

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

DANIELA DAMION

“JUNTAS SOMOS MAIS FORTES”

**O empoderamento de mulheres autoempreendedoras e a experiência do grupo
Empreendedoras da Restinga**

PORTO ALEGRE

2021

DANIELA DAMION

“JUNTAS SOMOS MAIS FORTES”

**O empoderamento de mulheres autoempreendedoras e a experiência do grupo
Empreendedoras da Restinga**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Sociologia.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Cinara L. Rosenfield

PORTO ALEGRE

2021

CIP - Catalogação na Publicação

Damion, Daniela

"JUNTAS SOMOS MAIS FORTES": O empoderamento de mulheres autoempreendedoras e a experiência do grupo Empreendedoras da Restinga / Daniela Damion. -- 2021. 109 f.

Orientadora: Cinara L. Rosenfield.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Porto Alegre, BR-RS, 2021.

1. Empoderamento. 2. Empoderamento de Mulheres. 3. Empreendedorismo. 4. Justiça Social. 5. Neoliberalismo. I. L. Rosenfield, Cinara, orient. II. Título.

DANIELA DAMION

“JUNTAS SOMOS MAIS FORTES”

O empoderamento de mulheres autoempreendedoras e a experiência do grupo

Empreendedoras da Restinga

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Sociologia.

Porto Alegre, 26 de maio de 2021

Resultado: Aprovado

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dr.^a Cinara L. Rosenfield
Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof.^a Dr.^a Marilis Lemos de Almeida
Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

Prof.^a Dr.^a Patrícia Mattos
Programa de Pós-graduação em História
Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

Prof.^a Dr.^a Thays Wolfarth Mossi
Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

AGRADECIMENTOS

O trabalho acadêmico é sempre resultado de um esforço teórico-prático coletivo. Através de ensinamentos, debates, críticas e apoio durante todas as etapas da construção de uma pesquisa, docentes, colegas, bem como redes de afetos, nos auxiliam. A produção de conhecimento é coletiva e para o coletivo. Aproveito este pequeno espaço, então, para lembrar daquelas e daqueles que têm sido parte importante de minha formação como pesquisadora e tornaram esta dissertação não apenas possível, mas sua construção mais leve e proveitosa.

Em primeiro lugar, agradeço à minha orientadora Cinara Rosenfield, a quem devo o incentivo e ensinamentos fundamentais que, através das reflexões sempre afiadas e construtivas, me auxiliam a tornar anseios de pesquisa em realidade. Aos colegas e professoras do grupo de pesquisa JusT, que sempre inspiram meu trabalho através dos seus, agradeço pelas reflexões, trocas de saberes e experiências.

Agradeço com muito carinho e gratidão aos colegas de mestrado Carlos Fabris, Caroline Stresser, Débora Fogliatto, Júlia Menin, Juliano Colla, João Pedro Araujo e Osmar Belusso que se tornaram valiosos amigos. Entre contribuições acadêmicas e apoio pessoal, temos feito da pós-graduação uma caminhada mais tranquila. Sem as dezenas de encontros, conversas e vídeo chamadas, chegar até o final desta jornada (principalmente durante uma pandemia) não teria sido possível. Obrigada por serem e estarem.

À querida Júlia Menin, também agradeço a parceria que construímos no processo de escrita conjunta de dissertações. Nossas trocas, risos e choros, metas, cafénas e trilhas sonoras compartilhadas foram decisivas para que este trabalho existisse, e dentro do prazo.

A Júlio César Baldasso, quem na reta final ajudou a me enxergar potente, encontrar energia e criar ordem no caos para seguir com essa pesquisa até o fim, serei sempre grata. É também a quem devo os créditos pela edição e formatação impecáveis deste trabalho.

Dedico agradecimento especial a minha irmã, minha mãe e meu pai pelo apoio e incentivos para que eu possa seguir os meus sonhos. Minha formação e trabalho não seriam possíveis sem vocês.

Às mulheres do grupo Empreendedoras da Restinga por abrirem espaço de forma acolhedora para que eu conhecesse suas histórias e por compartilharem comigo suas experiências, meu muito obrigada.

Agradeço também a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 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 e ao CNPq agradeço o apoio financeiro através de bolsa de estudos para que pudesse me dedicar integralmente ao curso de mestrado.

Não se pode escrever nada com indiferença.

Simone de Beauvoir
Os Mandarins

Ao contrário do que em geral se crê, sentido e significado nunca foram a mesma coisa, o significado fica-se logo por aí, é directo, literal, explícito, fechado em si mesmo, unívoco, por assim dizer; ao passo que o sentido não é capaz de permanecer quieto, fervilha de sentidos segundos, terceiros e quartos, de direcções irradiantes que se vão dividindo e subdividindo em ramos e ramilhos, até se perderem de vista, o sentido de cada palavra parece-se com uma estrela quando se põe a projectar marés vivas pelo espaço fora, ventos cósmicos, perturbações magnéticas, aflições.

José Saramago
Todos os nomes

RESUMO

Este estudo trata da relação entre empreendedorismo e empoderamento de mulheres. Em um contexto no qual a racionalidade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016) invade todos os âmbitos da vida, se fortalece uma retórica de fomento ao autoempreendedorismo. Ao incentivar a inserção no mercado de trabalho através do empreendedorismo, com políticas públicas como a Lei do MEI, o Estado adota o que denominamos de políticas de des-emprego. Ao mesmo tempo, instituições como a ONU e o SEBRAE, se utilizam da ideia de “empoderamento feminino” para incentivar a inserção de mulheres no mercado de trabalho através do autoempreendedorismo. Do modo como teóricas feministas veem (SARDENBERG, 2009; FRASER, 2017; CORNWALL, 2018; BERTH, 2019), empoderamento é um conceito que, além de não carregar consensos, está em disputa, sendo utilizado em muitos casos de forma reducionista ao se vincular apenas a um viés econômico. A partir deste quadro teórico, a questão deste estudo é verificar de que forma o empoderamento de mulheres se constrói a partir do autoempreendedorismo. Para responder a esta questão, o objeto deste estudo é o grupo Empreendedoras da Restinga, situado na periferia da cidade de Porto Alegre-RS. A partir dos significados que empoderamento adquire na vivência destas mulheres, buscou-se verificar como ele se constrói nesta experiência de autoempreendedorismo em rede. Para conduzir esta investigação, foram realizadas 13 entrevistas semiestruturadas em profundidade (GASKELL, 2008) e análise das páginas oficiais do grupo em redes sociais, a partir da perspectiva da análise de conteúdo (BARDIN, 1977). Concluiu-se que o empoderamento para estas mulheres se constrói através da articulação de fatores multidimensionais — cognitivo, subjetivo, político e econômico — que se associam tanto ao pertencimento ao grupo de mulheres, quanto à atividade como autoempreendedora. Por um lado, elas se empoderam ao tornarem-se autoempreendedoras, uma vez que esta ação se dá por oportunidade e desejo de realização profissional. De outro, o sentimento de empoderamento também é construído e fortalecido dentro da dinâmica do grupo que se apresenta como um espaço de apoio entre mulheres e ferramenta para seu crescimento profissional. Neste processo, constatou-se, também, que a atuação do grupo gerou impactos positivos no bairro Restinga, sendo possível falarmos de um possível empoderamento desta comunidade. Esta forma de autoempreendedorismo em rede, por fim, pareceu configurar-se como uma contraposição importante à retórica empreendedora e ao empreendedorismo fomentado dentro de uma perspectiva neoliberal.

Palavras-chave: Empoderamento. Empoderamento de mulheres. Empreendedorismo. Justiça social. Neoliberalismo.

ABSTRACT

This study deals with the relationship between entrepreneurship and women's empowerment. In a context in which neoliberal rationality (DARDOT; LAVAL, 2016) invades all areas of life, a rhetoric that fosters self-entrepreneurship is strengthened. By encouraging the insertion in the labor market through entrepreneurship, by public policies such as the Individual Microentrepreneur (MEI) law, the State adopts what we call un-employment policies. At the same time, institutions such as the UN and SEBRAE use the idea of "female empowerment" to encourage the insertion of women in the labor market through self-entrepreneurship. As feminist theorists see it (SARDENBERG, 2009; FRASER, 2017; CORNWALL, 2018; BERTH, 2019), empowerment is a concept that, in addition to not carrying consensus, it is in dispute and being used in many cases in a reductionist way when linked only to an economic bias. From this theoretical framework, the question of this study is to verify how the empowerment of women is built from self-entrepreneurship. To answer this question, the object of this study is the group called Empreendedoras da Restinga, located on the outskirts of the city of Porto Alegre-RS. Based on the meanings that empowerment acquires in these women's experience, we sought to verify how it is built in this network self-entrepreneurship experience. To conduct this research, 13 in-depth semi-structured interviews were conducted (GASKELL, 2008), as well as the analysis of the group's official pages on social networks, from the perspective of content analysis (BARDIN, 1977). It was concluded that empowerment for these women is built through the articulation of multidimensional factors - cognitive, subjective, political and economic - that are associated as with belonging to a women group, as with the activity as a self-entrepreneur. On the one hand, they empower themselves by becoming self-entrepreneurs, since this action takes place through opportunity and the desire for professional fulfillment. On the other hand, the feeling of empowerment is also built and strengthened within the dynamics of the group, which presents itself as a space of support among women and a tool for their professional growth. In this process, it was also observed that the group's performance generated positive impacts in Restinga neighborhood, being possible to talk about a possible empowerment of this community. This form of network self-entrepreneurship, finally, seemed to be configured as an important contrast to entrepreneurial rhetoric and to entrepreneurship fostered within a neoliberal perspective.

Keywords: Empowerment. Women empowerment. Entrepreneurship. Social justice. Neoliberalism.

RÉSUMÉ

Cette étude traite de la relation entre l'esprit d'entreprise et l'empowerment/l'autonomisation des femmes. Dans un contexte où la rationalité néolibérale (DARDOT; LAVAL, 2016) envahit tous les domaines de la vie, une rhétorique favorisant l'auto-entrepreneuriat se renforce. En encourageant l'insertion sur le marché du travail par l'entrepreneuriat, avec des politiques publiques comme la loi des microentrepreneurs individuels (MEI), l'État adopte ce que nous appelons des politiques de chômage. Dans le même temps, des institutions comme l'ONU et SEBRAE utilisent l'idée de «l'empowerment des femmes» pour encourager l'insertion des femmes sur le marché du travail grâce à l'auto-entrepreneuriat. Comme le voient les théoriciens féministes (SARDENBERG, 2009; FRASER, 2017; CORNWALL, 2018; BERTH, 2019), l'empowerment est un concept qui, en plus de ne pas porter de consensus, il est contesté, étant utilisé dans de nombreux cas de manière réductionniste lorsqu'il est lié uniquement à un biais économique. A partir de ce cadre théorique, la question de cette étude est de vérifier comment l'empowerment des femmes se construit à partir de l'auto-entrepreneuriat. Pour répondre à cette question, l'objet de cette étude est le groupe Empreendedoras da Restinga, situé à la périphérie de la ville de Porto Alegre-RS. A partir des significations que l'empowerment acquiert dans l'expérience de ces femmes, nous avons cherché à vérifier comment il se construit dans cette expérience d'auto-entrepreneuriat en réseau. Pour mener cette recherche, 13 entretiens semi-structurés en profondeur ont été menés (GASKELL, 2008), ainsi qu'une analyse des pages officielles du groupe sur les réseaux sociaux, dans une perspective d'analyse de contenu (BARDIN, 1977). Il a été conclu que l'empowerment de ces femmes se construit à travers l'articulation de facteurs multidimensionnels - cognitifs, subjectifs, politiques et économiques - qui sont associés à la fois à l'appartenance au groupe de femmes, ainsi qu'à l'activité d'auto-entrepreneur. D'une part, ils s'autonomisent en devenant auto-entrepreneurs, puisque cette action passe par l'opportunité et le désir d'épanouissement professionnel. D'autre part, le sentiment d'empowerment se construit et se renforce également au sein de la dynamique du groupe, qui se présente comme un espace d'accompagnement des femmes et un outil de croissance professionnelle. Dans ce processus, il a également été constaté que la performance du groupe a généré des impacts positifs dans le quartier de Restinga, étant possible de parler d'une possible empowerment de cette communauté. Cette forme d'auto-entrepreneuriat en réseau, enfin, semble être configurée comme un contraste important avec la rhétorique entrepreneuriale et l'entrepreneuriat encouragé dans une perspective néolibérale.

Mots-clés: Empowerment. Empowerment des femmes. Entrepreneuriat. Justice sociale. Néolibéralisme.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Sonhos Profissionais entre Empreendedores e Não-Empreendedores – Brasil, 2019.....	25
Figura 2 – Motivações para Empreender – Brasil, 2019.....	33
Figura 3 – Distribuição percentual dos empreendedores segundo atividade econômica – Brasil, 2019.....	33
Figura 4 – Postagem: Empoderamento Vamos Juntas.....	59
Figura 5 – Postagem: Empoderamento Você Consegue.....	59
Figura 6 – Postagem: Juntas Podemos Mudar Tudo, Dia Internacional da Mulher.....	71
Figura 7 – Postagem: Objetivos da Associação de Empreendedoras.....	74
Figura 8 – Postagem: Benefícios de ser uma Associada.....	75
Figura 9 – Postagem: Definição de Empreendedorismo.....	79
Figura 10 – Postagem: 3 Características para Ser Empreendedora Restinga.....	80
Figura 11 – Postagem: Características de Empreender.....	80
Figura 12 – Postagem: Colaborar é Melhor do que Competir.....	89
Figura 13 – Postagem: O Sucesso do Outro não Anula o Seu.....	89
Figura 14 – Postagem: Indique uma Empreendedora.....	90
Figura 15 – Postagem: Valorize o Pequeno Negócio.....	91
Figura 16 – Postagem: Fortalecer o Bairro é um dos Objetivos.....	92
Figura 17 – Postagem: Projeto “Adote uma Praça”.....	92
Figura 18 – Postagem: Incentivo para um Bairro mais Atrativo e Melhor.....	93
Figura 19 – Construção Empoderamento das Autoempreendedoras Restinga.....	95

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – 10 Características de Comportamento Empreendedor	30
Quadro 2 – Modelo de Análise Proposto para o Conceito de “Empoderamento”	57
Quadro 3 - Significados de Empoderamento	61
Quadro 4 – Perfil Socioeconômico das Entrevistadas	69
Quadro 5 – Modelo de Análise Empoderamento	77

APOIO DE FINANCIAMENTO CAPES

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código 001.

SUMARIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	EMPREENDEDORISMO	23
2.1	SER EMPREENDEDORA: DESLOCAMENTOS E DEFINIÇÕES	23
2.2	O EMPREENDEDORISMO NO CENÁRIO BRASILEIRO	26
2.3	AS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO.....	35
2.4	DA POLÍTICA DO DES-EMPREGO À RETÓRICA EMPREENDEDORA	38
3	EMPODERAMENTO DE MULHERES	45
3.1	JUSTIÇA SOCIAL E IGUALDADE: POR QUE IMPORTA MULHERES EMPODERADAS?	46
3.2	CONCEITO EM DISPUTA: EMPODERAMENTO COMO VERBO INTRANSITIVO	51
3.3	SIGNIFICANDO EMPODERAMENTO	58
4	AUTOEMPREENDEDORISMO EM REDE.....	64
4.1	AS EMPREENDEDORAS DA RESTINGA	66
4.2	O EMPODERAMENTO DAS EMPREENDEDORAS DA RESTINGA.....	76
4.2.1	O empoderamento a partir do autoempreendedorismo.....	77
4.2.2	O empoderamento a partir da rede	86
4.2.3	“Juntas somos mais fortes”: autoempreendedorismo em rede como ferramenta para o empoderamento de mulheres	94
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ONLINE.....	106
	APÊNDICE B – ROTEIRO ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA.....	109

1 INTRODUÇÃO

Este estudo trata da relação entre o empoderamento de mulheres e o empreendedorismo. Por um lado, é cada vez maior a inserção de mulheres no mercado de trabalho como autoempreendedoras,¹ fato que se dá em um contexto social de flexibilização do mercado de trabalho no qual elas são também as mais atingidas pelo desemprego. De outro, percebe-se um incentivo ao empreendedorismo por parte do Estado, através de políticas públicas como a Lei Complementar do Microempreendedor Individual, e de instituições como a Organização das Nações Unidas (ONU) e o Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas Empresas (SEBRAE). Com um direcionamento especial às mulheres, tais ações de incentivo mobilizam a ideia de “empoderamento feminino” para inseri-las no mercado através desta forma de trabalho, o que, por sua vez, é visto como problemático por teóricas feministas alinhadas à teoria crítica. A partir disso, questionava-se de quais formas empoderamento e empreendedorismo poderiam estar relacionados na realidade social através das práticas cotidianas de mulheres autoempreendedoras.

Neste ponto, é importante destacar que a escolha de nomear empoderamento de mulheres no lugar de empoderamento feminino, que de fato é o termo mais recorrente tanto na literatura, quanto nos discursos de atores sociais, é uma escolha teórica e também política. Nomear o sujeito deste empoderamento nos parece fundamental, e é algo que escapa à caracterização demasiado generalizante de feminino. Também importa falar em mulheres, no plural, destacando a sua multiplicidade. Não existe, principalmente pensando em termos de América Latina, uma mulher única, singular — e que, com frequência, remete à mulher branca. Mulheres, então, porque é preciso destacar que existe muitas formas de sê-lo: pretas, indígenas, periféricas, LGBTQI+, mulheres com deficiência, imigrantes e refugiadas, mulheres em situação de rua, para mencionarmos algumas, mas sem a intenção de dar conta das possibilidades que o substantivo mulher adquire na prática.

Meu compromisso pessoal e militante com o feminismo e a luta das mulheres é também um elemento importante na escolha da temática desta pesquisa. Desde a graduação no curso de Ciências Sociais estive envolvida em mobilizações do movimento estudantil e de trabalhadores(as) através da participação no Coletivo Feminista Classista Ana Montenegro, ligado ao Partido Comunista Brasileiro (PCB). A troca de saberes e o compartilhar de experiências com mulheres das mais diferentes regiões do Brasil em torno de lutas por justiça

¹ Empreendedoras de si mesmas.

e igualdade, proporcionou uma aprendizagem imprescindível que passou a integrar meu olhar sociológico e orientar meu trabalho acadêmico.

Adotando a perspectiva de justiça social de Nancy Fraser (2007), consideramos o processo de empoderamento de grupos afetados por desigualdades estruturais como uma questão primordial. Ao encontro desta perspectiva e somando-nos a teóricas feministas, principalmente do Sul global como Cecília Sardenberg (2009), Mirla Cisne (2014) e Joice Berth (2019), entendemos que as mulheres têm suas trajetórias marcadas por discriminações e injustiças resultantes da desigualdade nas relações sociais de sexo — que são agravadas para muitas delas pelo racismo. No âmbito do trabalho, historicamente tal realidade resulta em diversas vulnerabilidades, como remuneração mais baixa para executar as mesmas funções que os homens, ocupação dos postos mais precários de trabalho e maior risco ao desemprego. É a partir daí que tomamos o empoderamento de mulheres como um problema social.

Ao se direcionar para a análise da situação das mulheres no mercado de trabalho, este estudo se soma a uma ampla bibliografia da área da sociologia do trabalho (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; LAPIS, 2011; ABÍLIO, 2015; ROSENFELD, 2015; ANTUNES, 2019) a respeito das transformações pelas quais o capitalismo global vem passando desde a década de 1970 — com a crise dos estados de bem-estar e o surgimento de um novo modelo produtivo — que, no âmbito do mundo do trabalho brasileiro, resultam em uma nova morfologia do trabalho; flexibilização das relações de trabalho e emprego; novas formas de precarização do trabalho; e o fenômeno recente da uberização ou *gig economy*, para mencionar algumas questões centrais.

A partir dos anos 1990, a subcontratação e terceirização se tornaram a principal estratégia das empresas, produzindo mudanças significativas no perfil dos(as) trabalhadores(as) e nas formas de trabalho. Nesse contexto, na sociologia os termos flexibilização e precarização, a partir dos trabalhos de Harvey (1992) e Castel (1998), ganharam destaque; o sindicalismo voltou a ganhar relevância; estudos com recorte de gênero tiveram novo fôlego; alguns focaram-se nas trajetórias ocupacionais entre emprego e desemprego e entre trabalho formal e informal; e estudos sobre as formas de trabalho tidas como não salariais (trabalho autônomo, artesanal, por conta própria, informal, à domicílio, cooperativo, autogestionário e outros) ganharam atenção, enquanto outros, ainda, têm dado maior relevância para o tema do empreendedorismo por acreditarem ser capaz de melhor explicar as novas formas de trabalho autônomo (VÉRAS DE OLIVEIRA *et al.*, 2019, p. 8). Dentro deste campo, pesquisas se voltam para dar conta das questões que envolvem o fenômeno do autoempreendedorismo, que vem se caracterizando como uma forma emergente de inserção pelo trabalho (ROSENFELD; ALMEIDA, 2014).

Embora não seja novidade no Brasil, país historicamente caracterizado por trabalhos precários e onde um estado de bem-estar não existiu no sentido pleno, cresce nesse contexto de crise econômica e escassez de emprego o que Abílio (2014) chamou de “viração”, o que define a provisoriedade das ocupações que garantem a sobrevivência, em atividades que passam por trabalho ilegal, trabalho informal, trabalho temporário e trabalho em domicílio, ou seja, os conhecidos “bicos” que fazem parte da vida de muitos brasileiros.

Ao mesmo tempo, também se constata cada vez mais predominante na sociedade um discurso fomentado pelo Estado e instituições como a ONU e o SEBRAE que assume a forma retórica de defesa do empreendedorismo. Nesse sentido, este assume um viés ideológico (CASTRO, 2013), exaltando valores individualistas, meritocráticos e de concorrência, que coloca sobre o indivíduo a responsabilidade pela sua inserção pelo trabalho em meio a um cenário de precarização do trabalho, da vida e da redução de postos de trabalho e emprego. O empreendedorismo dentro destes moldes configura-se como uma das expressões características da sociedade neoliberal. Para compreender este cenário, a perspectiva foucaultiana de neoliberalismo elaborada por Dardot e Laval (2016), Verónica Gago (2018) e Safatle (2021) é promissora. Para esta, e estes autores, a atual forma da sociedade capitalista é caracterizada por uma racionalidade neoliberal. Trata-se de, para além de um modelo político e econômico, uma forma de pensar e agir no mundo em que os indivíduos se enxergam como uma empresa, “empresa de si”, internalizando valores de mercado como valores de conduta. É a mercantilização de todas as esferas da vida e do social.

Neste contexto social, a figura do empreendedor schumpeteriano sofreu grandes mudanças nas últimas décadas: do empresário inovador e criativo, passou a ser considerado qualquer trabalhador que esteja disposto aos riscos de criar um pequeno negócio ou ainda (equivocadamente) aqueles que recorrem ao trabalho por aplicativos como o Uber, por exemplo. Aliado a isto, o empreendedorismo acaba configurando-se como uma política de emprego (ou des-emprego) promovida pelo Estado, que embora atue de forma positiva ao incentivar e criar mecanismos para a formalização de trabalhadores autônomos, insere-se em uma lógica neoliberal de maior flexibilização do mercado de trabalho e substituição do emprego por trabalhos mais instáveis e, em grande parte, sem proteções sociais. O autoempreendedorismo se insere neste quadro de mudanças no sentido de maior flexibilidade do trabalho e se expande no Brasil como alternativa ao emprego para milhões de pessoas.

O fortalecimento deste discurso ideológico do empreendedorismo pode ser visto como problemático se contrastado com a realidade de um país com grande desigualdade social, em que nos últimos anos tem avançado um projeto político onde o Estado atua articulado ao capital

para atender demandas de mercado (DARDOT; LAVAL, 2016), desmontando uma série de políticas e proteções sociais que outrora garantiram, mesmo com dificuldades, possibilidades de acesso ao emprego formal e trabalho decente. A lei 13.467 aprovada em 2017, que ficou conhecida como Reforma Trabalhista, é o principal exemplo recente disso, pois alterou mais de uma centena de artigos das normas trabalhistas em meio a promessas de geração de emprego e aumento da formalização que não se consolidaram e, ainda, pode mesmo estar contribuindo para o aumento da informalidade (FILGUEIRAS, 2019). De acordo com pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), das 507.140 novas vagas de trabalho criadas entre novembro de 2017 e abril de 2019, 58.630 foram de trabalho intermitente e 19.765 de trabalho parcial (60,7% dessas vagas ocupadas por mulheres), geralmente nos setores de serviços e comércio (IPEA, 2019).

