (2019), que destaca a importância de fortalecer os laços comunitários, promover a colaboração entre os trabalhadores e estabelecer estruturas de governança participativa nas organizações solidárias. Essa interação entre a associação e o bairro tem impulsionado as transformações mais significativas, principalmente a mudança de imagem do bairro. Assim, os dados apontam o caminho árduo de mulheres empreendedoras, que além das adversidades enfrentadas pela relação profissão/trabalho e gênero, que motivam a sua realização próximo à família e aos filhos também tiveram que lutar neste caso com o estigma associado ao bairro.

As mulheres associadas destacaram que essa mudança na imagem do bairro foi um resultado expressivo do seu trabalho conjunto. Através da valorização dos recursos locais e da promoção de uma identidade comunitária positiva, elas

conseguiram superar estereótipos negativos anteriormente associados ao bairro Restinga. Essa transformação tem trazido um impacto positivo para as empreendedoras, gerando um sentimento de orgulho por ser “cria da Restinga”, como apontado nos trechos retirados das entrevistas. Ademais, esse laço de pertencimento as deixa confortáveis em empreender dentro do bairro, tornando o bairro um mobilizante para essas mulheres.

Sendo assim, podemos perceber que os sentidos de empreender dessas mulheres estão marcados pelo gênero, pois ao começar a empreender e continuar com seus negócios, categorias como família e localidade se tornam os principais mobilizadores na decisão. Essas mulheres precisam passar por diversos obstáculos para conseguirem empreender, elas precisam de uma rede de apoio – aqui a associação aparece como representante – para conseguirem empreender, precisam empreender próximo de casa, para estar perto de casa, da família e dos filhos. Além disso, também precisam mudar a imagem do bairro para conseguir empreender dentro dele. As ligações dessas mulheres refletem adversidades enfrentadas por elas, a ligação familiar como sendo o sentido mobilizante de empreender aponta alguns conflitos de gênero, pois elas precisam passar por vários obstáculos para conseguirem empreender, obstáculos que talvez se elas fossem homens não precisariam passar.

Desse modo, podemos constatar que no caso de algumas das mulheres estudadas, é possível identificar que foi uma escolha deixar o mercado de trabalho formal e passar a empreender. Porém, os sentidos mobilizantes identificados apontam que essa escolha ocorre, pois parece ser a única alternativa que elas enxergam para poder dedicar tempo aos filhos e a família e também estar próximas dos mesmos e de sua rede de apoio. Consequentemente, empreender se torna uma necessidade para elas, pois há certas condições, ou melhor ligações, para que elas possam trabalhar/empreender, como estar perto de casa e ter horário flexível, condições difíceis de serem conquistadas no trabalho formal.

Posto isto, ao final deste trabalho também foi possível constatar algumas carências que permaneceram, tais carências só ficaram evidentes agora. As principais se referem ao processo de regularização como MEI, bem como às demais categorias de raça e religiosidade. São questões que ficaram omissas e poderiam

trazer mais reflexões ao trabalho e responder melhor aos nossos objetivos específicos.



## 6. REFERÊNCIAS

ABÍLIO, Ludmila; AMORIM, Henrique; GROHMANN, Rafael. Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 23, n. 57, mai-ago 2021, p. 26-56.

ACQUARO, Juliane. Empreendedorismo feminino ou trabalho por conta própria? Um estudo sobre trabalhadoras na cidade de São Carlos/SP. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de São Carlos, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, São Carlos, 2018.

ALPERSTEDT, Graziela Dias; et al. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**. 2014, 16(40), p. 221-234. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273532832015>>. Acesso em: 10 de nov. 2022.

ALDRICH, Howard E. Entrepreneurship. In: SMELSER, Neil J.; SWEDBERG, Richard. **The Handbook of Economic Sociology**. 2Nd edition. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005, p. 451-477.

AMORIM, Rosane Oliveira. Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento. *Revista de Ciências Humanas e Sociais Pitágoras*, v. 03, p. Empreendedorismo, 2011.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARBOSA, Aloizio Lima. A concórdia do sucesso: O sentido da ação para pessoas do meio empreendedor - ensejos de uma inscrição moral. Dissertação Programa de Pós-Graduação em sociologia da UFPE. Recife, 2016

BONELLI, M. da G. Arlie Russell Hochschild e a sociologia das emoções. *Cadernos Pagu*, (22), 2016, p. 357–372. Disponível em:< <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644645>>.

Acesso em: 5 jun. de 2023.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes. 2009.

BUTLER, Judith Butler. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. tradução: Renato Aguiar. 16º ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CÂMARA LEGISLATIVA. Medida provisória cria programa de microcrédito para estimular pequenos negócios. Pelo texto, crédito será de até R\$ 1 mil para as pessoas físicas e de até R\$ 3 mil para o microempreendedor individual (MEI). 18 mar. 2022. Agência Câmara Notícias. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/859345-medida-provisoria-cria-programa-de-microcredito-para-estimular-pequenos-negocios/>>. Acesso em: 25 de set. de 2022.