Para analisarmos a relação entre empreendedorismo e o empoderamento de mulheres, partimos da perspectiva de teóricas feministas críticas, que há alguns anos vêm criticando o significado de “empoderamento feminino” que é mobilizado dentro da perspectiva política neoliberal. De um lado, empoderamento (na língua portuguesa) tem raízes na teoria do educador Paulo Freire e nos movimentos feministas dos anos 1980 (BERTH, 2019), sendo atribuído à ideia de construção de uma consciência crítica que se desdobra em ações práticas buscando transformações na realidade de grupos subalternizados. Este processo necessariamente deve resultar em uma tomada de poder coletiva, ou seja, todo o grupo deve desfrutar da emancipação conquistada. Essa noção é muito bem ilustrada pelo que a filósofa e ativista Angela Davis (2017) descreveu como *lifting as we climb*²: a dinâmica essencial da busca por poder de grupos discriminados deve buscar o empoderamento de todos os indivíduos, de todas as classes, credos e cores internacionalmente.

Por outro lado, teóricas feministas (SARDENBERG, 2009; FRASER, 2017; CORNWALL, 2018; BERTH, 2019) apontam que empoderamento tem sido associado de forma problemática a uma dimensão estritamente econômica deste processo por instituições fomentadoras do empreendedorismo como a ONU e o SEBRAE, para promoverem uma agenda político-econômica neoliberal que tem como objetivo manter o *status quo* e, conseqüentemente, as estruturas que geram desigualdades. Segundo Joice Berth (2019), a ideia de empoderamento surgiu nos movimentos sociais, depois passou a ser utilizada por ONGs na década de 1970 e gradualmente foi apropriada por grandes instituições e organizações financeiras, tal apropriação torna o empoderamento um instrumento de manutenção de práticas assistencialistas que

² “Erguendo-nos enquanto subimos”, tradução Editora Boitempo, 2017.

garantem o controle sobre grupos oprimidos sem incentivar qualquer transformação. Ao analisarem as distorções que sofre o conceito de empoderamento, teóricas feministas, como Madalena León, apontam que

Uma das contradições fundamentais do uso do termo “empoderamento” se expressa no debate entre o empoderamento individual e o coletivo. Para quem usa do conceito na perspectiva individual, com ênfase nos processos cognitivos, o empoderamento se circunscreve ao sentido que os indivíduos se autoconferem. [...] É “fazer as coisas por si mesmo”, “ter êxito sem a ajuda de outros”. Esta é uma visão individualista, que chega a assinalar como prioridade que os sujeitos sejam independentes e autônomos no sentido de domínio de si mesmos, e descarta as relações entre as estruturas de poder e as práticas da vida cotidiana de indivíduos e grupos, além de desconectar as pessoas do amplo contexto sociopolítico, histórico, de solidariedade e do que representa a cooperação e a importância de preocupar-se com o outro. (LEÓN, 2001, *apud* BERTH, 2019, p. 51)

Considera-se, então, uma promissora forma de compreensão da realidade social a articulação entre estas duas questões: o aumento do número de mulheres que se inserem no trabalho como autoempreendedoras e a forma como esta atividade profissional impacta objetiva e subjetivamente em suas vidas podendo gerar um processo de empoderamento.

Ao apontarmos a problemática da retórica empreendedora articulada a políticas neoliberais em uma sociedade desigual como o Brasil, tomamos como referência de justiça social o conceito elaborado pela filósofa norte-americana Nancy Fraser nas últimas décadas. Para Fraser (1997; 2009; 2017), justiça social se configura a partir de três dimensões indissociáveis: redistribuição, reconhecimento e representação. Com esta definição, entendemos que políticas de combate à desigualdade (redistribuição de renda), ao preconceito direcionado a grupos subalternizados (reconhecimento) e a falta de equilíbrio de poder de participação e voz de determinados grupos (representação) são fundamentais para a construção de uma sociedade justa e, conseqüentemente, para a possibilidade de existência de trabalho digno para todos e todas. A ideologia neoliberal atua na contramão dessa sociedade ao desenvolver políticas que aprofundam desigualdades (ANDERSON, 1995).

Ao nos debruçarmos sob o cenário do empreendedorismo no Brasil e o contexto que traçamos acima, atentamos ainda para a especificidade da situação das mulheres, que historicamente estão submetidas a relações sociais de sexo e de poder desiguais, conseqüentemente são as mais afetadas pelo desemprego e as desregulamentações do mercado de trabalho (HIRATA, 2002; BRUSCHINI *et al.*, 2008). Some-se ainda o fato de que elas também são as responsáveis pelo maior número de empreendimentos iniciados no Brasil em 2016 (GEM, 2017) e são 48% dos registrados como MEI (SEBRAE, 2019).

É no âmbito desta relação, entre a retórica do empreendedorismo e as discussões em torno do empoderamento de mulheres, que o autoempreendedorismo de mulheres interessa como temática de estudo. Para tanto, o grupo Empreendedoras da Restinga é um objeto de análise privilegiado por tratar-se de uma iniciativa autônoma, organizada por mulheres que trabalham como autoempreendedoras e que se identificam como “mulheres empoderadas”.

Criado no início do ano de 2019 na periferia da cidade de Porto Alegre – RS, o grupo era³ formado por cerca de 250 mulheres que residem e trabalham no bairro Restinga. O projeto de criação do grupo partiu de Roberta⁴, protética e proprietária de uma clínica odontológica, ao perceber que estava deixando de atrair clientes na sede localizada no bairro, enquanto não identificava este problema em relação a filial em outra localização da cidade. De acordo com ela, a Restinga é vista com preconceito pelo restante da cidade, ao ser frequentemente vinculada à violência. Sendo assim, unindo-se com outras mulheres, deram início aos encontros para atrair outras empreendedoras da comunidade. Diversas mulheres se conectaram através das dificuldades encontradas em seus negócios, no anseio de mostrar que a Restinga não é apenas as manchetes negativas dos jornais, estas mulheres criaram uma rede de apoio e se fortaleceram ao fortalecerem seus negócios.

Somando-se ao interesse de pesquisa na temática do empreendedorismo de mulheres, a história do grupo Empreendedoras da Restinga chegou até nós por intermédio de uma colega, moradora do bairro Restinga. Assim, o primeiro contato com o grupo se deu através de seu perfil no Facebook, conhecendo sua história através de postagens, matérias de jornais e reportagens televisivas na mídia local. Para além do fato de serem autoempreendedoras⁵ e de estarem articuladas em uma rede, o que tornava sua experiência instigante, percebeu-se que o grupo mobilizava em seu discurso a ideia de “empoderamento feminino”.

O segundo momento de aproximação com o grupo se deu com entrevista exploratória realizada com a idealizadora do grupo, Roberta. Neste momento foi possível conhecermos mais sobre a criação deste grupo e dos seus objetivos. Destes, o central era o fortalecimento da economia local através do fortalecimento das mulheres que empreendem no bairro Restinga. A partir disso, nos questionávamos de que forma o empoderamento de mulheres poderia estar sendo construído através da organização de um autoempreendedorismo em rede.

³ Desde setembro de 2020 o grupo se transformou em Associação. O processo e algumas consequências iniciais desta mudança que puderam ser percebidas durante esta pesquisa serão apontados no Capítulo 4 deste estudo.

⁴ O nome da idealizadora do grupo será mantido, pois trata-se de uma figura pública. As demais mulheres citadas neste estudo terão sua identidade preservadas, conforme acordado durante as entrevistas.

⁵ Dentro do alcance de nossa pesquisa empírica, identificamos que apenas duas integrantes não se encaixam nesta categoria. A idealizadora do grupo (pequena empresária) e uma de nossas entrevistadas que é proprietária de uma pequena empresa de viagens e possui uma sócia.

Sendo assim, o caminho desta pesquisa teve início com uma discussão teórica no âmbito da sociologia do trabalho e dos debates feministas, chegando ao encontro de uma realidade social que se tornou uma promissora questão de análise. Portanto, o objetivo deste estudo é analisar a relação entre o empreendedorismo e o empoderamento de mulheres, a partir da compreensão dos sentidos que o conceito de empoderamento adquire e como se constrói para as mulheres.

No âmbito das discussões teóricas que apontamos, também nos interessa identificar se o conceito de empoderamento mobilizado pelas mulheres do projeto analisado se aproxima ou se distancia do conceito formulado pela teoria feminista crítica e da ideia de empoderamento que é utilizada por instituições fomentadoras do empreendedorismo. Ainda, buscamos verificar quais dimensões de empoderamento, conforme a definição das teóricas feministas, podem ser identificadas na realidade das mulheres do projeto analisado. Este trajeto para delinear quais significados empoderamento adquire para as mulheres do grupo que são objeto deste estudo nos auxilia, por fim, a verificar como o formato de autoempreendedorismo em rede criado na sua experiência impacta as suas trajetórias pessoal e profissional.

Observando as características do grupo Empreendedoras da Restinga e as relações estabelecidas entre estas mulheres, pareceu-nos que suas experiências de empoderamento — que partimos do pressuposto que existem, uma vez que estão anunciadas no discurso propagado pelas redes sociais — estão fortemente associadas à organização coletiva para fortalecer mulheres e também o bairro em que vivem, ao mesmo tempo que se fortalecem como autoempreendedoras. A hipótese que orienta este estudo é, portanto, a de que o autoempreendedorismo quando em rede parece se tornar um fator importante no processo de empoderamento de mulheres.

Conforme apontamos, a definição de nosso objeto de estudo se deu através de pesquisa exploratória nas redes sociais do grupo e em conversa com a sua fundadora. A partir disso, para dar conta dos objetivos propostos pela pesquisa, o caminho para a coleta dos dados constituiu-se em quatro etapas: 1) levantamento e análise das postagens nos perfis do Facebook e Instagram; 2) questionário online aplicado a todo o grupo; 3) seleção de entrevistadas; e 4) realização de entrevistas. Desse modo, este é um estudo qualitativo, que utilizou como técnica de construção dos dados entrevistas em profundidade (GASKELL, 2008; HAGUETTE, 2010) e análise de materiais em mídias digitais, submetidos à análise de conteúdo (BARDIN, 1977).

O primeiro momento da pesquisa empírica, que se estendeu concomitante aos dois anos em que ela se construiu, foi a análise das páginas do grupo nas redes sociais Facebook e Instagram. Estas redes sociais são o principal meio de divulgação das atividades e ações do

grupo, bem como do trabalho das autoempreendedoras que o integram. Estes espaços, assim, reúnem grande riqueza de dados que possibilitam, principalmente, conhecer o grupo, seus objetivos, atividades e intenções. A análise deste conteúdo possibilitou verificar quais ideias e significados são mobilizados e defendidos pelo grupo, sendo importante destacar que estes não necessariamente representam todas as integrantes do grupo, como veremos na análise dos dados coletados apresentada neste estudo.

Foi o tamanho e a diversidade interna do grupo que nos levou ao segundo passo, a criação de um questionário online, através do site Google Formulários, apresentado no Apêndice - A deste trabalho. Com este instrumento, buscamos um “delineamento de amostra baseado em todas as informações acessíveis anteriores à investigação do tema” (GASKELL, 2008, p. 70), conhecendo, assim, o perfil socioeconômico do grupo para posteriormente selecionar as mulheres com as quais procederíamos as entrevistas. O questionário foi divulgado entre os meses de julho e agosto de 2020 pelo nosso contato, a fundadora do projeto, nos grupos de comunicação oficial das empreendedoras, aos quais não é permitido acesso externo. Neste questionário foram abordadas questões socioeconômicas, questões a respeito das características de seus empreendimentos e também questões qualitativas focadas nas experiências como autoempreendedoras e participantes do grupo de mulheres.

Ao final desta primeira etapa, de um universo de aproximadamente 250 mulheres, obtivemos 30 respostas para o questionário aplicado. Traçamos um perfil que se refere às treze mulheres por nós entrevistadas e apresentamos estes dados com maior detalhamento no Capítulo 4 deste trabalho (Quadro 4). Contudo, cabe destacar que as mulheres que compõem o universo analisado para as discussões deste estudo são diversas: a faixa etária vai dos 24 aos 51 anos; atuam como cabelereiras, *pet sitter*, guia de turismo, artesã, contadora, doceiras, maquiadora e vendedoras de utilidades domésticas; seus rendimentos variam entre quinhentos e cinco mil reais mensais; seis são formalizadas registradas como MEI; metade possui ensino superior incompleto, três concluído, três possuem ensino médio completo e uma não concluído; doze possuíam emprego em regime celetista antes de se tornarem autoempreendedoras.

Entre as respondentes deste questionário, realizamos a seleção das entrevistadas. Uma vez que não pretendemos neste estudo realizar tentativas de generalizações, atentando para as diferentes perspectivas e vivências das mulheres analisadas, procedemos esta seleção na perspectiva de que “a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar espectro de opiniões, as diferentes representações do assunto em questão” (GASKELL, 2008, p. 68). Sendo assim, utilizamos como critério a diversidade dos perfis, buscando atender às questões de raça, escolaridade, renda e tipo de atividade econômica

— selecionando quinze perfis. Também a partir desta etapa, principalmente através de questões que exploraram as vantagens e benefícios que o trabalho enquanto autoempreendedora e sua participação no grupo trouxeram para elas, estruturamos nosso roteiro de entrevistas.

A partir dos nomes informados pelas respondentes no questionário aplicado, tivemos acesso a elas nas redes sociais Facebook e Instagram, através das quais estabelecemos contato para as entrevistas por chamadas de vídeo. Neste ponto, a pesquisa adquiriu um novo formato devido ao isolamento social imposto pela pandemia de Covid-19. O objetivo inicial para a condução desta etapa, seria a realização de entrevistas nos locais de trabalho destas mulheres, tendo como intenção a aproximação com o bairro Restinga que é, não apenas onde se localiza a experiência do nosso objeto de estudo, mas também se constituiu como um elemento central para sua análise. As entrevistas foram realizadas ao longo dos meses de outubro e novembro de 2020, totalizando treze entrevistas das quinze selecionadas (devido incompatibilidade de horários de trabalho com duas respondentes que inviabilizou sua participação), que gravadas e transcritas em sua totalidade.

Durante a realização da etapa de entrevistas, o grupo estava passando por uma transformação importante ao se constituir enquanto Associação. Neste processo, das aproximadamente 250 empreendedoras restaram 60, embora muitas ainda expressem o desejo de associar-se. Ainda que no espaço desta pesquisa não tenha sido possível investigarmos os desdobramentos desta transformação, algumas das entrevistadas fazem parte do grupo que não aderiu a este novo formato, o que nos possibilitou acesso a questões interessantes sobre as relações estabelecidas internamente no grupo (e possíveis conflitos) e sobre o papel do grupo para estas mulheres, quando se pode comparar o efeito que sua ausência tem na vida destas.

A partir das narrativas encontradas nas entrevistas, identificamos os principais fatores mobilizados por elas como responsáveis pelo empoderamento que estão vivenciando e, assim, construímos os indicadores que orientam nossa análise. Ao mobilizarmos o conceito de empoderamento, utilizamos como referência uma dezena de autoras feministas que de forma geral convergem quanto ao seu significado: uma ação de tomada de consciência e emancipação coletiva. Para tratar deste conceito, Stromquist (2002 *apud* BERTH, 2019) define quatro dimensões de empoderamento (Quadro 2) que auxiliam sua operacionalização na análise da realidade social. Com base nisso, elaboramos um modelo de análise para esta pesquisa (Quadro 5) que será apresentado no Capítulo 4 deste trabalho, em conjunto com a análise dos dados coletados.

Estes instrumentos de estudo permitiram construir o argumento de que o empoderamento na experiência das mulheres do grupo analisado se constrói a partir de um

autoempreendedorismo em rede. Isso ocorre através da articulação de fatores que se associam tanto à atividade econômica como autoempreendedoras, quanto ao pertencimento ao grupo de mulheres. Nas narrativas analisadas, os fatores vinculados ao sentimento de estarem empoderadas foram: informação; conhecimento técnico; desenvolvimento de habilidades profissionais; elevação autoestima; reconhecimento; autoconfiança; autonomia; engajamento social na comunidade; pertencimento à comunidade; capacidade de gerar renda de forma independente; aumento do nível de renda; realização profissional; controle sobre o tempo de trabalho; ascensão social; inserção no mercado de trabalho.

Sendo assim, o autoempreendedorismo, quando estabelecido em rede pode produzir impactos importantes na realidade dos sujeitos envolvidos. No caso das mulheres analisadas, o tal impacto se reflete no seu empoderamento, que pode indicar possíveis caminhos para justiça social. De um lado a retórica do empreendedorismo, de outro a crítica, justificada, das teóricas feministas: entre estas concepções, encontram-se a realidade das práticas populares que se reinventam e, no agir coletivo dos sujeitos, constroem processos virtuosos que pode levar à superação – pelo menos em parte – de situações de desigualdade e injustiça social, ainda que dentro do neoliberalismo. Até porque, e indo ao encontro das formulações de Verónica Gago (2018) a respeito da razão neoliberal, não há maneira de se estar “fora” dessa lógica de mercantilização da vida, mas os sujeitos a reinventam, como podem, o tempo todo.

A fim de construir de maneira apropriada a questão proposta, esta dissertação está estruturada em três partes. No Capítulo 2, “Empreendedorismo”, traçamos brevemente algumas definições sobre o que é ser empreendedor(a) e o que é empreendedorismo, para analisarmos este fenômeno de inserção pelo trabalho na sociedade brasileira. Em seguida analisamos o contexto do mercado de trabalho no Brasil, enquadrando a situação que ocupam as mulheres, e apontamos alguns dados importantes para este estudo acerca do autoempreendedorismo no país.

Seguindo, no Capítulo 3, “Empoderamento de Mulheres”, em um primeiro momento demarcamos algumas definições das noções de igualdade e justiça social que adotamos, para indicar o porquê da importância do empoderamento de mulheres. A partir disso, nos atentamos para o conceito de empoderamento dentro da perspectiva teórica feminista crítica e a problematização proposta por esta à concepção de empoderamento que é mobilizada a partir de uma lógica neoliberal por instituições como a ONU e o SEBRAE, a fim de fomentarem a inserção de mulheres no mercado de trabalho. Com estas exposições, passamos à análise dos significados que empoderamento adquire para as mulheres do grupo de autoempreendedoras analisadas, a fim de situarmos a forma como elas compreendem esse processo em contraposição às teorias abordadas.

Por fim, no Capítulo 4, “Autoempreendedorismo em rede”, primeiramente apresentamos o grupo Empreendedoras da Restinga, sua história, objetivos e dinâmica interna de organização, bem como apresentamos de forma detalhada o perfil das mulheres por nós entrevistadas. Em seguida, realizamos a análise dos dados coletados durante a pesquisa empírica. Esta ocorre em dois momentos, analisando os fatores envolvidos no processo de empoderamento para estas mulheres na sua relação com a atividade como autoempreendedoras e, em seguida, como tais fatores engendram esse processo também a partir da relação destas mulheres no interior do grupo. Desta forma, construímos uma separação analítica na tentativa de demonstrar como os fatores responsáveis pelo empoderamentos destas mulheres estão atribuídos tanto à atividade econômica *per se* como à organização coletiva. Com isso, nos encaminhamos para as conclusões, segundo as quais tais fatores se encontram articulados, impossibilitados de serem separados na realidade social. Sendo esta articulação precisamente o que produz, para estas mulheres, o sentimento de estarem empoderadas: o autoempreender em rede.

2 EMPREENDEDORISMO

Falar de empreendedorismo no Brasil hoje faz necessário mobilizar mais do que questões que envolvem uma forma de trabalho, pois essa ideia ganhou dimensões complexas que atingem os campos subjetivos e ideológicos de discussão. Não à toa, o conceito de empreendedor deixou de estar restrito a área da Economia e passou a ser elemento de análise em diferentes áreas de conhecimento, inclusive da Psicologia (OLIVEIRA *et al.*, 2016). Ao indicar como problemática de pesquisa como se constrói o empoderamento de mulheres através da relação entre o trabalho como autoempreendedoras e a sua organização em um grupo, um autoempreendedorismo em rede, se faz necessário compreendermos o que significa ser empreendedor(a), não apenas teoricamente, mas no contexto brasileiro, e também analisarmos o lugar que as mulheres ocupam dentro deste contexto. Sendo assim, neste capítulo a discussão será dividida em quatro momentos, a começar pela (1) delimitação do conceito de empreendedor, (2) passando para o papel que o empreendedorismo assume na sociedade brasileira atualmente, somado às (3) condições das mulheres trabalhadoras dentro deste contexto histórico e social e, por fim, (4) analisando como o empreendedorismo passa de atividade econômica para uma ideologia operacionalizada através de políticas públicas.

2.1 SER EMPREENDEDORA: DESLOCAMENTOS E DEFINIÇÕES

O conceito de empreendedor não é produto do capitalismo contemporâneo, embora nas últimas décadas tenha recebido maior atenção. O registro mais antigo da utilização do termo remonta à 1725, quando o economista Richard Cantillon descreveu a atividade de pessoas que compravam matéria-prima, processavam-na e vendiam a terceiros em uma dinâmica onde os riscos do negócio eram assumidos inteiramente pelo empreendedor. Quase um século mais tarde, o economista francês Jean-Baptiste Say utilizou a expressão acrescentando a ideia de que um empreendedor é alguém que inova e se constitui em um agente de mudanças (DOLABELA, 2008; DANTAS, 2008).

Em 1912, com a publicação de “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, o economista Joseph A. Schumpeter define uma empresa como “empreendimento de novas combinações” em que o indivíduo responsável por realizá-las é um empreendedor. Em 1942, na obra “Capitalismo, Socialismo e Democracia”, o economista desenvolve a ideia de que o sistema capitalista de produção de mercadorias é caracterizado pela destruição criadora, tendo como principal agente o empreendedor, que ao criar novos produtos, métodos e mercados e destruindo

o antigo, revoluciona a estrutura econômica garantindo o que ele considera o processo fundamental do capitalismo (SCHUMPETER, 1961 *apud* CASTRO, 2013).

O termo *entrepreneur* do inglês foi traduzido como “empresário” para a língua portuguesa, algo que mudou apenas recentemente quando se passou a caracterizar o empresário bem-sucedido como um empreendedor (MELO, 2008 *apud* TAVARES, 2014, p.94). Da mesma forma, ao longo do tempo os significados atribuídos a ideia de empreendedorismo variaram e ainda hoje, de acordo com Colbari (2007), não há um consenso construído na literatura ou no debate público. Analisar, então, a atividade empreendedora no Brasil é uma tarefa que inicia com o desafio de delimitar o próprio estes conceitos para, assim, podermos indicar não apenas de que atividades estamos falando, mas qual ator constitui o objeto desta pesquisa.

O adjetivo empreendedor, de acordo com o dicionário Michaelis de língua portuguesa, designa alguém ativo e dinâmico que procura a realização de coisas difíceis e fora do comum. No site oficial do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a partir das contribuições de Schumpeter (1942) e da psicóloga Maria Inês Felipe (1996), o empreendedor aparece definido como alguém “motivado pela autorrealização e pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente”⁶. Ainda, de acordo com Tavares (2014) em estudo realizado sobre o papel desta instituição na produção discursiva de indivíduos empreendedores, a partir da análise de cursos oferecidos pelo SEBRAE, características como criatividade, inovação e persistência emergem associadas ao empreendedor e ao empreendedorismo, que se configura como uma filosofia de vida.

Adquirindo cada vez mais espaço nos meios de comunicação, o “ser empreendedor” aparece associado a um empresário bem-sucedido, um trabalhador por conta própria e ainda na afirmação de liderança no local de trabalho, na comunidade ou na gestão pública (COLBARI, 2007). Dessa forma, “trata-se de uma força social desencadeada por comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, à mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas” (COLBARI, 2007, p. 76). Importa, assim, diferenciar empreendedor de empresário, e o empreendedorismo da abertura de uma empresa ou pequeno negócio, noções que são frequentemente confundidas no senso comum.

Fazer essa distinção significa compreender que empreendedorismo, independentemente das diferentes atividades às quais é atribuído, se refere mais a uma cultura do que a uma atividade em si. Nessa cultura, para Fillon (1999 *apud* COLBARI, 2007, p. 78), são exaltados

⁶ Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empendedor.ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=Empendedor%20%C3%A9%20aquele%20que...>>. Acesso em 12 abr. 2021.

valores como independência, autonomia, liderança, autoconfiança e criatividade vinculados ao desenvolvimento econômico, geração e distribuição de riqueza.

Como podemos ver, a partir das definições apresentadas até aqui, a ideia do que é ser empreendedor se deslocou de uma noção de sujeito criativo e inovador (a destruição criadora schumpeteriana) para aquele que corre riscos a fim de ser um(a) trabalhador(a) independente e bem-sucedido(a). Nesse sentido, como aponta Colbari (2007), a imagem romântica e quase mística do empreendedor como alguém portador de qualidades excepcionais que fomenta o desenvolvimento da sociedade, que foi construída pela concepção tradicional, parece estar se desfazendo e “deixando os componentes heroicos e naturalizados para se tornar uma condição a que todos podem ter acesso” (COLBARI, 2007, p. 82). De fato, a realidade parece corroborar esta constatação.

Analisando as autoempreendedoras entrevistadas para esta pesquisa, foi possível verificar que seus empreendimentos não se caracterizam como uma inovação de mercado ou negócio e a sua realização depende mais de dedicação e tomada de riscos do que criatividade ou “genialidade”. Junto a isso, o motivo pelo qual optaram por esta forma de trabalho está vinculado ao desejo de ser dona do seu próprio negócio, da sua renda e, principalmente, do seu tempo. Dessa forma, não há nenhum elemento “místico” ou “especial” em se tornar empreendedora, quando essa atividade passa a ser encarada como ganho de autonomia, liberdade, sucesso profissional, e, portanto, almejada pela maioria da população trabalhadora. Todos podem não só ser empreendedores como parecem desejar ser. É o que constatou relatório sobre o empreendedorismo no Brasil elaborado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2019, ao investigar quais eram os sonhos profissionais dos brasileiros (Figura 1).

Figura 1 – Sonhos Profissionais entre Empreendedores e Não-Empreendedores – Brasil, 2019

TABELA 3.1

Percentual¹ da população segundo "os sonhos profissionais": comparação entre indivíduos não empreendedores e empreendedores por estágio - Brasil - 2019

Sonho	%			
	Empreendedores			Não Empreendedores
	Nascentes	Novos	Estabelecidos	
Fazer carreira numa empresa	22,6	16,5	9,8	28,8
Ter o próprio negócio	66,7	33,8	19,2	38,7
Carreira no serviço público	19,1	10,2	7,1	19,3

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual população de 18 a 64 anos que tem como sonho o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

Fonte: GEM Brasil, 2019.

Dentro deste campo abrangente que é o empreendedorismo, e das tantas atividades que podem ser abarcadas neste termo, nos referimos a “autoempreendedoras” partindo da perspectiva de que estamos lidando com um fenômeno que se refere a sujeitos que se transformam subjetivamente em empresas e, portanto, a atividade empreendedora ocorre sobre si mesmos, sobre suas próprias vidas e trabalho. Como buscamos destacar até aqui, tanto a ideia do que é ser um(a) empreendedor(a), quanto o empreendedorismo se tornaram noções diluídas de tal forma que se distanciam do seu conceito original. A problemática disso está na generalização de fenômenos que são, em verdade, fundamentais de serem diferenciados.

Ao falarmos de autoempreendedorismo, estamos tratando de um fenômeno que se desdobra em um contexto de flexibilização do mundo do trabalho que, no limite, tem levado milhões de trabalhadores(as) a se inserirem no mercado assumindo por conta própria todos os riscos e responsabilidades dessa inserção. Independentemente de serem informais, pessoas jurídicas ou microempreendedores individuais (MEI), a lógica que organiza a forma de trabalho é a de uma racionalidade empresarial e mercadológica, que tem sido uma das marcas mais características deste período histórico de capitalismo neoliberal. Dessa forma, ainda que cada vez mais trabalhadores(as) manifestem o desejo de empreender e enxerguem nesta forma de trabalho uma realização profissional, é importante não perdermos de vista as fragilidades que constituem esta forma de inserção pelo trabalho. Ainda que possa se apresentar como uma escolha, está inserida em um contexto de desmonte de políticas sociais e de emprego.

2.2 O EMPREENDEDORISMO NO CENÁRIO BRASILEIRO

A forte crise que atingiu os países de capitalismo desenvolvido na década de 1970, abalando o *welfare state* e enterrando os “anos dourados” do capitalismo, abriu caminho para a implementação de políticas econômicas neoliberais que causaram uma nova reestruturação do modo de produção (LAPIS, 2011). No Brasil, a crise do Estado evidenciou-se, a partir da crise fiscal da década de 1970, com o fim do “milagre econômico”, e agrava-se nos anos 1980 com o crescimento da dívida externa, exigindo do governo federal ajustes por parte do Banco Mundial e do Fundo Monetário Internacional (FMI). Dessa forma, investimentos públicos nas áreas sociais foram inviabilizados e os programas sociais deterioraram-se, fortalecendo o regime de produção pós-fordista “assentado em uma doutrina monetarista de conotação meritocrática a qual, ao privilegiar a autoproteção dos indivíduos, a inovação e o empreendedorismo, remonta às postulações econômicas de Joseph Alois Schumpeter” (SILVA, 2011 *apud* TAVARES, 2014, p. 53).

O período de acumulação flexível que temos vivido desde então, é marcado por diversas e intensas transformações na estrutura produtiva e no modo de vida como um todo, caracterizada pela flexibilidade das relações de trabalho e sociais, dos empregos, da economia e da informação. No âmbito do trabalho, as principais consequências têm sido a larga utilização das terceirizações, subcontratações, empregos temporários e a regressão de direitos trabalhistas historicamente conquistados. Ficou para trás o trabalhador industrial e fabril clássico das eras fordista e toyotista e surge uma diversidade complexa de formas de trabalho: *part time*, empreendedorismo, terceirizados, e o próprio setor terciário, que passou a concentrar enorme quantidade de trabalhadores(as).

Boltanski e Chiapello (2009) argumentam nesse mesmo sentido a respeito das consequências negativas da reestruturação produtiva do capital pós 1970. Analisando as principais mudanças no mundo do trabalho, sugerem que a flexibilização atua em dois eixos: a interna, que diz respeito a mudanças na organização e técnicas do trabalho (a lógica como operam as empresas), e a externa, que incide sobre as formas de contratação de força de trabalho (emprego precário, temporário, autônomo, terceirização). Juntas, essas duas dimensões alteraram completamente a realidade do trabalho e dos(as) trabalhadores(as) em âmbito global.

A principal consequência foi a precarização do trabalho, assim o emprego nos marcos da época fordista clássica praticamente foi extinto e com as novas abordagens na administração de empresas, atendendo à lógica de uma empresa flexível, mais “livre”, os trabalhos temporários e terceirizados viraram a regra. Ainda, para justificar essa nova morfologia foi necessária a construção de uma narrativa que abstém as empresas de qualquer crítica uma vez que é difundido e internalizado socialmente que essas novas formas de trabalho são benéficas também para os(as) trabalhadores(as). É também dentro dessa lógica que opera a retórica do empreendedorismo, tornando o indivíduo responsável pela sua empregabilidade através da ideia do “quem quer corre atrás” e “quem se esforça conquista” e, ainda, coloca na categoria de empreendedor os(as) trabalhadores(as) como os(as) de aplicativos digitais que em verdade nada mais são do que autônomos precarizados.

Embora o Brasil tenha se inserido no processo de globalização neoliberal nos anos 1990, o trabalho flexível sempre esteve presente em sua realidade. Os anos 2000 marcaram o início de um movimento contraditório com a melhora dos indicadores sociais, aumento da formalização, redução das taxas de desemprego, implementação de políticas sociais e regulação do trabalho de um lado, enquanto por outro, mantiveram-se altas as taxas de informalidade e a pressão por maior flexibilização das relações de trabalho (ROSENFELD, 2015) expressa em

diversos projetos de lei propostos e/ou aprovados, como o caso da recente Reforma Trabalhista implementada em 2017.

De acordo com Baltar e Krein (2013 *apud* VERÁS DE OLIVEIRA, 2019, p. 11), as melhoras nos indicadores de emprego observadas entre 2003 e 2014 não alteraram estruturalmente o caráter precário do trabalho no Brasil, mantendo-se o processo de flexibilização das relações de trabalho. Ao final de 2014, a interrupção da geração de empregos formais e o brusco aumento do desemprego marcaram definitivamente a chegada da crise ao mercado de trabalho no Brasil. Após anos em uma trajetória positiva de diminuição da desigualdade econômica, diversos levantamentos têm demonstrado uma rápida reversão dos efeitos distributivos outrora implementados e, em 2019, já havíamos voltado ao patamar de doze anos atrás, onde os 50% mais pobres se apropriam de apenas 3,5% de toda renda do trabalho. Embora o desemprego e o desalento sejam apontados como responsáveis pelo início do crescimento da desigualdade, hoje o principal motivo são as desigualdades entre trabalhadores, o que se deve ao fato de que “benefícios e direitos típicos (e sazonais) do setor formal se tornaram mais escassos e concentrados” (BARBOSA, 2019). Neste processo, Pochmann (2017) aponta que

Após sete décadas de construção de uma superior sociedade urbana e industrial, consolidaram-se, com o fim do ciclo político da Nova República, em 2016, os novos e inegáveis ingredientes regressivos da transição para a sociedade de serviços no Brasil. Do progresso registrado em torno da construção de uma estrutura social medianizada por políticas sociais e trabalhistas desde a década de 1930 e sistematizada pela Constituição federal de 1988, constata-se, neste início do século XXI, o retorno à forte polarização demarcada pela ascensão da classe média proprietária e ampla classe trabalhadora de serviços. (p. 284)

Atualmente o Brasil passa por uma crise econômica, iniciada em 2014 e agravada recentemente pela pandemia de Covid-19, que tem gerado taxas de desemprego recordes. De acordo com a PNAD Contínua, no trimestre de novembro a janeiro de 2021, a taxa de desemprego foi de 14,2%, a média mais alta desde o início da série histórica em 2012 (IBGE). Isso representa 14,3 milhões de brasileiros à procura de trabalho. Já a taxa de subutilização da força de trabalho (referente a desocupados, subocupados por insuficiência de horas e força de trabalho potencial) foi de 29%. Segundo estudo realizado pelo Ipea, com base nestes dados, 3 em cada 10 lares brasileiros chegaram ao fim de 2020 sem nenhuma fonte de renda obtida através do trabalho. Somado a isso, contabilizou-se a extinção de 3,918 milhões de vagas de trabalho com carteira assinada no setor privado⁷.

⁷ Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral.tres-em-cada-dez-familias-brasileiras-encerraram-2020-sem-nenhuma-renda-do-trabalho,70003675391>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

Ao mesmo tempo, cresce o número de autoempreendedores, fato que se dá tanto por influência de uma retórica do empreendedorismo quanto por políticas públicas, como a do Microempreendedor Individual (MEI), que atribuem maior visibilidade a este segmento ao oferecerem benefícios legais e fiscais que estimulam a formalização destes trabalhadores. De acordo com relatório do GEM, em 2019 estimava-se que 53,4 milhões de brasileiros estavam à frente de alguma atividade empreendedora (formal ou informal) ou envolvidos na criação de um novo empreendimento (GEM, 2019).

Diante deste contexto histórico, que buscamos traçar brevemente a partir de revisão de literatura e dos dados recentes a respeito do mercado de trabalho, nos importa, pois, atentar para o lugar que o empreendedorismo ocupa hoje no Brasil. Faremos isso articulando duas dimensões da questão. Por um lado, a retórica do empreendedorismo, tanto a forma que esta assume no país quanto seus locutores mais importantes. De outro, a dimensão prática da atividade autoempreendedora através das políticas públicas que fomentam seu desenvolvimento. Com isso, queremos propor a articulação entre as duas dimensões que, ao que parece, é precisamente o elemento chave para entender o crescimento do autoempreendedorismo no país.

Como já apontamos, o empreendedorismo atualmente não carrega em si apenas uma terminologia para designar determinada atividade econômica. Como já abordado por Castro (2013), ele adquiriu dimensões mais complexas e pode mesmo ser compreendido como uma ideologia. Partir desta perspectiva significa compreender o incentivo à inserção no mercado de trabalho através do autoempreendedorismo, a nível macro, como um projeto político. Isso ocorre de forma estritamente vinculada com as mudanças na política econômica e no mercado de trabalho, já destacadas, que representam as consequências do desenvolvimento do neoliberalismo nos últimos trinta anos.

A retórica empreendedora que surge neste contexto pode ser identificada no discurso de diferentes atores, com muita frequência nos veículos de comunicação de massas e habitando o imaginário popular, pelo Estado e também por instituições como a ONU e o SEBRAE. Nos deteremos brevemente sobre a forma como o empreendedorismo é incentivado no caso destes atores e, no Capítulo 4 deste trabalho, analisaremos também como o grupo Empreendedoras da Restinga mobiliza a ideia de empreendedorismo dentro deste quadro.

A ONU, há muitos anos, tem o fomento ao empreendedorismo em países em desenvolvimento como um de seus objetivos. Em 1982, realizou pesquisa buscando identificar o que seria um empreendedor, como desenvolver uma forma de identificar empreendedores e um treinamento que estimulasse as competências empreendedoras dos indivíduos. Desta

pesquisa surgiram as “10 Características de Comportamento Empreendedor” (CCE), uma cartilha que estabelece diretrizes e que foi adotada por diversas instituições, como pelo SEBRAE, servindo de base para a formação de empreendedores (TAVARES, 2014, p.95). Tais características estão expostas no Quadro 1, abaixo.

Quadro 1 – 10 Características de Comportamento Empreendedor

<p>1. Busca de Oportunidades e Iniciativa: Ter a capacidade de criar e enxergar novas oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor e implementar soluções inovadoras.</p> <p>2. Persistência: Enfrentar os obstáculos decididamente, buscando sempre o sucesso, mantendo ou mudando as estratégias, de acordo com as situações.</p> <p>3. Correr Riscos Calculados: Analisar as alternativas e se dispor a assumir desafios ou riscos moderados respondendo pessoalmente por eles.</p> <p>4. Exigência de Qualidade e Eficiência: Decidir que fará sempre mais e melhor, buscando satisfazer ou superar o que os clientes desejam.</p> <p>5. Comprometimento: Fazer sacrifícios pessoais; esforçar-se para completar uma tarefa; colaborar com os subordinados e, até mesmo, assumir o lugar deles para terminar um trabalho; fazer força para manter os clientes satisfeitos.</p> <p>6. Busca de Informação: Interessar-se, pessoalmente, por obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investigar, pessoalmente, como fabricar um produto ou prestar um serviço; consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.</p> <p>7. Estabelecimento de Metas: Assumir metas e objetivos que representem desafios e tenham significado pessoal; definir, com clareza e objetividade, o que se quer atingir e em que prazo.</p> <p>8. Planejamento e Monitoramento Sistemáticos: Planejar, dividindo tarefas de grande porte em tarefas menores com prazos definidos; revisar constantemente seus planos, considerando os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais; manter registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões.</p> <p>9. Persuasão e Rede de Contatos: Utilizar-se de estratégias para influenciar ou convencer os outros, a fim de conseguir melhorias no seu negócio; manter boas relações comerciais com clientes e fornecedores.</p> <p>10. Independência e Autoconfiança: Buscar manter seus pontos de vista, mesmo diante de um insucesso temporário. Ter confiança na sua própria capacidade de complementar alguma tarefa difícil ou de enfrentar desafios.</p>

Fonte: Tavares, 2014, p.95.

Neste documento, chama a atenção a noção expressa de que uma das características desejadas de um empreendedor é o “fazer sacrifícios pessoais”. Essa “glamourização” de um sofrimento psíquico do indivíduo que empreende é muito presente nos discursos de fomento ao empreendedorismo e foi identificada, também, nas narrativas das autoempreendedoras entrevistadas neste estudo — as quais analisaremos no Capítulo 4. Essa defesa do trabalho duro,

difícil, penoso como um trabalho que é, por isso mesmo, valorizado, parece encaixar-se bem dentro do discurso da retórica do empreendedorismo. Em um contexto social organizado por uma racionalidade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016; GAGO, 2018) em que são desestruturadas as proteções sociais, os indivíduos são convocados a responsabilizarem-se pela “gestão de sua sobrevivência” mesmo na ausência de condições de igualdade e oportunidades. Além disso, o que se apresenta como desejado de um empreendedor vai ao encontro do diagnóstico que teóricos têm elaborado a respeito do neoliberalismo, como aponta Safatle (2021, p. 23):

Com a generalização da forma-empresa no interior do corpo social abriu as portas para os indivíduos se autocompreenderem como “empresários de si mesmos” que definem a racionalidade de suas ações a partir da lógica de investimentos e retorno de “capitais” e que compreendem seus afetos como objetos de um trabalho sobre si tendo em vista a produção de “inteligência emocional” e otimização de suas competências afetivas.

Através da sua agência voltada para as questões das mulheres, a ONU também tem se dedicado a promover a inserção econômica feminina através do fomento à atividade autoempresendedora e desenvolvimento de capacidades de lideranças dentro de empresas privadas, mobilizando como motivador central o empoderamento feminino. Através de programas de formação, como o “Ganha-Ganha: Igualdade de Gênero Significa Bons Negócios” e o “Digitalize Seu Negócio”⁸, metodologia para formação e desenvolvimento de indivíduos empreendedores⁹ e documentos que firmam princípios e metas para o empoderamento e empreendedorismo, como “Princípios de Empoderamento das Mulheres”, a instituição se configura como uma importante fomentadora dessa forma de atividade econômica. Em matéria publicada no site oficial da instituição¹⁰, lemos o seguinte:

Nos últimos dois anos, as mulheres vêm consolidando um papel de protagonistas no universo do empreendedorismo brasileiro. Pesquisas conduzidas pelo Sebrae, como a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e o Anuário do Trabalho nos Pequenos Negócios, mostram que desde 2017 as mulheres superaram os homens na abertura de empresas e já são maioria entre os trabalhadores com carteira assinada nos pequenos negócios. Em sintonia com esse avanço, o Sebrae assina, no próximo dia 27 de julho, a carta de adesão aos “Princípios de Empoderamento das Mulheres”, da ONU Mulheres e do Pacto Global das Nações Unidas, cuja finalidade é compartilhar poder às mulheres para que participem de forma plena da vida econômica em todos os setores e em todos os níveis da economia brasileira. Com essa decisão, o Sebrae passa

⁸ Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/124217-onu-uniao-europeia-e-rede-mulher-empresendedora-lancam-curso-gratuito-para-mulheres>>. Acesso em: 02 maio 2021.

⁹ Disponível em: <<http://www.ma.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MA/metodologia-da-onu-ja-formou-258-mil-empresendedores-no-brasil-e-5-mil-no-ma,4c5216417c685610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 02 maio 2021.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/noticias/sebrae-se-une-a-onu-para-fortalecer-empresendedorismo-das-mulheres/>>. Acesso em: 02 maio 2021.

a integrar um grupo de mais de 170 entidades públicas e empresas que incorporaram em seus negócios valores e práticas que visam à equidade de gênero e à consolidação do papel das mulheres na sociedade e na economia. (ONU MULHERES BRASIL, 2018 s/p.)

Outro ator importante operando neste sentido é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), criado em 1964 pelo então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), foi por muitos anos um órgão público e atua desde 1990 como instituição privada fomentando o empreendedorismo e auxiliando na formalização de negócios. No Brasil, é a principal instituição relacionada à atividade econômica das micro e pequenas empresas, e tem como função a formação de empresários e empreendedores. Já mencionamos os sentidos que o SEBRAE atribui à atividade empreendedora, ao que é ser um empreendedor, que passa por valores como criatividade e persistência. Indo ao encontro da desmistificação do empreendedor apontada por Colbari (2007), a atuação da instituição representa na prática a noção de que qualquer indivíduo pode tornar-se empreendedor.

São dezenas de cursos e materiais didáticos voltados para a formação empreendedora, e no espaço deste estudo o que nos interessa mencionar é como o SEBRAE mobiliza a retórica empreendedora através do seu discurso. Nesse sentido, a análise da atuação da instituição proposta por Tavares (2014) nos auxilia com alguns exemplos. Em um dos cursos online analisados pela autora, personagens são utilizados para dialogar com o público para informar, neste caso, a respeito do que é ser um empreendedor, ou melhor, do que é esperado de um empreendedor.

Afirmam tais personagens que o empreendedor deve assumir a responsabilidade do seu negócio de forma a não atribuir seu sucesso ou fracasso às causas externas como: crises econômicas, concorrentes, governos, incentivos financeiros e etc. Considerando essa perspectiva, o SEBRAE, através da Oficina SEI Empreender, defende que “quando a pessoa assume o controle é possível decidir sozinho o que deve ser feito e então agir, aí só depende dela”, pois, para a organização, “quem tem o controle assume a responsabilidade de encontrar soluções e superar desafios, tomando decisão e agindo” (SEBRAE 2013 *apud* TAVARES, 2014, p. 100).

Essa situação constitui um exemplo da lógica individualista própria da racionalidade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016) como uma característica fundamental da retórica empreendedora. Para além da falta de oportunidades de vagas de emprego e trabalho para todos, em um contexto de crise econômica e desmonte de postos de trabalho, o discurso dominante perpetuado é o da “gestão de si mesmo”. É nesse sentido que hoje predomina a valorização do

trabalhador que é “capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social dentro do contexto do capitalismo flexível” (BARBOSA, 2011, p. 138).

Na literatura a respeito da temática do empreendedorismo, tradicionalmente duas categorias são utilizadas para indicar as motivações dos indivíduos na escolha desta atividade econômica: empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade. Em 2019, o GEM utilizou quatro categorias em sua pesquisa e como resultado verificou que a ampla maioria era motivada pela falta de emprego (Figura 2), mantendo-se a trajetória histórica de elevado empreendedorismo por necessidade, quando comparado aos resultados do relatório do ano anterior. Cabe destacar também a distribuição destes empreendedores de acordo com a atividade econômica (Figura 3), pois assim como os dados referentes a política do MEI e o perfil das Empreendedoras da Restinga nos mostram, no Brasil o empreendedorismo está concentrado no setor de serviços.

Figura 2 – Motivações para Empreender – Brasil, 2019

TABELA 1.2

Percentual dos empreendedores iniciais¹ segundo as motivações para iniciar um novo negócio - Brasil 2019

Motivação	Taxas
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,4
Para fazer diferença no mundo	51,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	36,9
Para continuar uma tradição familiar	26,6

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor poderá ter respondido afirmativamente para mais de uma.

Fonte: GEM Brasil, 2019.

Figura 3 – Distribuição percentual dos empreendedores segundo atividade econômica – Brasil, 2019

TABELA 2.2

Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo a atividade econômica - Brasil - 2019

Atividades	% das atividades dos empreendedores	
	Iniciais	Estabelecidos
Setor extrativo	0,8	2,8
Industriais	22,9	35,8
Serviços orientados para negócios	7,6	5,0
Serviços orientados para o consumidor	68,7	56,4
Total	100,0	100,0

Fonte: GEM Brasil, 2019.

De acordo com dados do Portal do Empreendedor do Governo Federal¹¹, hoje são 12.086.258 milhões de trabalhadores registrados como MEI, para uma população economicamente ativa de 95,4 milhões (IBGE). Segundo levantamento realizado em 2019 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM,2019), o Brasil deveria atingir em 2020 o maior índice de empreendedores iniciais dos últimos 20 anos, com aproximadamente 25% da população adulta envolvida na abertura de um novo negócio ou com negócios de até 3,5 anos. Com a crise gerada pela pandemia de Covid-19 e o aumento do número de demissões no país, muitos brasileiros(as) optaram pelo empreendedorismo, de acordo com dados coletados pelo GEM¹², entre março e julho de 2020, 600 mil trabalhadores(as) se registraram como MEI, um aumento de 20% em relação ao mesmo período de 2019¹³.

O trabalhador informal: não pode requerer direitos básicos, como aposentadoria, por exemplo; trabalha até quando está doente porque não contribui para ter direito ao auxílio-doença; não recebe auxílio-maternidade, no caso da mulher; normalmente é recusado pelas empresas porque a continuidade do trabalho gera vínculo empregatício, obrigando o cliente a pagar encargos trabalhistas ou defesa em ações judiciais; perde bons descontos e prazos junto a fornecedores por não ter CNPJ; não consegue empréstimos bancários porque não pode comprovar renda; como ninguém quer ser seu fiador, ficam nas mãos de agiotas que cobram juros altíssimos; não pode fazer vendas regulares porque a negociação sem contratos ou notas fiscais é recusada por empresas e pelo governo, obrigando o empreendedor a vender exclusivamente para pessoas físicas; não tem uma clientela fiel porque não pode se fixar em um local; quando é abordado pela fiscalização, perde toda a mercadoria e recomeça do zero. Um exemplo é quando precisa correr com a sua banca cada vez que um policial se aproxima; quando envelhece, não pode se aposentar e continua trabalhando; quando morre, não deixa pensão para os filhos menores porque não contribuiu para a previdência social. Sua família passa por sérias dificuldades após o seu falecimento e os filhos acabam repetindo o destino da informalidade. Veja neste curso como se regularizar e sair dessa bola de neve! Conheça a história do Zé, um trabalhador informal que aprendeu como regularizar sua situação (Curso MEI EAD SEBRAE 2013 *apud* TAVARES, 2014, p.113).