CARNEIRO, Lucianne. Número de informais bate recorde de 39,1 milhões, aponta o Pnad. 30 jun. 2022. Valor Investe. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/noticia/2022/06/30/numero-de-informais-bate-recorde-de-391-milhoes.ghtml>>. Acesso em: 18 de set. de 2022.

DAMION, Daniela. “Juntas Somos mais Fortes”: O empoderamento de mulheres autoempreendedoras e a experiência do grupo Empreendedoras da Restinga. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Porto Alegre, 2021.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. Traduzido por Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016.

EMPREENDEADORAS RESTINGA. Ata de Assembléia Geral de Constituição da Associação Civil. Disponível em: <http://empreendedorasrestingasa.com.br/wp-content/uploads/2021/04/Estatuto-social-ER.pdf>>. Acesso em: 26 de set. de 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. Onde tudo começou para As ERs. Porto Alegre, 28 de maio 2023. Instagram: @empreendedoras\_restringa. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cszb3w9r4DC/>>. Acesso em: 28 de maio de 2023

EMPREENDEDORAS DA RESTINGA. Conceitos que precisam ficar claros. Porto Alegre, 11 de julho de 2020. Instagram: @empreendedoras\_restinga. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CCg2hzMn4nl/>>. Acesso em: 23 de maio de 2023

FREIRE, Alyson Thiago Fernandes. A crítica anticapitalista e o novo espírito do capitalismo. **Revista da Pós-Grad. em Ciências Sociais**, UFRN, Natal, v. 18, n. 1, jan./jun. 2017.

GAGO, Veronica; CIELO, Cristina; GACHET, Francisco. Economía popular: entre la informalidade y la reproducción ampliada. . Revista de Ciencias Sociales. Num. 62, Quito, septiembre 2018, pp. 11-20

GAGO, Verônica. **A razão neoliberal: economias barrocas e pragmática popular**. Editora Elefante, 2019.

GAGO, Verônica. De la invivibilidad del subalterno a la hipervisibilidad de los excluidos. Un desafío a la cidade neoliberal. NÓMADAS 35; Universidade Celtral, Colombia. Out. de 2021. p. 49-63.

GEM. Empreendedorismo no Brasil 2010. Disponível em < [http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro\\_gem\\_2010.pdf](http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf) >. Acesso em: 20 mar. 2023.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil 2018. Coordenação de Simara Maria Souza Silveira Greco *et al.* Curitiba: IBQP, 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Livro%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%20-%20web%20compactado.pdf>>. Acesso em 27 abr. 2023.

GEM. 2020 Global Report. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London, 2020. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>>. Acesso em: 27 abr. 2023

GOMES, Almira Ferraz. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista, BA. **Revista Alcance**, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P. Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte. In: Anais do Encontro da ANPAD. 33. São Paulo, 2009.

HOCHSCHILD, Arlie Russel; MACHUNG, Anne. **The second shift**. Penguin Books, 2003.

IBGE. PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?edicao=32353&t=destaques>>. Acesso em: 17 de set. de 2022.

INFOMONEY. 69% das empresas ativas no Brasil são MEIs; SAs são apenas 0,9% do total. 7 jun. 2022. Mapa das empresas. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/69-das-empresas-ativas-no-brasil-sao-meis-sas-sao-apenas-09-do-total/>>.

IVITRINAS. Sobre nós. Disponível em: <<https://ivitrinhas.com.br/>>. Acesso em: 28 mai. de 2023.

JARDIM, Maria Chaves ; VASQUES, Lucas Flores. A “boa combinação” entre gênero e sociologia econômica: uma (re)leitura dos mercados inspirada em Viviana Zelizer. **Revista do PPGCS – UFRB – Novos Olhares Sociais**, Vol. 2 , n. 2 , 2019.

JONATHAN, Eva; SILVA, Taissa da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia e Sociedade**; 19(1): jan/abril. 2007, p.77-84.

LALLEMENT, Michel. **Histórias das idéias sociológicas: das origens a Max Weber** / tradução: Ephraim F. Alves. 4º ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

LÓPES-RUIZ, Osvaldo. Ethos empresarial: el “capital humano” como valor social. *Estudios Sociológicos* , vol. XXV, núm. 74, mayo-agosto, 2007, p. 399-425.

MACHADO, Hilka Vier. Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

MAGGIONI, Iara. Mais de 50% das mulheres abrem negócios por necessidade, diz pesquisa. Curitiba, 19 nov. 2021. CNN. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/mulheres-representam-70-dos-trabalhadores-autonomos-mostra-pesquisa/>>. Acesso em: 19 de set. de 2022.