O trecho acima, retirado de curso de formação do SEBRAE, ilustra o principal objetivo da Lei Complementar nº 128, aprovada em 2008, que regulamentou o Microempreendedor Individual (MEI) e demarcou o empreendedorismo como uma política pública no Brasil. A partir disso, o Estado se constitui como um ator fundamental no fomento ao

¹¹ Disponível em:

<<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/relatorioMesDia.jsf>>. Acesso em: 03 maio 2021.

¹² Cabe destacar que o empreendedorismo, neste caso, “é avaliado em um sentido amplo, pois podem ser incluídos empreendedores das mais variadas matizes, com negócios formalizados ou não. No conceito do GEM, o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.” (Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil, GEM, 2019)

¹³ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/08/brasil-ganha-600-mil-microempreendedores-durante-a-quarentena.shtml>>. Acesso em: 10 maio 2021.

autoempreendedorismo, buscando retirar trabalhadores do setor informal e inseri-los em uma lógica de mercado.

2.3 AS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO

Desde a década de 1970, o número de mulheres no mercado de trabalho cresceu expressivamente, mas, embora tenham passado a ocupar espaços profissionais que até então eram majoritariamente masculinos, elas continuam ocupando os trabalhos mais precários¹⁴ e recebendo salários menores para desempenhar as mesmas funções que os homens (NOGUEIRA, 2007). Além disso, elas são maioria em atividades consideradas “femininas” (que assim são pensadas por se assemelharem aos serviços domésticos), como de trabalhadoras em creches, merendeiras, auxiliares de enfermagem e de limpeza, cuidadoras etc., que compõem a maioria dos setores terceirizados e de trabalhos temporários. As mulheres ainda possuem uma dupla ou tripla jornada de trabalho, uma vez que continuam responsabilizadas pelas tarefas domésticas, de criação dos filhos e cuidado dos idosos. Apesar das lutas incessantes e mesmo de diversas conquistas, a divisão sexual do trabalho, embora com novas características, ainda reflete na sociedade as marcas do patriarcado:

A precarização, apesar de atingir enorme contingente da classe trabalhadora, tem sexo. Prova disso é que a flexibilização da jornada de trabalho feminina só “é possível porque há uma legitimação social para o emprego das mulheres por durações mais curtas de trabalho: é em nome da conciliação entre a vida familiar e a vida profissional que tais empregos são oferecidos, e se pressupõe que essa conciliação é de responsabilidade exclusiva do sexo feminino (HIRATA, 1999 *apud* NOGUEIRA, 2007, p.2).

Atualmente, existem diversas questões e recentes transformações que perpassam a vida das mulheres trabalhadoras brasileiras, especialmente as mais jovens, que guardam relação com o caminho profissional que estas têm traçado. Primeiramente, é imprescindível ressaltar o amplo acesso ao ensino superior, fato que ampliou o leque de possibilidades para as mulheres. Somado a isso, para Bruschini et al (2008), o aumento do trabalho feminino no Brasil nas últimas décadas está relacionado a mudanças nos padrões culturais associadas a fatores como a queda da taxa de fecundidade; a redução no tamanho dos arranjos familiares; o envelhecimento da população e o crescimento acentuado de arranjos familiares chefiados por mulheres.

¹⁴ De acordo com BRUSCHINI *et al.* (2008), em 2005, 33% da força de trabalho feminina no Brasil estava inserida em setores precários como domésticas, em atividades não-remuneradas ou atividades de produção para o consumo próprio ou familiar.

Atualmente no Brasil, inserido em um movimento global de mudança para uma terceira fase do feminismo (FRASER, 2007; ARRUZZA; BHATTACHARYA; FRASER, 2019), é possível perceber o fortalecimento de movimentos feministas. Demandas em prol de mais igualdade e justiça nas relações sociais de sexo têm ganhado corpo no país, um dos resultados disso é que “empoderamento feminino” hoje está na ordem do dia, sendo uma expressão utilizada por diferentes atores em contextos diversos. Apesar de todos esses avanços, “tudo se passa como se a cada passo em direção a uma sociedade mista, a cada etapa em direção a uma maior igualdade entre os sexos, se constituíssem simultaneamente processos sociais visando reconstruir imediatamente a diferença” (FERRAND, 1993 *apud* HIRATA, 2002, p. 353). A forma como a ideia de empoderamento é utilizada pela ideologia neoliberal pode ser uma das razões para isto. Utilizando-se de pautas identitárias, tenta-se construir um “capitalismo humanizado”, dando espaço para grupos subalternizados “romperem o teto” sem com isso gerar qualquer mudança estrutural na sociedade (abordaremos esta questão com maior profundidade no Capítulo 3).

Em direção à afirmação de Ferrand (1993, *apud* HIRATA, 2002, p.353.), o cenário atual para as mulheres no mercado de trabalho é problemático e foi agravado pela pandemia de Covid-19. Se o Brasil já não vivia um cenário socioeconômico favorável nos últimos anos, o isolamento social causado pela pandemia certamente tornou tudo muito pior. Já nos primeiros meses de fechamento do comércio e das atividades consideradas não-essenciais foi possível mensurar os danos à economia e, principalmente, à população trabalhadora. No mês de julho de 2020, a Organização Internacional do Trabalho (OIT) apontava a perda de 400 milhões de vagas formais de trabalho em todo o mundo, sendo a América Latina a região mais atingida, com a perda de 47 milhões¹⁵. No Brasil, de acordo com dados do IBGE, além das 331.901 vagas formais de trabalho perdidas no mês de maio de 2020, pela primeira vez, desde o início da série histórica iniciada em 2012, tivemos no país um percentual de pessoas ocupadas abaixo da metade (49,5% das pessoas em idade para trabalhar).

Ao final da primeira quinzena de março de 2020, no início da pandemia no país, 7 milhões de mulheres abandonaram o mercado de trabalho, 2 milhões a mais em relação aos homens. Na análise referente ao 3º trimestre de 2020, eram 8,5 milhões de mulheres fora da força de trabalho. Em comparação aos homens, a taxa de desocupação das mulheres foi 37,8%

¹⁵ Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/economia/2020-07-01/pandemia-faz-america-latina-perder-47-milhoes-de-empregos-aponta-oit.html>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

maior no 4º trimestre de 2020 (IBGE). Em relatório divulgado em julho de 2020¹⁶, a OIT temia que, por efeito da pandemia, os avanços em questões de igualdade nas relações de sexo das últimas décadas fossem perdidos e as desigualdades se acentuassem no mercado de trabalho. Isso porque 40% das mulheres empregadas em todo o mundo trabalhavam nos setores mais afetados pela crise (hotelaria, alimentação, comércio e setor manufatureiro), além do fato de representarem a maioria dos trabalhadores na linha de frente no combate a pandemia, sendo a maioria nos postos de saúde e serviços sociais.

Neste contexto, as mulheres se apresentam como o principal grupo dentro das iniciativas empreendedoras. Representam 48% dos registrados como MEI (SEBRAE, 2019) e em 2016 mais da metade dos novos negócios abertos no Brasil foram fundados por elas (GEM, 2017). Estas mulheres, segundo perfil traçado pelo mesmo estudo, representam 8% da população feminina brasileira; 79% têm ensino superior; 68% trabalham em casa; 55% trabalham com serviços e comparadas aos homens empreendedores elas são mais jovens e mais escolarizadas (GEM, 2017).

Considerando-se a tendência histórica de as mulheres ocuparem os cargos mais precarizados dentro da divisão sexual do trabalho (NOGUEIRA, 2007), somada às mudanças no mundo do trabalho no sentido de maior flexibilização, ao cenário de crise econômica e aumento do desemprego (especialmente entre elas), se torna particularmente importante analisarmos como a retórica do empreendedorismo direcionada às mulheres atua. Instituições como ONU, SEBRAE, a mídia e o próprio Estado se utilizam da ideia de empoderamento, um conceito caro para o movimento feminista, a fim de legitimar e fortalecer o empreendedorismo. Essa questão é bem explicitada no discurso do atual presidente do SEBRAE:

O empreendedorismo representa uma importante alavanca para o empoderamento feminino, abrindo oportunidade para mulheres que viviam em situação de vulnerabilidade ou até de violência doméstica. Nosso trabalho agora é fortalecer ainda mais as habilidades comportamentais das empreendedoras para garantir confiança e reduzir as desigualdades. (Agência Sebrae de Notícias, março 2019, s/p.)

A problemática envolvida no uso que tais instituições fazem da ideia de empoderamento reside no fato de que este é associado de forma um tanto simplista e mecânica a uma dimensão econômica, desconsiderando outros fatores que permeiam este processo no qual mulheres “ganham poder” e rompem com condições sociais de desigualdade. Aprofundaremos esta discussão no próximo capítulo. Com a exposição que realizamos aqui, buscamos indicar

¹⁶ Disponível em: <https://www.ilo.org/brasil/brasilia/noticias/WCMS_749513/lang--pt/index.htm>. Acesso em: 09 maio 2021.

brevemente como a desigualdade estrutural que atinge as mulheres impacta na sua atuação dentro do mercado de trabalho. Por estarem em uma situação de maior vulnerabilidade, se tornam mais sujeitas às consequências negativas da instabilidade de uma economia regulada pelo mercado e de um Estado que atua no sentido de políticas públicas de “desregulamentação” de proteções sociais.

2.4 DA POLÍTICA DO DES-EMPREGO À RETÓRICA EMPREENDEDORA

O momento que estamos vivendo, no que se refere ao mundo do trabalho, é caracterizado pelo fim do modelo fordista enquanto organização do social, do trabalho e ascensão de um período de acumulação flexível. Uma das principais consequências dessa mudança é que trabalho não mais significa emprego e múltiplas formas de inserção no mercado de trabalho se apresentam. Um cenário que tem se tornado ainda mais desafiador para a teoria social com o avanço das plataformas digitais e aplicativos de prestação de serviços. Como destaca Colbari (2007, p. 83)

Vale lembrar que o regime salarial, em diferentes contextos, enfrentou resistência para se impor, porém triunfou e marcou indelevelmente a sociedade do trabalho e a forma mediante a qual os indivíduos galgavam as posições nas hierarquias de status e construía uma identidade social legítima. O salariato esteve no cerne da consolidação do que se convencionou chamar padrão fordista de organização empresarial e de regulação social, incluindo os códigos de direito e seguridade social. A crise do fordismo e a consequente emergência dos modelos flexíveis (descentralização e desverticalização) produziram efeitos negativos no mercado de trabalho, abalaram os suportes institucionais e normativos bem como as referências morais e culturais subjacentes ao modelo de emprego típico – assalariado, estável, em tempo integral, acompanhado de benefícios e proteção social.

Para alguns (VERÁS DE OLIVEIRA *et al.*, 2019), a flexibilização ocorrida no mundo do trabalho é, em verdade, uma precarização enrustida e tal mudança de paradigma de organização e relações de trabalho são a própria base que possibilitou o fortalecimento do empreendedorismo como política de Estado. Uma maneira de difundir o individualismo e a lógica da concorrência que a ideologia neoliberal introduz na esfera do trabalho. Assim, há um processo que visa transformar trabalhadores em empreendedores, de forma a resgatar a função social da figura do empreendedor e reforçar, dessa forma, o fim da centralidade do emprego.

Aliada a essa dinamicidade que o mercado de trabalho tem adquirido e as mudanças de paradigmas que têm ocorrido, está a retórica do empreendedorismo. Utilizamos esta expressão para demarcarmos a ideia de que o empreendedorismo não é apenas e simplesmente mais uma forma de trabalho, mas se tornou mesmo uma ideologia e também uma política de Estado.

Nesse contexto, é pertinente indagar sobre o que há de novo na retórica recente a respeito do empreendedorismo, frequentemente apresentado como desdobramento do novo paradigma produtivo ou como solução para as crises do mercado de trabalho: ora como um fenômeno promissor que impulsiona o progresso econômico, ora como estratégia meramente defensiva diante da crise do assalariamento. Aparece associado tanto ao perfil de competências das empresas quanto ao trabalho por conta própria e ao pequeno negócio [...] (COLBARI, 2007, p. 84)

A concepção de neoliberalismo enquanto uma racionalidade (DARDOT; LAVAL, 2016; GAGO, 2018; SAFATLE, 2021) nos ajuda a compreender a forma como esta retórica atua e influencia a realidade. Para Dardot e Laval (2016), neoliberalismo é um sistema que estendeu a lógica do capital para as relações sociais e todas as esferas da vida. Mais precisamente, antes de uma ideologia ou política econômica, eles o interpretam como um conjunto de discursos, práticas e dispositivos: uma racionalidade, que tem como característica central a generalização da concorrência como norma de conduta e da empresa como modelo de subjetivação. Para Laval (2019, p.75-76), partindo de uma perspectiva foucaultiana, o neoliberalismo é uma forma de “governo dos comportamentos”, uma lógica normativa que opera através do “estabelecimento de um quadro de ação que obriga os indivíduos a entrar em relações competitivas e acumulativas”, produzindo, assim, mudanças subjetivas na sociedade. A principal consequência disso é a capacidade de influenciar a formação subjetiva dos sujeitos. Isso ajuda a compreender as razões pelas quais tal retórica do empreendedorismo ganha força e é propagada não apenas pela mídia e instituições públicas e privadas, mas pela maioria da população.

Essa norma impõe a cada um de nós que vivamos num universo de competição generalizada, intima os assalariados e as populações a entrar em luta econômica uns contra os outros, ordena as relações sociais segundo o modelo do mercado, obriga a justificar desigualdades cada vez mais profundas, muda até o indivíduo, que é instado a conceber a si mesmo e comportar-se como uma empresa. (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 5)

No mesmo sentido, para Fraser (2018; 2019; 2020), o neoliberalismo também é mais do que uma política econômica. Ela o caracteriza como um “projeto político que busca alcançar hegemonia ao montar um bloco histórico” (2020, p. 221) através da aliança entre políticas de distribuição para o 1% mais ricos e políticas de reconhecimento superficiais que garantam apoio de “minorias” sociais. Isso caracteriza o que ela chama de “neoliberalismo progressista”, o qual foi bem-sucedido em se tornar hegemônico por um tempo, até o avanço do trumpismo e do que ela chama de “neoliberalismo hiperreacionário” — ainda que este não tenha logrado se constituir enquanto um novo bloco hegemônico por ser instável e caótico.

Para Boltanski e Chiapello, o novo “espírito” que serviu para legitimar o capitalismo neoliberal flexível de nosso tempo foi adaptado da crítica “artística” da Nova Esquerda ao capitalismo organizado pelo Estado, que denunciou o conformismo cinzento da cultura corporativa. Foi no auge de Maio de 68, afirmam, que os teóricos de gestão neoliberais propuseram um novo capitalismo “conexcionista”, “de projeto”, no qual as hierarquias organizacionais rígidas dariam lugar a equipes horizontais e a redes flexíveis, liberando, assim, a criatividade individual. O resultado foi uma nova narrativa do capitalismo com efeitos no mundo real – uma narrativa que envolveu os impulsos tecnológicos do Silicon Valley e que hoje acha sua mais pura expressão no *ethos* do Google. (FRASER, 2019, p. 24)

Esta forma de conceber a fase atual do capitalismo, também auxilia a explicar por que é cada vez mais recorrente encontrar trabalhadores(as) que almejam tornarem-se empreendedores(as) como um objetivo profissional em substituição ao emprego. Essa lógica mobiliza elementos contraditórios, uma das razões pela qual se torna relevante pesquisar os fenômenos relacionados ao autoempreendedorismo. Por um lado, temos um projeto de sociedade pautado no emprego, sinônimo de estabilidade financeira, segurança, garantia de direitos e proteções, que no Brasil tem sua expressão mais importante na Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) conquistada na década de 1950. De outro, uma sociedade regida pela lógica da flexibilidade do trabalho e da vida como um todo (própria do período de acumulação flexível), que no âmbito do trabalho se expressa nas relações e formas de trabalho compatíveis com um ideal individualista de controle do seu próprio tempo, autonomia, autossuficiência, liberdade — questões que não são negativas *per se* ainda que essencialmente “individuais”. O que queremos destacar, com isso, é a contraposição entre a segurança da estabilidade e o risco do trabalho flexível.

Diante de ameaças aos direitos trabalhistas conquistados e consolidados no Brasil, movimentos sociais, sindicatos de trabalhadores(as) e também intelectuais sempre estiveram presentes nas diferentes frentes de atuação na tentativa de impedir mudanças consideradas como retrocessos. Para tomarmos um exemplo recente, pensemos na que ficou conhecida como Reforma Trabalhista, aprovada em 2017 no governo de Michel Temer (2016-2018). A defesa destes direitos e a crítica a políticas que visam flexibilizar cada vez mais os contratos de emprego e as formas de contratação para o trabalho estão fundamentadas na ideia de que o emprego formal celetista é a forma ideal de trabalho desejado.

A realidade, no entanto, nos defronta com trabalhadores(as) que não parecem compartilhar tão fortemente deste ideal e, pelo contrário, se sentem satisfeitos com estas novas formas de trabalho precisamente porque são flexíveis (mesmo quando precários). Isso é o que indica Tavares (2014), que em seu estudo a respeito da atuação do SEBRAE como fomentador do empreendedorismo no Brasil, analisou o conteúdo dos cursos fornecidos pela instituição no

ano de 2013 e identificou no discurso dos participantes uma ampla maioria que tinha a atividade empreendedora como um sonho para se desvencilhar das “amarras” do trabalho assalariado. Esse é também o caso das autoempreendedoras analisadas em nosso estudo, que em sua maioria já haviam experimentado o emprego com carteira assinada e não desejavam retornar para esta condição. No caso destas mulheres, o empreendedorismo, que é uma das expressões do trabalho flexível, se constitui como um objetivo de vida e o emprego é encarado como retrocesso.

A constatação do preterimento do emprego diante da atividade empreendedora é interessante, principalmente por fazer-nos repensar a crítica que é feita, inclusive por nós, à retórica empreendedora em um contexto de desigualdade social e desemprego, como é o caso do Brasil. Como mencionado na introdução deste trabalho, sugerimos como um aspecto negativo da “propaganda” em torno do empreendedorismo o fato de tal ocorrer em um cenário onde há 14 milhões de desempregados(as) (IBGE) e a maioria dos empreendimentos são criados por necessidade (GEM 2019). Somado a isso, encaramos de forma crítica também a atuação do Estado ao fortalecer políticas de des-emprego, ou seja, incentivando o empreendedorismo ao mesmo tempo em que atua para a retirada de direitos trabalhistas e adota políticas econômicas que têm acabado com postos de trabalho. Como podemos, enquanto pesquisadores(as), nos posicionar frente a isso quando os(as) próprios trabalhadores(as) defendem e almejam precisamente aquilo que muitas vezes criticamos?

Constatar que o empreendedorismo cresce no Brasil, sendo hoje uma das principais formas de inserção no mercado de trabalho e que encontra uma importante base de apoio através de políticas de Estado e de instituições potentes como a ONU e o SEBRAE — ganhando, assim, um caráter ideológico que produz um discurso que se reproduz em todos os âmbitos da vida — não é em si uma questão que pode ser encarada como negativa. Não obstante, a retórica do empreendedorismo pode adquirir contornos problemáticos quando inserida em um contexto histórico de aumento de desigualdades sociais associadas a elevadas taxas de desocupação e perda de renda. Quando as condições de oportunidades não são igualmente distribuídas, em um cenário de concorrência injusta somado ao desmonte de postos de trabalho, responsabilizar cada indivíduo pela sua própria empregabilidade ou inserção pelo trabalho, se torna um problema social que tem uma crítica justificada.

Por política de des-emprego a que nos referimos anteriormente, queremos caracterizar este cenário, que tem como elementos centrais a racionalidade neoliberal e aumento de desigualdades sociais. Ao mesmo tempo em que incentiva o autoempreendedorismo, que tem sua melhor expressão na legislação que instituiu o MEI, o Estado também intensifica um projeto neoliberal de flexibilização do mercado de trabalho, através de reformas que têm reduzido

postos de trabalho tanto através de políticas econômicas que resultam em um aumento da informalidade, quanto na aceleração de uma desindustrialização precoce¹⁷ (exemplificada na recente saída de multinacionais de peso do país, como Ford, Sony e Mercedes-Benz). Nesse sentido, Pochmann (2017) aponta que

A dependência crescente da produção e exportação de produtos primários, em meio ao esvaziamento da indústria, coloca no setor de serviços sob a dominância dos rentismo financeiro o novo ordenamento do trabalho. Ou seja, a redução crescente do custo do trabalho como elemento da competição capitalista. (p. 280)

De acordo com pesquisa recente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), das 507.140 novas vagas de trabalho criadas entre novembro de 2017 e abril de 2019, 58.630 foram de trabalho intermitente e 19.765 de trabalho parcial (60,7% dessas vagas ocupadas por mulheres), geralmente nos setores de serviços e comércio (IPEA, 2019). Mesmo antes da crise econômica se intensificar devido a pandemia de Covid-19, a Reforma Trabalhista não havia gerado os resultados esperados (ou ao menos prometidos no discurso político e midiático). Das 6 milhões de vagas vislumbradas neste discurso, apenas 286,5 mil foram criadas entre novembro de 2017 e abril de 2020, das quais 64% foram destinadas ao “trabalho intermitente” (CAGED, 2020)¹⁸ — forma de trabalho criada por esta mesma reforma e que consiste em prestação de serviço em períodos alternados com remuneração equivalente ao período trabalho. Dados que nos ajudam a compreender não apenas a significativa expansão do número de empreendedores(as) no país, mas também os que o fazem por necessidade. Nesse sentido,

Em termos teóricos e analíticos, o autoempreendedorismo emerge de uma conjuntura sócio-histórica de fragmentação do modelo fordista e de crítica à subordinação típica do assalariamento. Embora a política explicita que não há intenção de fragilizar as relações de trabalho, é inegável que ela surge no rastro do aumento das precariedades, da diminuição da renda dos trabalhadores e da crise do emprego. (ROSENFELD *et al.*, 2014, p.202)

O discurso em defesa das reformas fiscais e administrativas, que tem encontrado espaço no arranjo político estabelecido desde o impeachment do governo Dilma em 2016, é propagado por diferentes atores para além do próprio Governo Federal, como a mídia hegemônica, o empresariado brasileiro e o mercado financeiro internacional. Um dos atores externos que contribuem neste sentido é o próprio GEM. Importante frisar que este é um consórcio, criado em 2001, que vem sendo sustentado e coordenado por instituições acadêmicas, em especial a

¹⁷ No espaço deste trabalho, não aprofundaremos esta questão que exige um debate mais atento. Para uma discussão a este respeito, ver: POCHMANN, Marcio. Tendências Estruturais do Mercado de Trabalho no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.25, n.1, p.89-99, 2020.

¹⁸ Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br/>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

London Business School (UK) e o Babson College (USA), e demais fomentadoras do empreendedorismo como, no caso do Brasil, o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) com apoio do SEBRAE. Em seu mais recente relatório anual sobre o empreendedorismo global, na seção dedicada ao perfil econômico dos países que compõem a pesquisa realizada, esse é o diagnóstico apresentado para o caso brasileiro:

O ano de 2019 viu a introdução de novas políticas empresariais no Brasil, bem como a continuação bem-sucedida de reformas recentemente aprovadas. Por exemplo, as leis da reforma trabalhista do país, em vigor desde novembro de 2017, trouxeram maior flexibilidade nos contratos de trabalho. Foram igualmente aprovadas outras políticas para facilitar o espírito empreendedor, incluindo a aprovação da Medida Provisória de Liberdade Econômica, um ato que inclui políticas como a cessação das licenças comerciais para atividades de pequeno risco, além da simplificação do sistema nacional de contabilidade digital para a cobrança de impostos e obrigações de segurança social. [...] Avançando, o Brasil deve buscar acelerar suas reformas tributárias e simplificar ainda mais o atual sistema tributário, que atualmente custa aos contribuintes incontáveis horas de trabalho a cada ano para cumprir todas as obrigações. Reformas administrativas são necessárias para melhorar a contratação e remuneração de funcionários públicos de qualidade. (GEM, 2020, p.89, tradução nossa)

Ao problematizarmos a retórica do empreendedorismo, é importante apontarmos de qual perspectiva partimos para pensar um cenário ideal de sociedade e de trabalho, ou seja, apontarmos porque nos colocamos de forma crítica em relação à realidade social produzida pelas políticas neoliberais no período recente, as quais tentamos esboçar nesta seção. Nesse sentido, vamos ao encontro das reflexões que têm sido desenvolvidas pela filósofa e feminista Nancy Fraser (2007; 2019) em torno da sua crítica ao neoliberalismo progressista e defesa do que concebe como justiça social.

Por outro lado, a experiência do grupo Empreendedoras da Restinga nos permite vislumbrar outros aspectos do autoempreendedorismo. Ao mesmo tempo em que a crítica a uma espécie de “política de des-emprego” se sustenta e tenha sua justificação, a realidade que nos mostram as autoempreendedoras analisadas apresenta elementos que complexificam esta crítica, ao emergir de suas vivências fatores positivos que têm possibilitado a construção de empoderamento para elas e para sua comunidade.

Em sua maioria, estas mulheres substituíram o trabalho assalariado pelo autoempreendedorismo motivadas pelo desejo de se realizar profissionalmente, o que ocorre ao se tornarem donas do próprio negócio (e do seu trabalho e do seu tempo) e, mais do que isso, ao passarem a trabalhar com atividades com as quais se identificam, nas quais sentem prazer e satisfação pessoal. Essa situação tensiona a dicotomia comumente apresentada pela literatura a respeito do empreendedorismo, que o categoriza como “por oportunidade” ou “por

necessidade”. Não é possível descartar a necessidade como um fator motivador, uma vez que a questão econômica é central nas escolhas laborais para estas mulheres, mas tais escolhas não se vinculam diretamente à falta de emprego. Dessa forma, as motivações para empreender parecem se configurar mais de uma forma multidimensional do que a excludente oposição “necessidade e oportunidade” propõe, ocorrendo certa interação e reforço entre elas, de acordo com estudos recentes como o de VALE et al. (2014). Não fosse este por si só um fator instigante, dentro de um cenário em que, como vimos, a maioria dos brasileiros, especialmente as mulheres, empreendem por causa do desemprego, a organização destas mulheres em um autoempreendedorismo em rede parece produzir resultados que podem se direcionar para a redução de desigualdades sociais.

Dessa forma, dentro de um quadro de estudos que vêm se dedicando às consequências negativas do período histórico recente, é ainda mais pertinente verificarmos outras abordagens desta mesma realidade e a profusão de combinações entre ganhos e perdas que nela existem. Nesse sentido, mais uma vez reforçamos a importância do estudo de fenômenos como a experiência do grupo que é objeto deste estudo. O autoempreendedorismo em rede que estas mulheres estabeleceram representa uma entre possibilidades para além de uma dicotomia que, afinal, dificilmente pode existir na complexidade da realidade social. No caso específico da crescente inserção pelo trabalho através do autoempreendedorismo, em um contexto do que denominamos “política de des-emprego”, é possível pensar que

O desafio posto talvez seja o de fugir à idealização e ao encantamento tanto do assalariamento como do trabalho autônomo e, para tal, observar (empiricamente) as formas por meio das quais o assalariamento e o autoempreendedorismo produzem (concomitantemente) dependência e independência, proteção e instabilidade, ainda que se manifestem por caminhos distintos. (ROSENFELD; ALMEIDA, 2014, p. 251)

Para analisarmos como empoderamento se constrói na experiência destas autoempreendedoras e que relações estabelece com a organização coletiva e a atividade empreendedora, apontamos na próxima seção algumas discussões e definições a cerca deste conceito.

3 EMPODERAMENTO DE MULHERES

Um trabalho que pretenda analisar processos através dos quais mulheres adquirem ou acessam poder (simbólico e material), necessita compreender a variada gama de significados que o conceito de empoderamento pode assumir, tanto na teoria social quanto no debate público. Uma vez reconhecida a ausência de um consenso, neste trabalho fez-se a escolha de mobilizar como constructo teórico as contribuições de autoras feministas vinculadas a uma análise social crítica. Esta escolha é motivada pela perspectiva geral que orienta a discussão proposta neste trabalho, que se fundamenta em uma análise crítica da racionalidade neoliberal e das relações de produção e reprodução da vida na sociedade capitalista.

Neste capítulo, em primeiro lugar, buscaremos apresentar as concepções teóricas que fornecem as ferramentas para a construção do conceito de empoderamento, conceito que orienta nossa análise neste trabalho. Partindo da contribuição de Zorzi (2008) e adaptando-a para a nossa temática e objetivos, pode-se dizer que caracterizar o que é empoderamento passa por dois elementos centrais: 1) o debate a respeito de justiça e igualdade das relações de sexo e 2) a construção da noção conceitual do termo em si. Em relação ao primeiro, utilizaremos a concepção tridimensional de justiça social elaborada por Nancy Fraser (1997; 2007; 2007a; 2009). Para compreender o segundo, nosso foco será na síntese conceitual produzida, principalmente, por Cecília Sardenberg (2012), Ruth Baquero (2012) e Joice Berth (2019) a partir de revisões de literatura e esforços analíticos apresentados em seus mais recentes trabalhos.

Na exposição do Capítulo 2, buscamos demonstrar como o discurso da ONU e do SEBRAE, no Brasil, articulam o empreendedorismo com a ideia de “empoderamento feminino”. Nesta seção, com a discussão proposta pelas autoras, também se constrói uma crítica à forma como estas instituições que fomentam o empreendedorismo (especialmente para mulheres), e também outras como o Banco Mundial e o Fundo Monetário Internacional (FMI), mobilizam a ideia de empoderamento para incentivar esta forma de inserção pelo trabalho. Com isso, buscaremos apontar a complexidade do processo de empoderamento de sujeitos e estabelecer ferramentas que nos possibilitem a análise deste processo para as autoempreendedoras que são o foco deste estudo.

Por fim, analisaremos os significados que as mulheres do grupo Empreendedoras da Restinga atribuem a ideia de empoderamento. Isso ocorre a partir da análise do discurso do grupo em suas páginas oficiais em redes sociais — e neste ponto ele ganha o caráter de entidade, que não necessariamente representa as concepções de todas as suas integrantes — e, em

seguida, a partir das narrativas das mulheres entrevistadas. Verificar tais significados nos interessa, pois, por um lado, considera-se fundamental o movimento comparativo entre a teoria e a realidade social, de outro, se buscamos compreender a relação que se estabelece entre autoempendedorismo e empoderamento de mulheres, o que estas entendem por “ser empoderada” é um primeiro passo essencial.

3.1 JUSTIÇA SOCIAL E IGUALDADE: POR QUE IMPORTA MULHERES EMPODERADAS?

Em primeiro lugar, a mesma necessidade de definição que se aplica ao conceito de empoderamento cabe neste ponto aos termos de justiça e relações de sexo. Da mesma forma, a justificativa para tais escolhas é política, uma vez que mobilizamos aqui conceitos vinculados às perspectivas das teorias crítica e marxista, que não apenas buscam compreender a realidade social, mas fornecer instrumentos para modificá-la.

Ao tratar de justiça social, nos referimos ao modelo elaborado por Fraser (1997; 2007; 2007a; 2009) o qual se constitui a partir de três dimensões indispensáveis e indissociáveis: reconhecimento, redistribuição e representação. No contexto deste estudo, as duas primeiras dimensões da justiça nos interessam em particular. A construção dessa teoria de justiça é resultado do diagnóstico que a autora faz das lutas sociais no final do século XX, em um cenário pós-União Soviética onde a experiência socialista estava desacreditada. Tanto no debate teórico, quanto no seio dos movimentos sociais, as lutas por reconhecimento ganharam centralidade.

A “luta por reconhecimento” está rapidamente se tornando a forma paradigmática de conflito político no final do século XX. Demandas por “reconhecimento da diferença” dão combustível às lutas de grupos mobilizados sob as bandeiras da nacionalidade, etnicidade, “raça”, gênero e sexualidade. Nestes conflitos “pós-socialistas”, a identidade de grupo suplanta o interesse de classe como o meio principal da mobilização política. A dominação cultural suplanta a exploração como a injustiça fundamental. E o reconhecimento cultural toma o lugar da redistribuição socioeconômica como remédio para a injustiça e objetivo da luta política. (FRASER, 2006, p. 231)

Partindo da concepção de que nem as questões reconhecimento são simplórias, nem as questões redistributivas são suficientes por si só, Fraser (2006) propõe a construção de uma teoria que compreenda a complementariedade existente entre elas. E se complementam, na medida em que os meios pelos quais a desigualdade econômica e o desrespeito cultural e às identidades não apenas se entrelaçam, mas sustentam um ao outro. Para remediar a injustiça

econômica, seriam necessárias medidas como redistribuição de renda, reorganização da divisão do trabalho e uma reformulação geral de princípios básicos da política econômica.

O remédio para a injustiça cultural seria a valorização da diversidade, de identidades e grupos desrespeitados e exigiria mudanças nas formas de representação e comunicação da sociedade. Afirmar que a justiça precisa estar pautada tanto em redistribuição quanto reconhecimento, portanto, é reconhecer que na realidade concreta existem indivíduos que são atingidos por ambas as injustiças e requerem ao mesmo tempo o fim da diferenciação e a valorização dela, o que Fraser (2006, p. 233) denomina de “coletividades bivalentes”.

Ao contrário da classe, gênero e raça são exemplos destas coletividades que se encontram num intermediário do espectro conceitual redistribuição-reconhecimento. Para pensarmos em um exemplo prático, podemos tomar a realidade de mulheres trabalhadoras, como as do grupo Empreendedoras da Restinga, que compõem o objeto de nossa pesquisa. Essa “coletividade” é atingida pelos dois tipos de injustiças. De um lado, são afetadas economicamente não só pela exploração do seu trabalho, mas também pela divisão sexual do trabalho. Neste caso é preciso acabar com a diferença entre os sexos masculino e feminino. Por outro, sofrem as consequências do machismo, como violência e desvalorização do que é feminino, resultantes da sua identidade enquanto mulher. Neste caso é preciso afirmar a qualidade e respeito ao sexo feminino. Dessa forma, se estabelece uma relação dialética entre estas duas faces da injustiça, que requer transformações de ordens diferentes e igualmente necessárias, porque

as normas culturais sexistas e androcêntricas estão institucionalizadas no Estado e na economia e a desvantagem econômica das mulheres restringe a “voz” das mulheres, impedindo a participação igualitária na formação da cultura, nas esferas públicas e na vida cotidiana. O resultado é um círculo vicioso de subordinação cultural e econômica. (FRASER, 2006, p. 234)

Aproximando este debate do problema de pesquisa que nos orienta, podemos afirmar que não é possível pensar justiça em um contexto no qual estão ausentes políticas que assegurem trabalho decente para a maioria da população, especialmente mulheres, e no qual, ao contrário, são promovidas políticas de des-emprego que colocam a garantia de trabalho sob responsabilidade de cada um. O capitalismo neoliberal, no seu processo de mercantilização de todas as esferas da vida social, produz uma lógica individualista e meritocrática que sustenta a retórica do empreendedorismo e as políticas que fomentam esta forma de trabalho. Ainda, o reconhecimento existe de forma limitada, como uma fachada, nas palavras de Fraser (2017, p. 47)

‘um ethos de reconhecimento superficialmente igualitário e emancipatório’, do que ela chama de *neoliberalismo progressista* (um modelo politicamente hegemônico de uma aliança entre uma versão progressiva das políticas de reconhecimento e uma versão regressiva da política econômica), o qual se utiliza de pautas identitárias, como por exemplo de certos discursos do feminismo, para mascarar e ‘aliviar’ desigualdades e tensões, o que podemos observar nas políticas que propagandeiam o empreendedorismo como uma ferramenta de ‘empoderamento feminino’.

Em se tratando da igualdade nas relações sociais de sexo, inicialmente, cabe ressaltarmos o porquê da utilização desta expressão no lugar de gênero, que é predominante nos debates e teorias feministas brasileiros. Partindo da discussão elaborada por Mirla Cisne (2014), antes de tudo é importante dizer que o termo tem origem na escola feminista francesa, sendo na língua original denominado *rappports sociaux de sexe*. Aqui, *rappports sociaux* distingue-se de *relations sociales* ao nomear relações estruturais (enquanto o segundo termo condiz a relações individuais e cotidianas) e estar fundamentado no conceito marxista de relações sociais de classe.

Dessa forma, tal conceitualização traduz a ideia de relações sociais ligadas a tensões e disputas entre grupos. Como apontado por Kergoat (2012, p.126 *apud* CISNE, p. 62): “uma *rappport* social é uma relação antagônica entre dois grupos sociais, construída em torno de uma problemática. É uma relação de produção material e ideal”. Isso quer dizer que, os sistemas de representação são tão importantes quanto a divisão sexual do trabalho e do poder na dominação dos homens sobre as mulheres. Contudo, Cisne (2014) ressalta que isso não quer dizer que relações de sexo estejam restritas à dimensão de classe, mas sim que aquelas se realizam dentro de uma dinâmica de classes sociais.

Para além disso, um ponto central a respeito desta noção francófona é que ela surge nos anos 1980 vinculada aos estudos sobre a divisão sexual do trabalho, que é uma categoria fundamental para os estudos feministas marxistas. Cisne (2014, p.63) aponta que:

Assim, podemos afirmar que a utilização do conceito de *rappports sociaux de sexe*, além de sublinhar a dimensão antagônica das classes, assegura o não esquecimento da centralidade do trabalho para os estudos feministas. Já com relação ao conceito de gênero, não podemos afirmar a mesma coisa, uma vez que, por vezes, sua utilização é destituída da noção de hierarquia entre os sexos e das de outras desigualdades estruturantes, como as de classe, inaugurando um outro contexto ou mesmo uma nova conotação teórico-política para o feminismo, bem menos confrontante e mais institucionalizada.

De acordo com Heleieth Saffioti (2004, p. 138), gênero por ser uma categoria demasiada generalizante se torna a-histórica, apolítica e pretensamente neutra ao não nomear quem são os sujeitos que compõem as relações sociais de sexo. Ane-Marie Devreux (2005) acrescenta que, ao adotar a utilização de relações sociais de sexo, o faz porque gênero estaria se referindo mais

a categorias de sexo, sendo uma das modalidades pelas quais a relação social entre homens e mulheres se exprime e não toda a relação. Sem e pretensão de esgotar uma discussão que é, sem dúvidas, complexa e maior do que o espaço que este estudo possibilita¹⁹, partimos destas perspectivas e recorreremos à noção de *rappports* por acreditarmos que nos auxilia de melhor forma na compreensão do contexto do debate teórico que embasa este estudo, qual seja, a situação de injustiça a que estão sujeitas as mulheres na sociedade capitalista.

A igualdade é um pressuposto básico de todo movimento que defenda e lute em defesa de grupos oprimidos. Do surgimento do liberalismo às lutas abolicionistas e socialistas, até os movimentos feminista, antirracista e ambientalista que hoje ganham espaço publicamente, defender direitos sob o argumento de que todos são iguais sempre foi lugar comum. Contudo, mesmo uma ideia que pode parecer óbvia para alguns, carrega em si disputas de significados.

Nas teorias feministas, a igualdade entre homens e mulheres é abordada de diferentes formas. Miguel (2014), ao analisar o debate feminista a respeito desta questão desde o século XIX, aponta que as formulações passaram da defesa da igualdade inserida numa universalidade de sujeito para o reconhecimento da diferença. Isso quer dizer que, em um primeiro momento havia a defesa da igualdade entre mulheres e homens focada na inserção destas na sociedade (a mulher como cidadã), calcada na noção liberal de que não há diferenças entre os indivíduos. A partir do final do século XX, feministas passam a questionar tal universalidade ao apontarem que esse sujeito universal é homem, branco e ocidental e que a noção de valores universais desconsidera que as desigualdades impactam concretamente na inserção e agir no mundo dos indivíduos.

Miguel (2014) acrescenta ainda que, o direcionamento da discussão para a valorização da diferença, contribui para o debate sobre justiça a partir do momento em que autoras feministas passam a criticar o “paradigma distributivo” de justiça, que tem no famoso tratado de John Rawls sua principal formulação. Neste ponto, retornamos para o conceito tridimensional de justiça social elaborado por Fraser que abordamos anteriormente, o qual se contrapõe a ideia de justiça baseada na distribuição igual de recursos e direitos para todos. Em Fraser, a redistribuição não pode estar desvinculada do reconhecimento das diferenças e da representatividade das diferentes vozes na sociedade. Concordamos com Miguel (2014.) quando afirma que essa fórmula de justiça é útil porque demonstra as exigências paralelas da

¹⁹ Para uma discussão teórica mais aprofundada a respeito do conceito de relações sociais de sexo ver: DEVREUX, Anne-Marie. A teoria das relações sociais de sexo: um quadro de análise sobre a dominação masculina. **Soc. estado**, Brasília, v.20, n.3, p.561-584, dec. 2005; KERGOAT, Danièle. A Relação Social de Sexo: da reprodução das relações sociais à sua subversão. **Pro-Posições**, São Paulo, v.13, n.1, p.47-59, jan./abr. 2002.

igualdade e da diferença e aponta a necessidade de superar tanto um economicismo de interpretações vulgares da teoria marxista, quanto um certo idealismo de teorias do reconhecimento que resumem tudo a disputas por reconhecimento intersubjetivo.

Uma vez delimitada a noção que adotamos de justiça social e igualdade, e devido a ela, podemos passar a compreender a questão da igualdade nas relações de sexo. O debate feminista é extenso e muito diverso, apresentando diferentes argumentações para explicar o papel e lugar das mulheres na sociedade ocidental. Mesmo no interior de uma mesma tradição teórica, como a marxista, existem dissensos. Principalmente pelas contribuições mais recentes de autoras como Nancy Fraser, que partem da obra marxiana e, dialogando com ela para ir além dela, propiciam ricas formulações para analisarmos as configurações atuais da sociedade capitalista.

Não pretendemos aprofundar no espaço deste estudo a discussão a respeito dos elementos que estruturam a desigualdade para as mulheres na sociedade ocidental, o que implicaria dar conta da complexidade de uma questão que é maior do que aquilo que pretendemos. Ainda assim, é importante delimitarmos algumas noções. Uma das razões para este não aprofundamento, é a ampla variedade teórica que existe a este respeito, pois o feminismo desde o seu surgimento é uma ideia em disputa, fato que nos leva a falar sempre em feminismos (e correntes) e movimentos feministas no plural. Mas em compatibilidade com a perspectiva teórica que adotamos até aqui, concordamos com a análise produzida no campo da teoria crítica.

Podemos dizer que, para a corrente que se origina na teoria marxiana, dois pressupostos são centrais para analisar a condição feminina: 1) a compreensão de que a opressão está vinculada ao capitalismo, uma vez que as condições materiais de produção e reprodução da vida influenciam (material e subjetivamente) o lugar que a mulher ocupa na sociedade; e 2) a ideia de que transformações somente podem ter lugar através da organização coletiva (entre homens e mulheres) para a construção de outra realidade (neste caso, para alguns, o socialismo). Este caminho de abordagem possibilita ferramentas importantes quando o foco de análise são mulheres trabalhadoras e, especificamente, as formas possíveis de transformação social a partir do empoderamento destas mulheres.

No Brasil, o feminismo ganhou espaço a partir das décadas de 1960-1970, através de autoras como Heleieth Saffioti e Lélia Gonzalez, que dedicaram seus estudos a compreender o sexismo, e o racismo que está intrinsecamente vinculado a este, na sociedade brasileira. Conforme abordamos no Capítulo 2, ao situarmos a posição e condição das mulheres no mercado de trabalho brasileiro, vemos que a desigualdade na relação entre os sexos, apesar de

inúmeros avanços positivos, ainda é latente e tem impacto na subjetividade e nas condições materiais de vida das mulheres.

Com a discussão que apresentamos nesta seção, buscamos delimitar conceitos e perspectivas teóricas que são fundamentais para a análise que propomos nesta pesquisa. Ao escolher a temática do empreendedorismo e tomar como objeto empírico mulheres autoempendedoras de uma região periférica, em situação de vulnerabilidade social, compreender a situação de desigualdade que opera no plano de fundo desta realidade é central. Ao partir do princípio da defesa de justiça e igualdade, temos clareza sobre para qual direção apontamos quando levantamos a discussão do empoderamento destas mulheres.

Em outras palavras, é porque entendemos que as mulheres têm suas vidas pessoais e profissionais afetadas pelas consequências da desigualdade na relação entre os sexos, intensificadas pelo capitalismo neoliberal, que analisar de quais formas a atividade autoempendedora pode possibilitar empoderamento e, conseqüentemente, possibilidades de justiça social se transforma em uma preocupação e se desdobra no nosso problema de pesquisa.

3.2 CONCEITO EM DISPUTA: EMPODERAMENTO COMO VERBO INTRANSITIVO

Nesta seção, buscaremos apresentar algumas das discussões mais recentes na literatura em língua portuguesa acerca dos usos e significados atribuídos à ideia de empoderamento. As noções aqui mobilizadas inserem a disputa deste conceito tanto no âmbito da sua dimensão individual e coletiva, quanto da sua caracterização política nas perspectivas neoliberal e crítica. Com estas reflexões, esperamos delimitar o ponto de vista teórico e analítico da qual partiremos para analisar os dados coletados em nossa pesquisa.

Nas últimas décadas a categoria empoderamento vem sendo utilizada por ativistas e pesquisadoras(es) de diversas áreas do conhecimento ao tratarem, de forma geral, da emancipação e melhoria da qualidade de vida de grupos oprimidos e marginalizados (NARAYAN, 2002 *apud* BAQUERO, 2012, p.174). De acordo com Ruth Baquero (2012.), a origem do conceito *empowerment* tem raízes no processo de luta por justiça social da Reforma Protestante (séc. XVI) iniciada por Lutero. Ao traduzir a Bíblia do latim para o alemão, tornou possível o acesso à informação para a grande camada da sociedade que não era culta, permitindo que estas pessoas se tornassem sujeitos de sua religiosidade, constituindo, assim, um processo de empoderamento. Não obstante, foi somente na década de 1960 nos Estados Unidos que o termo ganhou notoriedade e passou a ser utilizado de forma crescente pelos chamados novos

movimentos sociais, ligados à emancipação feminina, de pessoas LGBTQ+ e de grupos étnicos. A respeito do uso teórico desta categoria, Baquero (2012, p. 176) aponta que

A produção sobre o tema *empowerment* ou empoderamento é significativa e se distribui em diferentes disciplinas e práticas profissionais. Um levantamento junto ao Google revela um número significativo de artigos publicados envolvendo a temática sobre empoderamento. A maior parte deles situa-se na área de saúde pública, psicologia comunitária e administração. Tais textos relatam reflexões em torno do tema ou experiências que objetivaram alguma modalidade de empoderamento. É importante demarcar que o debate conceitual mais acurado sobre a questão tem se dado fora da sociologia e da ciência política, conforme destacam Horochovski e Meirelles (2007).

Recentemente, e voltando-nos para a temática que interessa a este trabalho, o termo tem ganhado destaque principalmente nos discursos que se ocupam da defesa da igualdade nas relações de sexo, especialmente os estudos de gênero. Expressões como “empoderamento feminino” e “mulheres empoderadas” têm sido recorrentes nos movimentos sociais, na mídia e nas políticas tanto de governos, quanto do setor privado e instituições de desenvolvimento social (sendo a Organização das Nações Unidas o melhor exemplo entre estas). Isso é resultado de um expressivo fortalecimento dos movimentos feministas nos anos recentes, o qual veio acompanhado da massificação de suas pautas, como é o caso da ideia de empoderamento.

Embora à primeira vista esse processo possa ser positivo, a utilização recorrente e a partir de diferentes perspectivas e abordagens de certas ideias também nos colocam problemas teóricos e práticos. Principalmente pelo fato de que “feminismo” não constitui uma ideologia e movimento dotado de consenso, pelo contrário, como já apontado, nos referimos a movimentos e teorias feministas no plural precisamente porque há uma disputa política dentro deste campo. Assim, com a adoção tão dispersa de ideais feministas, ocorre uma profusão de significados que nos colocam recorrentemente a tarefa de definir o que conceitos como empoderamento significam e representam.

Conforme apontado por Baquero (2012), a utilização da categoria empoderamento está diluída nas mais diversas áreas de conhecimento e isto tem como resultado uma aplicação prática limitada, uma vez que não existe uma definição objetiva ou consensual. Gohn (2004, *apud* BAQUERO, 2012, p.176) sugere que embora *empowerment*, da forma que tem sido traduzido no Brasil, tenha um caráter universal, existe uma convergência na literatura de que o empoderamento pode ocorrer em três níveis: empoderamento individual, organizacional e comunitário.

O primeiro refere-se ao nível subjetivo de análise, com ênfase no “aumento do poder individual, medido em termos do aumento no nível de autoestima, de autoafirmação e de

autoconfiança das pessoas. Estratégias voltadas à autoajuda e ao autoaperfeiçoamento estão presentes neste tipo de empoderamento” (GOHN, 2004, *apud* BAQUERO, 2012, p. 177) — a teoria de Paulo Freire irá divergir desta concepção individualista, como veremos mais adiante. Já o segundo tipo está vinculado a organização de empresas e um processo de dar voz e participação aos empregados para que participem das decisões estratégicas da empresa. Por fim, o empoderamento comunitário “envolve um processo de capacitação de grupos ou indivíduos desfavorecidos para a articulação de interesses, buscando a conquista plena dos direitos de cidadania, defesa de seus interesses e influenciar ações do Estado” (GOHN, 2004, *apud* BAQUERO, 2012, p.178). Analisando a educação popular na América Latina, Gohn (2004, *apud* BAQUERO, 2012) indica que a aplicação do método Paulo Freire em comunidades na década de 1990 se encontra neste nível de *empowerment*.