MULHERES QUE DECIDEM. O que é a comunidade Mulheres que Decidem. Disponível em: <<https://mulheresquedecidem.com.br/blog/sobre-a-comunidade>>. Acesso em: 28 mai. de 2023.

PINCER, Pedro. 19 de novembro é o Dia Mundial do Empreendedorismo Feminino. 19 nov 2021. SENADO. <<https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2021/11/19/19-de-novembro-e-o-dia-mundial-do-empreendedorismo-feminino>>. Acesso em: 24 mai. de 2023.

PREFEITURA POA. Restinga / Extremo Sul Sobre a região. Disponível em: <<https://prefeitura.poa.br/sms/8a-conferencia-municipal-de-saude/restinga-extremo-sul>>.

PREFEITURA POA. Restinga leva para avenida história da Escrava Anastácia. 3 mar. 2023. Cultura. Disponível em: <<https://prefeitura.poa.br/smc/noticias/restinga-leva-para-avenida-historia-da-escrava-anastacia#:~:text=Fundada%20em%20mar%C3%A7o%20de%201977,e%20dois%20na%20S%C3%A9rie%20Prata>>. Acesso em: 29 mai. de 2023.

RIBEIRO, Bianca M.; SANTOS Joyce D. Os desafios da mulher empreendedora perante o cenário da Covid-19. Trabalho de conclusão de curso, Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté. Taubaté, 2021.

RME. Rede mulher empreendedora: nossa história. Disponível em: <<https://rme.net.br/>>. Acesso em: 27 mai. de 2023.

SANTOS, Eliane Davila dos; HAUBRICH, Gislaine Feiten. Portal Rede Mulheres Empreendedoras: empreendedorismo, cultura e imagens de si. Letras de Hoje, v. 53, n. 3, jul.-set. 2018, p. 412-421.

SCHUMPETER, Joseph A. **A teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. Brasil alcança recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE. Organização. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-record-e-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe.b7e02a013f80f710VgnVCM10000d701210aRCRD>>. Acesso em: 19 set. de 2022.

SEBRAE. Você sabe o que é um Microempreendedor Individual - MEI? 24 mai. 2023. Empreendedorismo. Disponível em :

<<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei#:~:text=A%20figura%20do%20MEI%20surgiu,se%20formalizaram%20co mo%20microempreendedores%20individuais>>. Acesso em: 23 set. 2022.

SEBRAE. Conhecendo o SEBRAE, versão completa. 14 mar. 2013. Disponível em:<[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/73adf3f11d4bc270f430c7d995a7b423/\\$File/5573.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/73adf3f11d4bc270f430c7d995a7b423/$File/5573.pdf)>. Acesso em: 20 set. de 2022.

SEBRAE. Associação é estratégia de fortalecimento. 29 nov. 2022. Cooperação/Associativismo. Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/associacao-e-estrategia-de-fortalecimento.10e5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 26 mai. de 2023.

SEBRAE. Prêmio Sebrae Mulher de Negócios. Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/premiomulherdenegocios>>. Acesso em 28 mai. de 2023.

SEBRAE. “Como a pandemia impactou os negócios liderados por mulheres”. 8 mar. 2021. Empreendedorismo/Comportamento empreendedor. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/como-a-pandemia-impactou-os-negocios-liderados-por-mulheres.bd514f9e53bd7710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=O%20estudo%20a>

[pontou%20que%2052,%25%2C%20contra%2031%25%20deles.>](#). Acesso em: 24 mai. de 2023.

SWEDBERG, Richard. Sociologia econômica: hoje e amanhã. Tradução Sergio Miceli. **Tempo Social**, revista de sociologia da USP, v. 16, n. 2., p. 7-34.

VIEIRA, Walter. Mais da metade dos brasileiros empregados estão fazendo bicos para complementar renda. 26 jan. 2022. Closeer, Dicas e Recursos. Disponível em: <<https://blog.closeer.work/dicas-recursos/o-mercado-freelancer-no-brasil/>>. Acesso em: 17 de set. de 2022.

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você**. São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva** / tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. Editora Universidade de Brasília. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

WEBER, Max. **Metodologia das Ciências Sociais**. Parte 1. Tradução de Augustin Wernet. 4. ed. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Universidade Estadual de Campinas, 2001.

YOUTUBE. Barcca: **Empreendedorismo na periferia é possível**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Lm7xW6jTrKQ>>. Acesso em: 5 de set. de 2022.

ZAMBONI, Vanessa. Construção social do espaço, identidades e territórios em processos de remoção: o caso do bairro Restinga - Porto Alegre/RS. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Porto Alegre, 2009.

ZELIZER, Viviane. O significado social do dinheiro: “dinheiros especiais”. In: PEIXOTO, João; MARQUES, Rafael(org). **A nova sociologia econômica: uma antologia**. Celta editora. Portugal: Oeiras, 2003, p. 125-166.

ZELIZER, Viviane. A negociação da intimidade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.