A partir da questão central que orienta nosso trabalho de pesquisa junto a mulheres autoempendedoras, nos interessa particularmente as definições de empoderamento individual e comunitário. Estas perspectivas dialogam com a realidade vivenciada pelo grupo Empreendedoras da Restinga, uma vez que na análise das narrativas das entrevistadas, foi possível identificar uma elevação de sentimentos positivos em relação a si, um processo individual, mas que, ao mesmo tempo, ocorre articulado com outras mulheres e com uma mudança positiva também no bairro. Tal processo se configura em uma articulação virtuosa onde sujeito, coletividade e lugar geram efeitos entre si e engendram um processo de empoderamento. O que pode nos levar a refletir sobre um processo de empoderamento que articula nível individual e comunitário, e que se alimenta de ambos. A partir das concepções expostas nesta seção, exploraremos esta questão no próximo capítulo ao nos debruçarmos sobre as experiências das autoempendedoras analisadas.

Seguindo as tentativas de definição do conceito de empoderamento, diversas feministas do Sul global têm se dedicado a esta tarefa (SARDENBERG, 2012; BERTH, 2019), mas recentemente a arquiteta e urbanista Joice Berth contribuiu enormemente para a elaboração de uma síntese desta discussão ao publicar o livro “Empoderamento” (2019). Na obra, a autora resgata a história da Teoria do Empoderamento, apontando como marco inicial o surgimento do conceito *empowerment* em 1977, nos EUA, com o trabalho do sociólogo Julian Rappaport. Na definição deste autor, o termo representa um “processo de ganhar liberdade e poder para fazer o que você quer ou controlar o que acontece com você” (BERTH, 2019, p. 29).

Contudo, o conceito que vem sendo utilizado por teóricas críticas no Brasil difere do termo da língua inglesa, principalmente ao não dar ênfase à noção de que alguém precisa dar poder a outrem para que este seja empoderado. De acordo com Berth (2019, p. 36-37), são

encontradas referências a intelectual negra norte-americana Barbara Bryant Solomon como a precursora do trabalho aplicado da Teoria do Empoderamento, através do seu trabalho em comunidades étnicas e de minorias enquanto assistente social. Por outro lado, diversas autoras(es) indicam o trabalho do educador Paulo Freire como um dos precursores da aplicação prática desta teoria em grupos oprimidos, e sua Teoria da Conscientização (1960) como inspiração da Teoria do Empoderamento.

Para Freire, indo de encontro a Rappaport (1977 *apud* BERTH, 2019), a ideia de “dar poder” a indivíduos ou grupos vincula-se a uma noção paternalista que, ao contrário de torná-los empoderados, os mantém em uma relação desigual de poder, o que o educador caracterizou como “subjugação dócil” às classes dominantes e estruturas de poder (BERTH, 2019, p. 45). Na sua concepção, portanto, grupos subalternizados devem empoderar a si mesmos através de um processo que inicia com a consciência crítica e alia-se a uma prática transformadora, processo este que não se dá de maneira automática e que é necessariamente coletivo. Freire e Shor (1986, *apud* BAQUERO, 2012, p. 180-181) destacam que

Mesmo quando você se sente, individualmente, mais livre, se esse sentimento não é um sentimento social, se você não é capaz de usar sua liberdade recente para ajudar os outros a se libertarem através da transformação da sociedade, então você só está exercitando uma atitude individualista no sentido do *empowerment* ou da liberdade.

Nesta direção, Baquero (2012, p. 179) apresenta a diferenciação possível entre empoderamento como verbo transitivo ou intransitivo. No primeiro caso, o termo vai ao encontro da noção de um *empowerment* em que um agente dá poder a um indivíduo passivo, ideia que pode ser bem representada por políticas assistencialistas que não se preocupam com o desenvolvimento de sujeitos. Pensado intransitivamente, por outro lado, empoderamento é precisamente o que a teoria freiriana postulou, um processo através do qual indivíduos ou comunidades adquirem recursos que lhes possibilitam ter voz, visibilidade e capacidade de ação, gerando processos que podem possibilitar a reestruturação de relações de poder.

De acordo com o ponto de vista teórico mais amplo do qual partimos neste estudo, o empoderamento como verbo intransitivo se apresenta em consonância com o tensionamento que propusemos anteriormente com a racionalidade neoliberal que, através da retórica do empreendedorismo, articula empoderamento com empreendedorismo de forma individualista e um tanto reducionista, ao dar demasiada ênfase na dimensão econômica deste processo. Também nesta direção caminha a análise da experiência das mulheres do grupo estudado, ao verificarmos que o empoderamento por elas vivenciado se relaciona de forma importante com

a sua organização coletiva e com as consequências desta organização na comunidade a qual pertencem, em um processo de mútuo fortalecimento e empoderamento.

Este conceito já bem delimitado por Freire, dotado de característica coletiva e transformadora, passou ainda por um processo de qualificação nos debates propostos por teóricas feministas na década de 1980. Para a pesquisadora feminista indiana Srilatha Batliwala (2018, *apud* BERTH, 2019, p.44), o conceito de “empoderamento feminino” surge nos debates colocados por teóricas feministas (especialmente vinculadas ao movimento feminista negro) ao destacarem que o “oprimido” da teoria freiriana era marcado por gênero, raça e sexualidade, algo não desenvolvido na teoria do educador brasileiro. A partir disso, diversas autoras contribuíram para a formulação do conceito de empoderamento, mas de forma sintética podemos definir empoderamento de uma perspectiva crítica a partir do que Berth aponta a respeito do processo de “ganhar poder”, que envolve:

a condução articulada de indivíduos e grupos por diversos estágios de autoafirmação, autovalorização, autorreconhecimento e autoconhecimento de si mesmo e de suas mais variadas habilidades humanas, de sua história, e principalmente de um entendimento quanto a sua posição social e política e, por sua vez, um estado psicológico perceptivo do que se passa ao seu redor. (BERTH, 2019, p. 21)

Até aqui, apresentamos trabalhos que se empenharam na tentativa de revisão do conceito de empoderamento com intuito de apresentar definições para tornar possível sua utilização prática. Mas para além das divergências entre concepções individualistas e coletivas (de transformação social), uma outra questão tem ganhado atenção nos debates feministas e constitui aspecto central para a problemática que nos colocamos nesta pesquisa. Quando apontamos que o conceito de empoderamento está em disputa, não nos referimos apenas à diversidade de definições do termo, mas também a uma disputa política que tem se apresentado principalmente no debate entre o feminismo pautado na teoria crítica e o discurso neoliberal — que é bem representado pelo feminismo liberal.

Nas últimas décadas, organizações governamentais, não governamentais e corporações internacionais (ONU, Banco Mundial, Sebrae, entre outras) vêm utilizando “empoderamento” de forma muito distinta da definição vinculada à teoria freiriana e feminista. Sardenberg (2012) aponta existirem problemas sérios de divergências teórico-metodológicas e principalmente políticas por trás dos usos do conceito quando o Banco Mundial e até o ex-presidente George Bush II o utilizam, certamente, com um entendimento muito diferente do das feministas — especialmente das latino-americanas.

Para Cornwall (2018, p.2), “à medida que conceitos feministas como ‘agência’ (*agency*) e ‘escolha’ passaram a ser colocados a serviço do neoliberalismo, a palavra ‘empoderamento’ foi eviscerada de conteúdo controverso e desafiador”. Assim, o empoderamento que hoje nos é oferecido institucionalmente é o que ela denominou de “empoderamento light”, ou seja, um empoderamento destituído de qualquer potencial libertador de relações sociais que produzem desigualdades sociais e materiais. A autora aponta ainda que organizações, como a ONU Mulheres, têm utilizado esse discurso com um viés puramente econômico ao demonstrar como a inserção e engajamento de mulheres no mercado de trabalho eleva os indicadores econômicos e como esses são positivos em países onde a igualdade de gênero é maior. Desse modo, a importância da igualdade “de gênero” parece residir nos impactos positivos que produz para a economia.

Em outras palavras, essa espécie de “empoderamento comportado” tenta incorporar as mulheres ao mercado de trabalho para atender a demandas da economia neoliberal sem pretender alterar as estruturas que mantêm as desigualdades sociais e das relações de sexo.

Falar de “empoderar as mulheres” implica que o poder pode ser transmitido, e as mulheres são recipientes que podem ser infundidos com ele. Alegações de estar “empoderando as mulheres”, engajando-as no mercado, conjuga poder ao dinheiro. A aquisição de dinheiro passa a ter poderes quase mágicos, como se, uma vez que as mulheres tivessem seu próprio dinheiro, poderiam sacudir a varinha e, num passe de mágica, fazer desaparecer as normas sociais, as relações afetivas e as instituições subjacentes que as constroem. (CORNWALL, 2018, p. 6)

O empoderamento nos usos que o pensamento neoliberal tem feito dele pode ser definido simplesmente da forma como indicou Nancy Fraser (2009, p. 45): “o capitalismo desorganizado vende gato por lebre ao elaborar uma nova narrativa do avanço feminino e de justiça de gênero”. É nesse contexto que o discurso do empoderamento feminino através do empreendedorismo se fortalece. Em discurso de setembro de 2014, a então diretora do Fundo Monetário Internacional (FMI), Christine Lagarde, sintetizou a ideia que nos dá uma boa pista dos ideais que fundamentam esse tipo de empoderamento:

Sete anos adentro da pior crise financeira global desde a Grande Depressão, a recuperação ainda é muito tépida e turbulenta. E mesmo depois que a crise diminuir, enfrentaremos sérios desafios ao crescimento – à medida que um “novo normal” mais lento se instala, à medida que as populações envelhecem e as disparidades econômicas aumentam. Diante desses desafios, precisaremos de todo o crescimento econômico, dinamismo e engenhosidade que pudermos obter nos próximos anos. Felizmente, uma parte fundamental da solução está nos encarando – liberar o poder econômico das mulheres. Incluindo no rebanho o maior grupo excluído do mundo. (LAGARDE, 2014, *apud* CORNWALL, 2018, p. 20)

A partir das análises teóricas expostas, foi possível distinguir duas concepções distintas e mesmo antagônicas de empoderamento. Com esta discussão, embora tenhamos convergido com a ideia de empoderamento pautada na teoria feminista crítica, não pretendemos colocar em questão se as mulheres do grupo Empreendedoras da Restinga são ou não empoderadas, como afirmam ser, ou ainda atribuir juízo de valor ao empoderamento que por elas tem sido vivenciado. Pelo contrário, como um dos objetivos de nossa pesquisa sugere, o que buscamos é verificar como se localizam no quadro conceitual exposto os significados de empoderamento mobilizados por elas, uma vez que partimos do pressuposto da complexidade que a realidade apresenta.

Tal delimitação conceitual também nos auxilia a verificar de quais formas empreendedorismo e empoderamento feminino podem estar imbricados. Partindo da perspectiva teórica crítica que expusemos e ao lado da qual nos posicionamos neste capítulo, é que sustentamos a hipótese que orienta nosso trabalho. Isto é, o empreendedorismo nos termos individualistas da lógica neoliberal não é *per se* um fator que gera empoderamento para as mulheres, mas pode se tornar quando articulado em rede, conforme parece sugerir a experiência do grupo pesquisado. Por este motivo, o objetivo deste estudo é compreender de qual forma, e aliada a quais outros elementos, a atividade como autoempreendedora pode engendrar este processo de empoderamento.

Para pensar a operacionalização do conceito de empoderamento que expusemos aqui, e levando em consideração a dificuldade desta tarefa como já apontado por Baquero (2012), se faz interessante o modelo de análise (Quadro 2) formulado pela feminista norte-americana Nelly Stromquist (2002, *apud* BERTH, 2012, p.9).

Quadro 2 – Modelo de Análise Proposto para o Conceito de “Empoderamento”

Conceito	Dimensão	Indicador(es)
Empoderamento	Cognitiva	visão crítica da realidade
	Psicológica	sentimento de autoestima
	Política	consciência desigualdades
	Econômica	capacidade de gerar renda independentemente

Fonte: Elaborado pela autora, conforme Stromquist, 2002 *apud* Berth, 2019.

A partir deste modelo, empoderamento é organizado em quatro dimensões que dizem respeito ao nível individual do conceito, indicando aspectos que podem ser identificados na vida pessoal dos sujeitos envolvidos neste processo. Ainda que seja um instrumento útil como ponto de partida, para atender aos objetivos deste estudo propomos uma adaptação deste

modelo. Primeiro, para dar conta também do caráter coletivo que este processo implica, o qual foi apontado pela teoria feminista crítica mobilizada aqui e, também, identificado nas narrativas das autoempreendedoras entrevistadas, conforme veremos no Capítulo 4. Também é útil a adaptação deste modelo, porque a partir das narrativas destas mulheres foi possível identificarmos fatores que possibilitaram estabelecer indicadores mais palpáveis que auxiliam a operacionalizar a análise do fenômeno. Considerando as formulações teóricas mobilizadas e analisando-as à luz da pesquisa empírica, foi construído um modelo analítico (Quadro 5), que será apresentado no próximo capítulo, para operacionalizarmos a análise das narrativas das autoempreendedoras entrevistadas. A partir deste modelo, se torna possível a verificação 1) das concepções que as mulheres pesquisadas têm de empoderamento e, a partir disso, 2) de quais formas o autoempreendedorismo e o grupo se relacionam ao processo de empoderamento.

3.3 SIGNIFICANDO EMPODERAMENTO

Para analisarmos que papel exerce o grupo, com este formato de autoempreendedorismo em rede, e a atividade como autoempreendedora na construção do empoderamento manifestado pelas mulheres do grupo Empreendedoras da Restinga, primeiro importa identificarmos quais significados empoderamento adquire no discurso do grupo e nas narrativas das entrevistadas. Quer dizer, se buscamos compreender como estas mulheres estão se empoderando é preciso, antes, identificarmos o que é esse “sentir-se com mais poder” do ponto de vista delas. Uma vez feito isso, passaremos, no próximo capítulo, à identificação e análise dos fatores relacionados ao trabalho como autoempreendedoras e à forma como organizam este trabalho (em rede) que possam explicar como elas estão vivenciando um empoderamento.

Neste ponto, é necessário destacar que o termo grupo assume uma característica de “entidade” e se refere ao discurso e imagem oficiais propagados em suas páginas nas redes sociais, e não ao conjunto de autoempreendedoras. Foi possível perceber, a partir das entrevistas realizadas, certas divergências internas no grupo de mulheres. O discurso presente nas redes sociais é administrado por cerca de dez integrantes, as quais fazem parte da comissão de organização (hoje diretoria da Associação), sendo a idealizadora do grupo, Roberta, a principal figura presente nestas redes. Dessa forma, tal discurso não representa, necessariamente, a visão e opiniões de todas as integrantes.

Nas publicações do perfil do grupo são, na verdade, poucas as menções ao termo “empoderamento” e conteúdos direcionados a discutir esta questão especificamente, se comparado ao tema do empreendedorismo. Ainda assim, o termo está presente, primeiramente

como um objetivo da organização, de “empoderar mulheres através da promoção do desenvolvimento social, econômico, combatendo a violência” (*Post* realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 8 mar. 2020²⁰). Em outra postagem, a dimensão econômica do conceito é reforçada (Figura 4), quando é apontado que mulheres independentes financeiramente melhoram a vida da família, da comunidade e empoderam outras mulheres. Em outro momento, a ideia de empoderamento aparece articulada à noção de persistência tão utilizada pela retórica do empreendedorismo (Figura 5). Em todos os casos, o empoderamento emerge estritamente vinculado à atividade empreendedora.

Figura 4 – Postagem: Empoderamento Vamos Juntas



Fonte: *Post* realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 29 ago. 2020.

Figura 5 – Postagem: Empoderamento Você Consegue



Fonte: *Post* realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 16 mar. 2021.

²⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9fOTbEnQ_m/>. Acesso em: 23 abr. 2021.

Uma dimensão importante do caráter do grupo é o discurso feminista. Embora não seja uma identidade explicitamente adotada e defendida, algumas ideias associadas ao feminismo surgem em diversos momentos. A começar pela própria natureza do grupo, de ser exclusivo para mulheres, baseado na perspectiva de que é importante possibilitar mais espaço e voz para as mulheres em uma sociedade na qual homens são privilegiados. Tal perspectiva é defendida pela idealizadora do grupo, conforme relatou a nós em entrevista concedida durante o campo exploratório. Em uma das postagens publicadas no perfil do grupo, é possível verificar esta concepção:

Quantas mulheres empreendedoras você conhece? Há algum tempo, pouco se ouvia falar sobre suas histórias. Hoje, ainda ouvimos pouco, principalmente quando comparamos às histórias que ouvimos de homens empreendedores. Mas por que isso? Como podemos incentivar o empreendedorismo feminino? É um fator histórico e cultural. Essa discussão começa há algum tempo, e ainda vai longe. Muito dos motivos de vivermos essa situação hoje, deve-se à criação que se recebe em casa. Meninas acabam sendo expostas a outros estímulos e, muitas vezes têm menos abertura em casa. Isso afeta, e muito, a referência que formarão delas mesmas, e de suas próprias vidas. A sociedade também influencia o que fazemos, e o que vivemos no momento. Até pouco tempo atrás, a mulher era tida como um indivíduo totalmente dependente de seu marido. Incapaz, por exemplo, de ter um CPF próprio, uma vez que o homem era o chefe e responsável por sua família. Agora, pensando na questão que colocamos acima "como incentivar o empreendedorismo feminino"? Vira e mexe, vemos empresários em capas de revistas e muito lemos, e ouvimos, sobre seu sucesso. Os temos como heróis. Se a mulheres, que fazem as mesmas coisas, não têm a mesma visibilidade, isso gera uma grande frustração. Marque aqui 3 mulheres empreendedoras que você conhece. (*Post* realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 2 abr. 2021²¹)

Não obstante, entre as entrevistadas as opiniões a respeito da impossibilidade de participação dos homens no grupo e do feminismo foram diversas. Para três entrevistadas não haveria problema se o grupo fosse misto, ao passo que uma outra enxerga a exclusão dos homens como um problema por ter seu negócio administrado junto com seu cônjuge, que não aceita bem a exclusão, fato que acabou provocando tensões no relacionamento:

Na verdade, assim, quando é mencionado o empoderamento feminino que é o top do grupo elas dão a entender que o homem não é nada, que a gente pode ser quem a gente quiser sem precisar do homem, ou do nosso marido, do nosso companheiro. Por exemplo, a minha empresa tem meu marido, mas ele não pode nem pintar as caras no grupo, nem o meu nem o de ninguém, nem em reunião nenhuma. Hoje como associação, mesmo sendo associação, também não pode, só pode ser mulher. Então eu acho que todo mundo que tem um marido ou companheiro ele tá por trás, normalmente tá no lado financeiro tipo não entrou dinheiro suficiente esse mês ele te dá dinheiro e vai lá e compra, ou quando precisa de tal coisa ele vai lá e pega, e algumas outras coisas que de repente é perigoso ele vai lá te leva junto. Já o lado de

²¹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CNKT6ySDnBE/>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

empoderamento que elas falam no grupo não é esse, elas desvalorizam o homem no grupo, e eu não acho certo. (Entrevistada 6, maquiadora, branca, 33 anos)

Para as demais, o fato de o grupo ser apenas para elas é o fator distintivo que o torna especial e ainda mais importante, pois acreditam que assim este se constitui em um espaço de acolhimento, onde todas se entendem e se reconhecem. Enquanto duas se declaram orgulhosamente feministas, e outras duas fazem questão de afirmar que não o são, a maioria não faz referência ao termo ou à ideologia, mas apresentam em seu discurso a consciência de que as mulheres ocupam um lugar de desigualdade na sociedade e que são vistas como menos capazes do que os homens, especialmente na hora de empreender e se tornarem empresárias.

Eu acho que isso é fundamental, porque hoje em dia por mais que falem em igualdade isso e aquilo, a gente sabe que na verdade não é bem assim né. A mulher é sempre meio desclassificada, a mulher nunca é vista como uma chefe, uma dona de um negócio, uma patroa, é sempre... parece que tão sempre tentando diminuir e isso eu acho que é muito ruim né, a gente tem que criar essa visibilidade, a mulher tem tanto poder quanto o homem, todo mundo tem o direito igual. Por isso acho bem importante essa união. (Entrevistada 5, loja utilidades domésticas, branca, 30 anos)

Nas entrevistas com integrantes do grupo, por sua vez, nos deparamos com múltiplas concepções a respeito de empoderamento feminino. Ainda que tenhamos encontrado o conceito de empoderamento vinculado a diferentes fatores, é possível verificar que a noção de que ganhar poder representa ganho de autoestima, seja como sujeito ou como autoempreendedora, é a que se sobressalta. Para esquematizarmos os diferentes significados atribuídos ao conceito, no Quadro 3 apresentamos as principais ideias associadas ao empoderamento encontradas nas narrativas analisadas. Com isso é possível identificarmos o que pensam sobre empoderamento e, assim, contextualizarmos que empoderamento é este que está sendo construído na experiência do grupo de autoempreendedoras

Quadro 3 - Significados de Empoderamento

Significados	Narrativas
Fazer tudo o que se quer, tudo o que homens fazem.	“Então, assim, o projeto, a associação em si, fez um bem para o comércio feminino aqui do bairro, fez um bem para as empreendedoras do bairro, mas acho que o maior bem na verdade, o maior legado que essa associação já deixa é na mente de cada mulher, mexeu muito com nosso amor-próprio, mexeu muito com nossa capacidade de se reinventar.” (Entrevistada 4, loja de doces, branca, 24 anos)
Ser livre e fazer o que se tem desejo sem ser julgada pelos outros.	“Então o empoderamento feminino assim ó, tem que ser mil em todas as mulheres, tem que ser 100%. Mas acho que o legal é tu ter aquele teu empoderamento bem esclarecido, tu vai divulgando, porque é teu jeito de ser, talvez tu não vá falar tanto, mas teu jeito de ser vai mostrar, tu tem o teu empoderamento bem ativo. Se eu não tenho o meu tão ativo, mas eu ficando perto de ti, te acompanhando, aquilo ali vai contagiando, então eu acho que nós mulheres temos que ter isso aí de querer contagiar as outras mesmo, porque coisa ruim contagia sem tu querer, então

Significados	Narrativas
Autoestima elevada e amor-próprio.	vamos contagiar com as coisas boas, e o empoderamento feminino é uma coisa que tem que ter, todas mulheres têm que ter.” (Entrevistada 3, loja de roupas, preta, 41 anos)
Incentivar e apoiar outras mulheres.	“Empoderamento feminino tem que tá vivo dentro de nós mulheres, porque se eu não me empoderar como uma mulher nenhuma outra pessoa vai conseguir colocar isso dentro de mim, vai poder me esclarecer. Tu tem que ser empoderada. Por exemplo, eu sou casada com meu marido, mas tem coisas que eu não espero muito por ele não, eu vou indo, vou fazendo, vou agilizando. Meu trabalho eu faço tudo sozinha, eu faço alguma coisa com ele, mas eu sigo o meu valor de mulher, com ele ou sem ele, eu sei do meu valor, valor do que eu tenho, do potencial que eu tenho.” (Entrevistada 3, loja de roupas, preta, 41 anos)
Ser independente em relação ao parceiro, aos homens de forma geral.	“Eu acho que é essencial né, empoderamento. Porque primeiro que a maioria de nós mulheres desde bem pequenas já somos bem decididas, eu acho né, e com iniciativa. Então esse empoderamento na verdade hoje tem um nome, mas instintivamente nós já temos isso. E isso não diminui, não menospreza o homem, ele tem seu papel dentro da família, na minha opinião como chefia, é o outro lado do cérebro que nós não usamos. Mas claro tem mulheres tão habilidosas quanto a Roberta que conseguem usar os dois. Mas eu acho muito importante o empoderamento sim.” (Entrevistada 1, cabeleireira, branca, 33 anos)
É da natureza da mulher, está dentro de todas. Se reconhecer como empreendedora.	“Eu acho que nós mulheres a gente tem o empoderamento dentro da gente e tem que botar pra fora. Às vezes a gente tem uma vergonha, eu tenho né, aquela vergonha de iniciar. Daí tu tem aquela vitamina das empreendedoras, "vamo lá, vamo correr atrás". Eu acho que depende da gente, dentro da gente, se empoderar.” (Entrevistada 2, <i>pet sitter</i> , branca, 49 anos)
Sentir-se capaz de realizar e conquistar.	“Eu nunca me senti uma feminista, não me intitulo feminista. Mas a questão do empoderamento feminino, ele é real. Isso é indiscutível. Ser reconhecida como uma mulher, uma mulher da Restinga, uma empreendedora da Restinga mexe muito com a questão do amor-próprio, do se sentir capaz, então se o nome disso é empoderamento feminino, então é isso. Eu me sinto hoje uma mulher extremamente capaz, eu só não faço o que eu não quiser fazer, eu só não alcanço os lugares que eu procrastinar e não quiser alcançar. Então, hoje, enquanto mulher, enquanto associada, enquanto uma empreendedora Restinga eu me sinto extremamente capaz e empoderada e eu quero andar com essas mulheres empoderadas também.” (Entrevistada 4, loja de doces, branca, 24 anos)
Sentir-se realizada com seus sonhos profissionais.	“Quando uma mulher se sente que ela tá realizada com as coisas dela, com os sonhos dela, que ela tá indo atrás daquilo ali e que ela sente dentro dela que ela tem a liberdade de fazer o que ela quer ela pode se considerar uma mulher empoderada, que ela tem o poder e realmente pode usar esse poder. E eu gostaria muito que todas as mulheres do mundo se sentissem assim. (Entrevistada 5, loja utilidades domésticas, branca, 30 anos)
Consumir dentro do próprio bairro fortalecendo a economia local.	“Eu sou feminista de carteirinha como eu te falei, então eu acho que o simples fato da gente tá ali, uma incentivando, apoiando a outra o tempo todo a gente já tá se empoderando. O fato de agora trocar as lojas de centro e as lojas dos mais distantes pelas lojas daqui também tá se apoiando, tá se empoderando. O que é empoderamento? Eu acho que é isso né, quando a gente acaba se ajudando. Uma dando poder, literalmente, pra outra. Poder nem que seja financeiro, poder... qualquer tipo de poder. A gente tá se apoiando. (Entrevistada 13, professora e guia de turismo, preta, 51 anos)
Reconhecer sua força e adquirir autoestima para empreender	“É a gente se sentir capaz. Empoderamento pra mim é a gente se sentir assim “eu posso, eu quero e eu vou conseguir”. A gente pensar “não, eu vou ir em frente, eu vou conseguir”. Eu aprendi com esse grupo a ser mais determinada, ser mais confiante, ter mais autoestima”. (Entrevistada 11, salgadeira, branca, 50 anos)
Conseguir colocar para fora aquilo que já possui e ocupar um lugar no espaço, se colocando pessoal e economicamente.	“E essa das empreendedoras da Restinga é bom porque elas nos incentivam a ter essa autoestima, essa confiança de que a gente pode né. É isso que eu tô gostando do grupo, que elas dão bastante empoderamento pra mulher, pra mulher saber que ela tem condições e pode fazer algo melhor, não desistir né, que é o que muitos empreendedores tiveram que desistir e muitos continuaram e tão bem e vão continuar bem eu acho.” (Entrevistada 9, cabeleireira, branca, 51 anos)

Significados	Narrativas
	<p>“O empoderamento é tu crescer, tu dar valor, tua autoestima renovada todo dia. E no nível de mulher muitas vezes o que a gente vê no grupo é mulheres com a autoestima muito baixa, independente de terem companheiro ou não, então logo no começo foi muito focado nisso, teve muita live visava esse objetivo “vamos se levantar, vamo embora” estimulava ação no sentido de empoderar aquele produto ou aquela mulher que vende aquilo. [...] Ele é te fazer ser uma pessoa melhor, tu pode ser bem valorizada por ti mesma, te enxergar como tu realmente é e se tu não tá muito legal fazer aquilo acontecer.” (Entrevistada 6, maquiadora, branca, 33 anos)</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme abordamos na primeira parte deste capítulo, empoderamento é um conceito que não apresenta consensos e é, além disso, disputado por campos políticos divergentes. De um lado, teóricas feministas críticas o mobilizam para descrever e defender processos de emancipação social coletivos vinculados à busca por transformações estruturais. De outro, instituições representantes de uma política neoliberal fortalecem em seus discursos a retórica empreendedora utilizando-se, para isto, o empoderamento em seu caráter estritamente econômico. Dentro deste debate, nos parece especialmente interessante compreender os significados associados ao conceito pelas mulheres analisadas neste estudo, verificando na complexidade da realidade empírica as ideias e significados mobilizados pelos sujeitos.

É possível perceber que os significados que empoderamento adquire na experiência das autoempreendedoras do grupo transita entre os sentidos atribuídos pelas teóricas feministas críticas e pelas instituições. Mesmo que a maioria não sustente uma identidade “feminista”, todas demonstraram uma consciência a respeito da desigualdade nas relações de sexo e da importância do incentivo para que mulheres ocupem os mesmos espaços sociais que os homens historicamente dominam. Ainda alinhado à perspectiva feminista crítica de empoderamento, elas dão ênfase ao caráter coletivo deste processo de empoderamento que têm vivenciado e demonstram a força de impacto do coletivo neste “ganho de poder”, que se potencializa a partir do momento em que é compartilhado.

Ao mesmo tempo, a dimensão econômica é muito presente, e embora ela também o seja na concepção teórica feminista, assim como para instituições neoliberais no caso das empreendedoras do grupo o empoderamento também aparece intimamente vinculado a dimensão econômica e associado ao autoempreendedorismo. O que demonstra a complexidade da realidade empírica, que com dificuldade poderia se limitar a um enquadramento em um ou outro conceito idealizado. Portanto, ao procedermos com tal comparação, entre conceitos e significados que empoderamento adquire, buscamos nos aproximar da realidade das mulheres que são o foco deste estudo e, assim, tornar possível a análise de como este empoderamento está sendo construído para elas.

4 AUTOEMPREENDEDORISMO EM REDE

Neste capítulo, trataremos de analisar os dados coletados nesta pesquisa a partir das concepções teóricas que abordamos na primeira parte deste trabalho. Uma vez definidos os conceitos de empreendedorismo e empoderamento, bem como as perspectivas teóricas distintas que os mobilizam, buscamos agora demonstrar de que forma tais ideias se articulam na experiência do grupo Empreendedoras da Restinga. Para retomar, nosso objetivo neste estudo é analisar a relação entre o empreendedorismo e o empoderamento de mulheres a partir dos significados que o conceito de empoderamento adquire para elas e como ele se constrói na experiência deste grupo. Nesta seção, portanto, nossos esforços serão direcionados a tentativa de indicar possíveis caminhos para responder tal questão.

De forma geral, cabe destacar que identificamos, em sua maioria, consensos entre as narrativas escutadas, ainda que não configure como nosso objetivo e não faça parte de nossa metodologia criar generalizações. Partimos da perspectiva de que coletamos diferentes histórias que estão vinculadas a diferentes trajetórias de vida pessoal e profissional e, portanto, se traduzem em vivências distintas dessa mesma experiência que é o de pertencer ao grupo de empreendedoras. Ainda assim, algumas direções podem ser traçadas e ajudam a responder as questões que orientaram nossa pesquisa e nosso trabalho de campo. Contudo, mais importante do que tais respostas, o trabalho empírico nos forneceu novas questões e outras formas de olhar para aquelas que já havíamos formulado.

Este formato de autoempreendedorismo em rede, produziu resultados transformadores na vida pessoal e profissional das mulheres que dessa forma se organizam. De forma geral, quatro fatores indicam isto e estão intimamente relacionados entre si: (1) senso coletivo, (2) crescimento profissional, (3) fortalecimento da comunidade, (4) empoderamento feminino.

Em primeiro lugar, todas as entrevistadas apontaram como uma das principais características e vantagens de pertencer ao grupo o senso de coletividade e ajuda mútua que ali existe. Este é um dos elementos que nos auxilia a pensar na possibilidade de que esta forma de autoempreendedorismo em rede pode apresentar-se como uma contraposição a lógica individualista expressa na retórica empreendedora pautada em uma racionalidade neoliberal.

Em segundo, as mulheres estudadas relataram um grande crescimento profissional a partir do grupo, tanto em questões técnicas de trabalho quanto na autoestima para empreender e alavancar seu negócio, uma vez que este proporcionou espaços de formação (através de cursos realizadas com o SEBRAE, por exemplo) mas, principalmente, espaços de trocas de experiências e de apoio. Esta questão é particularmente importante, pois se sobressai nas

narrativas analisadas, como veremos adiante, e porque é um dos fatores que geram o sentimento de empoderamento vivenciado por estas mulheres.

Por terceiro, a criação do grupo transformou a vida não apenas das mulheres que dele fazem parte, mas também do bairro Restinga como um todo. A partir do *networking* produzido entre as autoempreendedoras, não apenas elas mesmas, como também suas redes de afeto, passaram a conhecer lugares e produtos do próprio bairro que antes eram buscados fora. Desde então, a partir do consumo, fortaleceram a economia local, o que gerou inclusive a melhoria de espaços do comércio e de lazer da comunidade. Neste ponto, ainda, a transformação mais importante indicada por elas foi a mudança de imagem pela qual o bairro tem passado desde então. Hoje o local é mais reconhecido através da mídia pelo grupo de empreendedoras que está “empoderando mulheres” e pelo trabalho por elas produzido, do que pela imagem violenta com a qual historicamente foi retratado por essa mesma mídia. Elas também apontaram mudanças positivas na sua própria relação com a comunidade e na sua visão do bairro, demonstrando um orgulho adquirido por ser “tingueira” (forma como se autodenominam os moradores do bairro).

Por fim, esta experiência de empreendedorismo demonstrou ter impacto no sentimento de empoderamento das mulheres que, ao estarem juntas compartilhando experiências, dificuldades e conquistas, fortaleceram umas às outras. Este processo, conforme relatos, gerou maior autoestima, segurança e independência, sentimentos que podemos relacionar à ideia de empoderamento feminino. Tal empoderamento também aparece associado, ao mesmo tempo, à atividade como autoempreendedora, uma vez que em suas narrativas os resultados positivos que identificam em suas vidas pessoal e principalmente profissional são atribuídos de forma muito articulada tanto ao grupo quanto ao ato de empreender.

Em nossa análise, partiremos das dimensões de empoderamento definidas por Stromquist (Quadro 2) e da crítica elaborada pela teoria feminista à ideia de empoderamento utilizada por instituições neoliberais para formularmos um modelo de análise (Quadro 5) que permita identificar a partir de quais indicadores o empoderamento se constrói na experiência deste grupo de mulheres. Este modelo também auxilia a diferenciar as duas perspectivas de empoderamento que traçamos no Capítulo 3 e que, para fins analíticos, denominamos aqui de “empoderamento feminista” e “empoderamento liberal”²². Tal diferenciação auxilia visualizarmos como os significados atribuídos a empoderamento pelas mulheres entrevistadas se articulam e transitam entre estas perspectivas, conforme analisamos no capítulo anterior.

²² Ainda que seja uma caracterização demasiado ampla, uma vez que, conforme mencionamos na discussão do Capítulo 3, não há apenas uma única teoria feminista e, portanto, nos referimos sempre a “feminismos”. Aqui, usamos o termo para nos referirmos a perspectiva feminista crítica que é adotada neste estudo.

Apresentamos esta seção em dois subcapítulos, buscando dar conta de tecer as principais reflexões que se originaram de nossa análise. Em primeiro lugar, apresentamos o grupo de empreendedoras, sua estrutura, objetivos, mecanismos de funcionamento e o perfil de algumas das mulheres que dele fazem parte (as quais foram por nós entrevistadas). Em seguida, nos detemos à forma como o empoderamento se constrói para elas através do papel que desempenham neste processo 1) o grupo — e neste ponto também apontamos os impactos desta experiência no bairro Restinga — e 2) a atividade como autoempreendedora. Para isso, cabe ressaltar que tratamos separadamente elementos de um processo que, em verdade, estão intimamente articulados. Portanto, ao final, analisaremos a forma como a construção do empoderamento decorre da articulação de fatores que se devem tanto à atividade como autoempreendedora, quanto à organização em grupo, o que se configura em um autoempreendedorismo em rede.

4.1 AS EMPREENDEDORAS DA RESTINGA

O grupo Empreendedoras da Restinga foi criado em Porto Alegre no ano de 2019, fruto de projeto elaborado por Roberta, ortodontista e empresária, que buscou reunir empreendedoras em prol do fortalecimento de mulheres e do bairro Restinga. Em entrevista concedida a nós, na etapa exploratória do campo de pesquisa, Roberta relata que durante anos percebeu seu negócio ser afetado pelo preconceito existente em relação ao bairro. Proprietária de duas clínicas odontológicas, identificou que o espaço localizado em outra parte da cidade não enfrentava o problema da negativa de clientes quando vinham a saber a localização da clínica. Em postagem no perfil do grupo no Instagram, atribuída a Roberta, é evidenciado o objetivo de transformar a imagem do bairro através do fortalecimento de empreendimentos de mulheres:

A proporção está errada! A conta não fecha, não há equilíbrio! Um ato de violência divulgado em todas as ferramentas de comunicação durante muito tempo definiu a Restinga! Se todos os jornais falavam isso,então, essa era a verdade! Não importava as coisas boas que aconteciam aqui,concorrer com a violência era difícil! Mas o que é dificuldade pra quem nasceu e cresceu ouvindo isso? Se você mora neste bairro então é menos,não tem estudo, é ignorante e ainda é mulher!! Um novo ciclo inicia,um ciclo feminino,generoso, inteligente forte e capaz! Não somos mais invisíveis! Somos as EMPREENDEDORAS RESTINGA! Queremos ser vistas e reconhecidas pelo nosso trabalho! Nossas vidas se misturam com esse bairro e por amor a ele é que também queremos aparecer neste jornal,não mais na coluna policial mas na primeira página! Empoderadas, conscientes das nossas virtudes estamos melhorando a cada dia! Restinga, nós te prometemos fazer o nosso melhor! Se um dia sentimos vergonha de ti,vamos trabalhar para que nossos filhos sintam orgulho de Nós! (Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 25 ago. 201923)

²³ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B1mgieAHLfR/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

Somando-se a outras mulheres, foi idealizado o projeto do grupo e organizado um encontro no “boca a boca” para a discussão de formas de divulgação dos negócios do bairro. Roberta aponta que não imaginava que atrairiam tantas interessadas, mas neste primeiro encontro estiveram presentes 80 mulheres donas de negócios na Restinga. Ela relata que “muitas empreendedoras não tinham WhatsApp, nem redes sociais. Fiquei pensando como elas sobrevivem sem essa divulgação. Expliquei coisas muito básicas, sobre como fazer um perfil profissional, por exemplo”. A partir daí foi tomando forma o grupo de empreendedoras que, em poucos meses, já era formado por mais de 250 mulheres autoempreendedoras.

O perfil do grupo é variado, tanto em relação às mulheres que o compõem, quanto às atividades econômicas em que estas atuam. De acordo com a idealizadora do grupo, Roberta, este é formado por um conjunto muito heterogêneo de mulheres, especialmente em relação à idade e área de atuação. Algo que pudemos identificar na amostra resultante do questionário online aplicado ao grupo, e a partir do qual buscamos selecionar para a etapa de entrevistas diferentes mulheres levando em consideração raça, idade e atividade profissional.

Através da aplicação do questionário online direcionado a todo o grupo, que constituiu a primeira etapa do trabalho de campo, tínhamos como objetivo traçar um perfil socioeconômico das empreendedoras. No entanto, obtivemos 30 respostas, fato que nos impossibilitou criar um perfil representativo. Dessa forma, esta etapa foi utilizada apenas como método para seleção da amostra para as entrevistas, e apresentamos aqui o perfil das mulheres que fizeram parte desta segunda etapa, da qual obtivemos os dados que compõem nossa análise (Quadro 4).

Sobre o perfil socioeconômico das entrevistadas, é importante ressaltar três aspectos que são de maior interesse para a nossa discussão. Em primeiro lugar, como já mencionamos no Capítulo 2, chama a atenção que a maioria das autoempreendedoras vêm de uma trajetória profissional regulamentada por contrato formal de trabalho em regime CLT e não manifestaram interesse em retornar a esta condição. No Quadro 4, resultante do questionário online, muitas indicam que “talvez” gostariam de ter um trabalho assalariado com carteira assinada novamente, contudo, nas entrevistas todas deixaram claro que não desejam e não aspiram tal condição e apenas duas mencionaram já ter cogitado procurar emprego novamente, mas logo desistiam quando seu negócio avançava em termos de retorno financeiro. As falas a seguir ilustram bem a preferência pela atividade como autoempreendedora:

E a gente [ela e o marido] pretende seguir como empreendedor, não trabalhar mais de carteira assinada. (Entrevistada 11, salgadeira, branca, 50 anos)

Ah pensar às vezes a gente pensa né, dependendo da situação financeira, mas querer eu não quero. Não é o que eu quero. (Entrevistada 13, professora e guia de turismo, preta, 51 anos)

Ver nessas mulheres uma inspiração pra me encontrar. Eu tava vagando ainda profissionalmente falando né. E a próxima meta é conseguir deixar a CLT de vez. (Entrevistada 4, loja de doces, branca, 24 anos)

Nunca mais carteira assinada! [risos] Não, não, não, jamais. Ou fico onde eu tô ou se tiver que sair dessa área eu vou continuar empreendendo. (Entrevistada 9, cabeleireira, branca, 51 anos)

Outro aspecto importante, que na verdade é a combinação de dois dados, é o caráter da atividade exercida por elas. Além de estarem todas no setor de serviços, são pequenos negócios com baixo rendimento e em sua maioria sem empregados (a única que emprega, possui apenas uma funcionária). Em terceiro lugar, e relacionado ainda ao tipo de atividade, seis das treze mulheres não eram formalizadas no período analisado, três delas indicando que estavam procurando fazer o registro como Pessoa Jurídica. Cabe destacar que não especificamos no momento da coleta de informações através do questionário qual era o tipo de registro, apenas se possuíam ou não cadastro no CNPJ. A partir das entrevistas, no entanto, verificamos que, entre as cadastradas, seis possuíam registro como MEI. Apenas uma das entrevistadas se difere de forma significativa das demais, por ser professora da rede pública estadual e ter uma pequena empresa de turismo com uma sócia.

Através da análise das trajetórias profissionais, verificamos uma predominância de casos em que se transitou entre a formalidade e informalidade, com uma mudança constante de vagas e também tipos de trabalho. Antes do próprio negócio, a Entrevistada 1 (cabeleireira, branca, 33 anos) foi aprendiz e assistente, autônoma, em salões de beleza; por sua vez a Entrevistada 7 (loja artigos domésticos, branca, 37 anos), que necessitou abandonar o curso superior em Pedagogia devido a uma gravidez, antes de formalizar-se como MEI atuava como “sacoleira” revendendo na Restinga produtos que comprava no Paraguai. Ela afirma que transitou por diferentes trabalhos e que “o negócio é ganhar dinheiro, onde tava dando troco a gente ia”. (Entrevistada 7)

Quadro 4 – Perfil Socioeconômico das Entrevistadas

Nº Entrevistada	Idade	Raça/Etnia	Escolaridade	Já teve CLT	Gostaria de ter CLT	Atuação profissional	Faixa rendimento mensal	Dependentes	CNPJ	Emprega alguém em seu negócio
1	33	Branca	Ensino Médio Incompleto	Não	Talvez	Cabeleireira (Correspondente de Empréstimo Consignado e Ajudante Administrativa App Táxi)	R\$ 3.001 a 4.000	3	Sim	Não
2	49	Branca	Ensino Superior	Sim	Não	Pet sitter	R\$ 501 a 1.000	2	Não	Não
3	41	Preta	Ensino Superior Incompleto	Sim	Não	Loja online de roupas	Não Informado	Não Informado	Sim	Não
4	24	Branca	Ensino Superior Incompleto	Sim	Não	Loja Doces (Marketing e Venda)	R\$ 2.001 a 3.000	4	Quero Fazer	Não
5	30	Branca	Ensino Superior Incompleto	Sim	Talvez	Loja online de utilidades domésticas	R\$ 1.001 a 2.000	3	Quero Fazer	Sim
6	33	Branca	Ensino Médio Incompleto	Não	Talvez	Maquiadora	R\$ 501 a 1.000	5	Sim	Não
7	37	Branca	Ensino Superior Incompleto	Sim	Não	Loja artigos cama mesa e banho	R\$ 2.001 a 3.000	4	Sim	Sim, 1
8	40	Preta	Ensino Médio	Sim	Talvez	Salgadeira	Até R\$ 500	3	Sim	Não
9	51	Branca	Ensino Médio	Sim	Não	Cabeleireira	R\$ 4.001 a 5.000	4	Sim	Não Informado
10	49	Branca	Pós-Graduação/Especialização	Sim	Sim	Contadora	R\$ 1.001 a 2.000	1	Não	Sim
11	50	Branca	Ensino Médio	Sim	Não	Salgados e Doces para festas	Até R\$ 500	2	Não	Não
12	28	Branca	Ensino Superior Incompleto	Sim	Talvez	Artesã	R\$ 501 a 1.000	Exclusivamente de meus rendimentos ninguém.	Quero Fazer	Não
13	51	Preta	Ensino Superior	Sim	Talvez	Agente e Guia de Turismo e Professora Estadual	R\$ 501 a 1.000	Exclusivamente do empreendimento ninguém.	Sim	Não

Fonte: Elaborado pela autora.

Entre as questões mais importantes que identificamos durante a realização das entrevistas, está o fato de a maioria das mulheres terem indicado que optaram por abandonar o emprego em regime CLT em troca da abertura do seu próprio empreendimento. Apoiadas na

ideia de liberdade e autonomia que essa forma de trabalho representa para elas, mesmo considerando a atividade enquanto empreendedora financeiramente instável e física e psicologicamente desgastante, essas mulheres enxergam no empreendedorismo sua realização profissional e também pessoal.

Na verdade, a gente tem meio que um instinto de empreender, a gente sempre quer ter a própria empresa né, daí os anos vão passando, tu acaba dando prioridade pra outras coisas e vai esquecendo um pouco desse sonho adormecido lá né. (Entrevistada 10, contadora, branca, 49 anos)

Esta questão é particularmente pertinente para nossa análise, uma vez que, vai de encontro a realidade do empreendedorismo por necessidade. Conforme apontado por nós no Capítulo 2 deste trabalho, a principal problemática envolvida no fortalecimento da retórica empreendedora em um contexto de desigualdade social e aumento do desemprego é a transformação do empreendedorismo em uma política de emprego, a qual acaba depositando nos indivíduos toda a responsabilidade pela inserção através do trabalho, mesmo quando não existem oportunidades de trabalho. O empreendedorismo por necessidade é, de fato, uma realidade e atinge a maioria das mulheres autoempreendedoras, conforme nos mostram dados do GEM (2019; 2020). Por outro lado, no caso do grupo estudado identificamos outra realidade, a de mulheres que empreendem por vontade. Vontade, principalmente, de seguir um sonho profissional e serem donas do seu próprio tempo. Dessa forma, cabe refletirmos os limites da defesa irrestrita do emprego em regime CLT, e de uma fase histórica do mundo do trabalho que fica cada vez mais distante, ao nos confrontarmos com indivíduos que colocam em questão os benefícios do trabalho assalariado.

Sendo um dos objetivos do grupo de empreendedoras o fortalecimento da economia do bairro através do fortalecimento dos seus negócios, a principal estratégia adotada foi o marketing digital, a partir de uma dinâmica de tarefas voltadas à divulgação dos produtos e serviços das suas integrantes. Para isso, a estrutura do grupo se consolidou através de uma comissão administrativa e de um grupo no aplicativo de mensagens Telegram. Essa comissão foi composta ainda no primeiro encontro oficial do grupo e, conforme nos relatou uma das entrevistadas, suas integrantes foram escolhidas por Roberta e as demais idealizadoras do projeto a partir do critério de “quem se destacou” em termos de proatividade durante a atividade. Esse pequeno grupo, então, tendo como figura central Roberta, passou a ser o administrador do chat oficial para comunicação interna e das páginas das Empreendedoras da Restinga no Facebook e Instagram. Dessa forma, há uma hierarquia estabelecida internamente no grupo de empreendedoras e, também, um papel de destaque da idealizadora do projeto, ainda assim, entre

as mulheres entrevistadas não foi manifestado qualquer discordância ou desconforto com esta estrutura.

De acordo com Roberta, a partir do grupo no aplicativo de mensagens Telegram, ela era a responsável pelo envio de “tarefas diárias” para as mais de duzentas integrantes, com o objetivo de fazê-las movimentarem suas redes sociais e atingirem um número cada vez maior de consumidores. Estas tarefas envolviam postagens dos serviços e produtos por parte de cada empreendedora, e também “curtir” e “compartilhar” as postagens umas das outras. Para além disso, nas páginas oficiais do grupo são compartilhados conteúdos diários com dicas sobre marketing, empreendedorismo, contabilidade, formalização (MEI), bem como mensagens motivacionais que giram em torno de temas como “empoderamento feminino”, perseverança empreendedora e trabalho coletivo (Figura 6).

Figura 6 – Postagem: Juntas Podemos Mudar Tudo, Dia Internacional da Mulher



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 08 mar. 2020.

Como mencionamos, há um papel de destaque ocupado por Roberta como idealizadora do grupo, sendo referência interna e a ponte de relações externas também. Ela é o principal rosto nas redes sociais do grupo e é quem tem concedido entrevistas e palestras, que desde 2019 já foram muitas. Em novembro de 2019, participei do painel “Juntas Fazemos Negócios Mais Fortes” da Escola de Negócios da PUCRS. O evento, que foi organizado pela agência brasileira da ONG internacional BPW – Federação das Associações de Mulheres de Negócios e

Profissionais²⁴, tinha Roberta como uma das palestrantes e o objetivo de tratar da diferença que redes de empreendedoras causam nas relações profissionais. Internamente, ela foi apontada por todas as 13 entrevistadas nesta pesquisa como uma “líder”, “mãezona”, “mentora”, sendo também destacado na totalidade das vezes que, apesar deste lugar de destaque, “ela é como uma de nós” e “sempre diz que também aprende muito com a gente”. O lugar que ela ocupa é justificado, na fala das entrevistadas, devido a iniciativa da criação do grupo e também pelos quinze anos em que atua como empresária. Assim, ao constituir-se como uma referência e inspiração para as demais mulheres, desempenha um papel importante e que não aparenta ser motivador de conflitos. É uma diferenciação que é aceita devido a um sentimento de respeito e admiração por parte das integrantes do grupo.

As Empreendedoras da Restinga tiveram uma agenda de eventos movimentada no ano de 2019, conforme verifica-se nas suas redes sociais e, também, nos relatos aos quais tivemos acesso. Essa agenda é parte do motivo pelo qual obtiveram um crescimento exponencial (o primeiro encontro ocorreu em maio e em novembro já reuniam 258 empreendedoras). Para além dos encontros com a finalidade de *networking*, participaram de eventos sobre empreendedorismo, cursos oferecidos pelo SEBRAE e realizaram eventos locais importantes, como o Natal Luz da Restinga, organizado em parceria com a Associação de Comércio e Indústria da Restinga (ACIR). Para o primeiro semestre de 2021, a agora Associação Empreendedoras Restinga, está consolidando um espaço de multifeira dentro do bairro que funcionará aos domingos e, além das integrantes da associação, deverá reunir demais empreendedores do bairro.

Ainda no final do ano de 2019, o grupo tinha como objetivo transformar-se em associação, contudo o projeto foi adiado devido à pandemia de Covid-19 que interrompeu seus encontros presenciais e até mesmo sua comunicação interna. A pandemia de fato se tornou um elemento crucial no funcionamento do grupo e acrescentou elementos interessantes que, embora não puderam ser explorados neste estudo, abrem possibilidades a serem discutidas no futuro. Em entrevista concedida a nós em julho de 2020, Roberta relatou que no início da pandemia, em meados do mês de março, as empreendedoras chegaram a perder contato quase totalmente. Isso ocorreu devido a uma desmobilização geral, causada pelos receios com o futuro dos negócios devido às medidas de isolamento social e, também, pelo adoecimento mental que

²⁴ “Fundada na Suíça em 1930, hoje está presente em mais de 100 países com mais de 40.000 associadas, realizando inúmeros projetos que fomentam o empreendedorismo, a capacitação de lideranças e implementam projetos de responsabilidade social para melhorar a qualidade de vida de mulheres e meninas em todo o mundo. A BPW tem status consultivo na ONU desde 1947”. Disponível em <https://www.bpwbrasil.org/>. Acesso em 04 de maio de 2021.

a situação provocou em muitas. Anteriormente à nossa conversa, durante uma *live* do grupo no Instagram, Roberta mencionou que buscara atendimento psicológico devido a um quadro de depressão desencadeado na pandemia e que a impossibilidade de se manter ativa impactou diretamente o grupo. A questão psicológica de fato se demonstrou central, de acordo com ela, muitas outras também enfrentaram este problema.

Foram muitas também as empreendedoras que precisaram fechar seus negócios. Por outro lado, muitas se reinventaram, por exemplo uma loja de vestidos de noiva que passou a fabricar pijamas e obteve um incremento significativo de encomendas, tendo inclusive dificuldades de atender a tantos pedidos. Ainda, em alguns casos, os negócios melhoraram bastante pelo aumento de demanda. Foram os casos da clínica odontológica, de uma ferragem, e de algumas de nossas entrevistadas que trabalham no setor alimentício. Com isso, de acordo com Roberta, criou-se um sentimento conflitante para algumas delas ao verem muitas companheiras com problemas financeiros e negócios em risco; sentiam-se culpadas por estarem satisfeitas durante a pandemia.

A retomada nas atividades do grupo, contudo, não tardou e se deu principalmente através das *lives* no Instagram, que Roberta passou a realizar. Somado a isso, muito conteúdo foi postado nas redes sociais tendo como foco ações para lidar com as medidas de distanciamento social e fechamento de estabelecimentos em decorrência daquelas. A empreendedora também conta que passou a realizar videochamadas online, sempre com duas integrantes do grupo por vez, todas as tardes, algo que encarou como positivo uma vez que no chat oficial, com mais de duzentas participantes, muitas não se sentiam à vontade para falar, mas no encontro particular conseguiam abrir-se a respeito da vida pessoal, dificuldades e tristezas. Esse espaço de apoio se tornou fundamental, e o foco do grupo passou a ser, mais do que nunca, auxiliar umas às outras na inovação para se manterem trabalhando.

Neste momento tão delicado, o grupo ganhou uma importância ainda maior para a vida pessoal e profissional de suas integrantes, como nos relataram as entrevistadas. Mas ao mesmo tempo, foi neste contexto de pandemia que o projeto de transformação em associação se consolidou. Abaixo, duas postagens na rede oficial do grupo demonstram os objetivos da Associação (Figura 7) e os benefícios oferecidos como estímulo para engajar as empreendedoras na nova organização (Figura 8). De forma geral, o objetivo desta mudança foi profissionalizar a organização no sentido de operar como uma formadora de empreendedoras, que se coloca além de atividades de *networking* e divulgação em redes sociais, e aprofunda-se na área de cursos com temáticas da administração, finanças e marketing digital.

No mês de outubro de 2020, quando iniciamos a realização das entrevistas para este estudo, a Associação Empreendedoras da Restinga havia sido criada há cerca de um mês e pudemos perceber alguns impactos iniciais. Das treze mulheres com as quais conversamos, quatro não haviam ingressado. Três delas por motivos financeiros, já que a associação exige o pagamento de uma mensalidade de quarenta reais e, devido à crise causada pela pandemia, estas mulheres optaram por não se associar até aquele momento, mas manifestaram muito interesse em fazê-lo. Apenas uma delas apresentou motivação diferente, manifestando-se criticamente ao que ela caracterizou como mudança, sob o ponto de vista dela, no objetivo original do grupo de divulgação dos empreendimentos para fortalecimento do bairro. Na página oficial da associação encontram-se vídeos onde Roberta explica as motivações para estas mudanças e rebate algumas críticas, o que demonstra uma tensão aparente que estabelecida dentro do grupo de empreendedoras.

Figura 7 – Postagem: Objetivos da Associação de Empreendedoras



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 03 set. 2020.

Figura 8 – Postagem: Benefícios de ser uma Associada



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 21 dez. 2020.

De toda forma, a mudança para associação de fato modificou a dinâmica original do grupo. Das 258 mulheres, até outubro de 2020 apenas 65 haviam se associado. Em nossas entrevistas também constatamos que, aquelas que não ingressaram no “novo grupo”, foram retiradas do grupo oficial de comunicação interna, que era o principal mecanismo de articulação e apoio do grupo, e não mais poderiam ter seus produtos e serviços divulgados nas redes sociais das Empreendedoras da Restinga. Uma das entrevistadas relata que não ingressou imediatamente na associação e com isso sentiu-se “órfã porque não tava no grupo, não tava inserida naquele contexto só de mulheres que empreendem e que uma ajuda a outra, parece que eu retrocedi em questão de duas semanas” (Entrevistada 3, loja de roupas, preta, 41 anos). Outra relata que ficou de fora porque possui uma empresa com uma sócia e, devido ao registro na associação ocorrer por CPF, apenas uma delas ingressou, o que isso fazia com que ela se sentisse distante e excluída do grupo, o qual fazia falta para ela.

Não há dúvidas de que essa mudança de grupo para associação é significativa não apenas para a dinâmica da organização, mas para sua própria finalidade, sendo a burocratização das relações e processos uma das principais alterações. Não obstante, devido ao período em que tal mudança ocorreu, sua incompatibilidade com o cronograma deste estudo impossibilitou que investigássemos de forma mais aprofundada as suas consequências. Uma análise comparativa com as autoempreendedoras que não ingressaram na associação, a respeito das suas experiências antes e após a participação no grupo, seria um caminho interessante especialmente no que diz respeito a questão do empoderamento vivenciado por elas.

4.2 O EMPODERAMENTO DAS EMPREENDEDORAS DA RESTINGA

Uma vez assinalado o que as empreendedoras do grupo entendem por empoderamento (Capítulo 3) cabe agora analisarmos em relação a que (ao grupo, a atividade como autoempreendedora) e como (quais indicadores apontam que há “ganho de poder”) ele se constrói. Conforme os apontamentos feitos anteriormente, vimos que a retórica do empreendedorismo associada à racionalidade neoliberal coloca este tipo de atividade econômica como um determinante direto do empoderamento feminino, na maioria das vezes de forma um tanto reducionista ao sugerir que basta que mulheres participem do mercado de trabalho e ascendam economicamente para “ganharem poder”.

Em contraponto a esta visão, há o empoderamento como verbo intransitivo, que tem o indivíduo como sujeito deste processo. Concebido pela teoria freiriana e feminista, traz em si uma complexificação do fenômeno ao sugerir que as dimensões envolvidas neste processo vão além da questão econômica, são múltiplas e complementares. Além de estarem relacionadas a processos coletivos, pois a necessidade desta busca por mais poder para as mulheres é resultado de um problema estrutural que demanda a busca por transformações radicais (no sentido literal do termo).

É deste tensionamento teórico que surge a questão que guia este estudo: como o empoderamento de mulheres pode ser construído através da organização de um autoempreendedorismo em rede. Com isso, buscamos compreender qual relação se estabelece entre o processo de empoderamento e 1) a atuação dessas mulheres como autoempreendedoras e 2) a sua organização em rede através do grupo. Dito de outro modo, se pensado a partir da retórica empreendedora neoliberal, o simples ato de ser autoempreendedora seria o bastante para que este empoderamento se constituísse. Contudo, a realidade destas mulheres parece demonstrar que o fator grupo, esta forma de empreender coletivamente, é determinante para o processo de se empoderar.

A partir das narrativas analisadas, constatamos que este empoderamento é vinculado ao mesmo tempo à participação no grupo de mulheres e a atividade como autoempreendedora. Dessa forma, não se trata de atribuir o empoderamento ao trabalho coletivo ou ao empreendedorismo, pois os processos ocorrem de forma articulada na experiência das Empreendedoras da Restinga. Ainda que não seja possível abordar a construção deste processo de forma fragmentada, analisaremos a contribuição de cada um dos fatores (grupo e autoempreendedorismo) em dois momentos para fins analíticos.

Durante a realização das entrevistas, foram propostas questões que buscaram explorar os efeitos da sua participação no grupo nas suas vidas pessoais e profissionais, bem como as motivações para empreender e o impacto do tornar-se autoempreendedora para a sua vida profissional. Disso emergiram nas narrativas indicadores que nos permitiram identificar de que forma o empoderamento se construiu para elas. No Quadro 5, que foi adaptado para nosso estudo com base no modelo elaborado por Stromquist (Quadro 2), apresentamos um modelo de análise que busca sintetizar os indicadores construídos a partir dos relatos encontrados, além de propor uma comparação entre as duas abordagens do conceito de empoderamento (Capítulo 3) e, com isso, tornar mais clara a identificação do que significa uma mulher estar e sentir-se empoderada a partir da experiência do grupo Empreendedoras da Restinga.

Quadro 5 – Modelo de Análise Empoderamento

Conceito	Dimensões	Indicadores
Empoderamento Feminista	Cognitiva	informação; conhecimento técnico; desenvolvimento de habilidades profissionais;
	Subjetiva ²⁵	elevação autoestima; reconhecimento ²⁶ ; autoconfiança; autonomia;
	Política	engajamento social na comunidade; pertencimento à comunidade;
	Econômica	capacidade de gerar renda de forma independente; aumento nível de renda; realização profissional; controle sobre o tempo de trabalho;
Empoderamento Liberal	Socioeconômica	ascensão social aumento nível de renda inserção no mercado de trabalho

Fonte: Elaborado pela autora

4.2.1 O empoderamento a partir do autoempreendedorismo

Nos capítulos anteriores buscamos indicar as diferentes noções atribuídas a empoderamento e, principalmente, o debate teórico e político que surge em torno da sua associação ao empreendedorismo. Em um contexto de desigualdade social e flexibilização no mundo do trabalho, é possível a crítica elaborada pela teoria feminista, conforme indicamos anteriormente, à retórica empreendedora que fomenta o empreendedorismo pautado em uma

²⁵ Para este estudo, substituímos o termo “psicológica” utilizado por Stromquist (2002) para caracterizar esta dimensão, por acreditarmos que este refere-se a questões mais profundas e complexas que não são possíveis de serem acessadas no espaço das entrevistas realizadas nesta pesquisa.

²⁶ Aqui, reconhecimento refere-se à afirmação de identidades, e não ao modelo de *status* que compõe a noção de justiça social de Fraser (2007a).

lógica neoliberal. É neste sentido que teóricas (COLBARI, 2007; SARDENBERG, 2012; BAQUERO, 2012; CORNWALL, 2018; BERTH, 2019) tensionam a utilização da ideia de empoderamento que é feita por instituições alinhadas à política neoliberal, como ONU e SEBRAE, para fomentarem a inserção de mulheres no mercado de trabalho através do autoempreendedorismo. Neste discurso, empoderamento aparece estritamente relacionado à dimensão econômica (Quadro 5), o que acaba por simplificar sobremaneira um processo que é, em verdade, mais complexo e envolve fatores e dimensões múltiplos.

Nas críticas a este discurso, ao apontarem ser problemático associar a inserção no mercado de trabalho como empreendedora *per se* como um motor para o empoderamento, empreendedorismo aparece em muitos momentos carregado de conotações negativas. O que se deve em muito ao fato de, especialmente no contexto brasileiro, esta forma de trabalho ser adotada como uma política de “des-emprego”, conforme caracterizamos anteriormente. Contudo, a dimensão econômica do empoderamento é importante, e não por acaso ocupa também lugar na concepção teórica feminista. Sendo assim, parece mais frutífero para tal debate analisar as formas como este trabalho é apropriado nas práticas cotidianas e os impactos que a atividade empreendedora pode produzir na vida dos sujeitos. Dessa forma, ao estabelecer a crítica ao “empoderamento light”, para usar a expressão de Cornwall (2018), de instituições neoliberais é preciso ressaltar que, ainda assim, o empreendedorismo pode ocupar um lugar importante para o empoderamento concebido na teoria feminista. É isto que a experiência do grupo Empreendedoras da Restinga parece nos mostrar.

A concepção de empreendedorismo mobilizada pelo grupo, inserida como está em uma sociedade organizada por uma racionalidade neoliberal, reproduz valores desta que podem ser entendidos como problemáticos. E, de fato, na discussão realizada no Capítulo 2 procuramos problematizá-los no contexto social e do mercado de trabalho no Brasil. Mas, ao mesmo tempo, a concepção do grupo estabelece contraposições importantes e interessantes que tensionam estes valores. Conforme já indicamos, ao estabelecer um autoempreendedorismo em rede, o grupo rompe com a lógica individualista e de concorrência. Indo ao encontro do que propõe Gago (2018), o que se percebe é uma reapropriação do neoliberalismo pelos “de baixo”, a partir das economias e laços que se constroem nas práticas populares.

Na Figura 9 podemos observar a afirmação do empreendedorismo em sua concepção clássica schumpeteriana, que relaciona o ato de empreender com a criatividade e inovação dentro do mercado, o que contribui para o imaginário de um empreendedor “místico” (COLBARI, 2007). Em contraste a isso, as autoempreendedoras entrevistadas não parecem se encaixar tanto nesta definição, já que exercem atividades como cabeleireira, maquiadora, guia

de turismo, pet sitter, vendedora, contadora. Ou seja, conforme analisamos no Capítulo 2, atualmente o empreendedorismo é cada vez mais colocado ao alcance do sujeito “comum”, todos podem empreender sem que isto envolva um processo de “destruição criadora” ou mobilize características de personalidade excepcionais.

Figura 9 – Postagem: Definição de Empreendedorismo



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 11 jul. 2020.

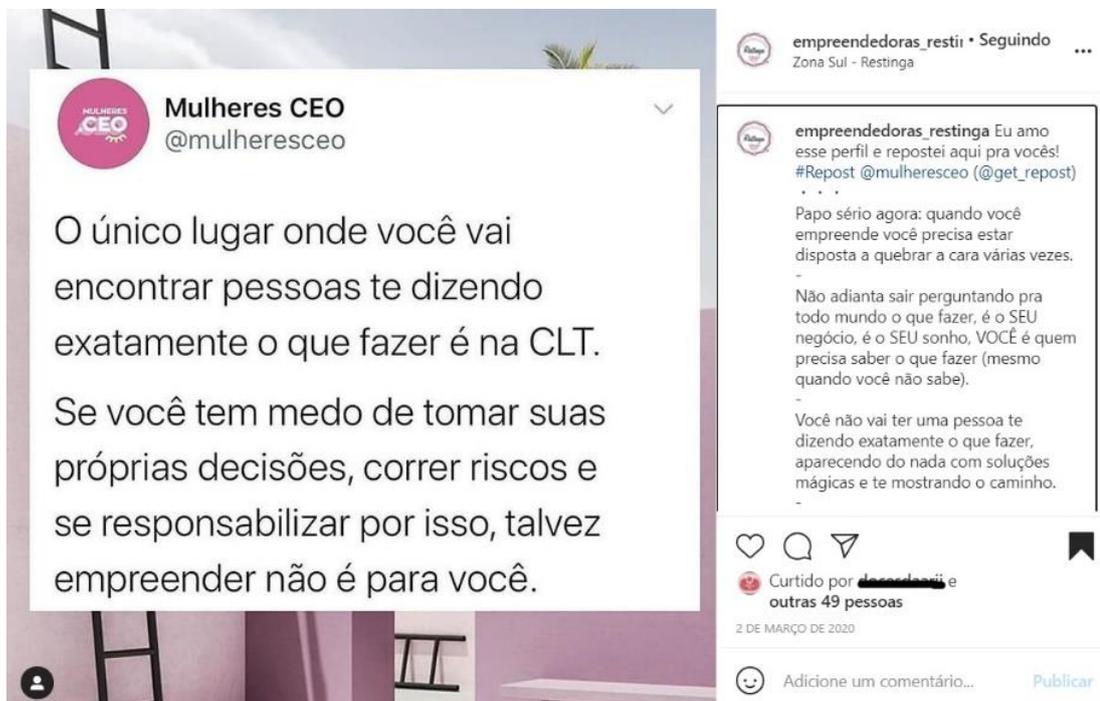
Outro aspecto a ser destacado sobre as concepções presentes no discurso do *grupo*, diz respeito às características desejadas de uma Empreendedora Restinga, conforme Figura 10. As ideias de perseverança e iniciativa parecem assemelhar-se à lógica própria da retórica empreendedora, de que empreender depende inteiramente da capacidade de mobilização ou força de vontade individual; não é fácil, é assumir riscos, vencer desafios, ter coragem e determinação. Dito de outra forma, seria algo que gera certo sofrimento e por isso mesmo seria ainda mais virtuoso (Figura 11).

Figura 10 – Postagem: 3 Características para Ser Empreendedora Restinga



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 14 jun. 2020.

Figura 11 – Postagem: Características de Empreender



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 02 mar. 2020.

Essa perspectiva também emerge nas narrativas das entrevistadas, sendo recorrente a ideia de que empreender envolve uma série de fatores que parecem gerar consequências negativas para o bem-estar e saúde mental, ao mesmo tempo em que envolve também satisfação pessoal e profissional a partir da autoestima, independência e autonomia que são produzidas por esta atividade.

Mas acho que sendo empreendedora nós temos o empoderamento direto. Se tu não quer ser empreendedora tu nem faz parte. Eu acho que quem tá lá é porque é vitaminada, tem aquele espírito de correr atrás. E daí quando vê "ah não quero mais" "não quero entrar na internet" então sai do grupo, elas não se criam, as empreendedoras que não têm força de vontade não se criam. (Entrevistada 2, *pet sitter*, branca, 49 anos)

Ah empreendedora eu acho assim que é aquela pessoa que cada dia é um desafio né. É uma pessoa que luta bastante, pessoas que têm objetivo na vida, gostam do que fazem, geralmente quem mergulha de cabeça é porque gosta do que faz, muitas vezes entram de um jeito que tem que ser obrigado a fazer aquilo ali, mas com o tempo vai ajeitando aqui e ali e gostam do que fazem. E são pessoas que têm força de vontade, tu nunca sabe o dia de amanhã como vai ser né, sempre tem que se programar pro dia de hoje não pro dia de amanhã, o dia de amanhã a gente tem sempre que tá correndo atrás né. (Entrevistada 9, cabeleireira, branca, 51 anos)

Contrapondo-se à noção individualista da retórica empreendedora, por outro lado, a característica “coletividade” que é exaltada neste discurso destaca a importância do trabalho coletivo, da rede de apoio que são, de fato, os pilares do grupo, conforme já abordamos. Com isso, podemos identificar o que é empreender na concepção das mulheres do grupo. Resta verificarmos, então, como esta forma de trabalho pode contribuir para a construção do empoderamento destas mulheres.

De acordo com o que foi apontado anteriormente, os elementos que compõem o processo de construção do empoderamento para estas mulheres estão articulados entre os papéis desempenhados pelo grupo e pela atividade como autoempreendedora. De igual forma, através dos indicadores elencados no Quadro 5, é possível atentarmos para as narrativas analisadas a fim de demonstrar de quais formas ser autoempreendedora parece contribuir para o sentimento de empoderamento destas mulheres. Ainda que os indicadores se interrelacionem, podemos destacar cinco que mais diretamente aparecem vinculados à atividade empreendedora nas narrativas: 1) capacidade de gerar renda de forma independente; 2) aumento nível de renda; 3) controle sobre o tempo de trabalho; 4) realização profissional; 5) autoestima e 6) autonomia.

A **capacidade de gerar renda de forma independente**, se pensada dentro das dimensões de empoderamento propostas por Stromquist (2002, *apud* BERTH, 2019), está associada à perspectiva feminista de condições subjetivas e materiais de uma mulher obter seu próprio rendimento sem estar subordinada a outrem, especialmente um companheiro ou

cônjuge masculino. O impacto desta autonomia tem sido há anos objeto de estudos (BARTHOLO et al, 2019) voltados ao empoderamento de mulheres a partir do programa Bolsa Família do governo federal, por exemplo, os quais demonstram a importância da renda na vida das mulheres beneficiadas. Os casos aqui analisados se dividem entre aquelas que são donas do próprio empreendimento e aquelas que empreendem junto com seus companheiros, assim, no caso destas últimas, não se pode falar na geração de renda de forma totalmente independente, mas mesmo nestes casos o que se encontra é uma parceria dentro da qual a mulher assume papel de liderança e igualdade em relação ao homem. Independente disso, para todas elas o empreendedorismo parece representar um ganho na capacidade de gerar renda e se autossustentar, quando comparado ao trabalho exercido antes de ser autoempreendedora. Dito de outra forma, o que encontramos nestas narrativas são mulheres que encontraram nesta forma de trabalho a possibilidade de aumentar sua renda e ser inteiramente responsáveis por ela, algo que não associam aos trabalhos anteriores, especialmente enquanto empregadas celetistas.

Eu pensava antes que se eu não tivesse carteira assinada nunca ia poder adquirir alguma coisa porque não ia ter uma garantia, eu tinha muito medo disso, da garantia do salário, da garantia de poder investir em alguma coisa, aí tinha esse medo de acabar não conseguindo fazer as coisas que eu era acostumada a fazer, de investir na minha casa, comprar um móvel novo, as crianças precisam de calçado, de roupa, aí eu tinha esse medo “ah se eu não trabalhar com carteira assinada como eu vou ter uma parcela, um boleto todo mês pra pagar”. Mas daí a gente vê que aos pouquinhos vai indo, e até mais fácil porque pra mim eu vejo diferença que eu não preciso ficar esperando até o fim do mês pra ter aquele dinheiro, todo dia é dinheiro que entra e sai, mesmo que seja pouco, já faz diferença, eu consigo comprar alguma coisa à vista e antes tinha que parcelar. (Entrevistada 5, loja utilidades domésticas, branca, 30 anos)

É bem desgastante mas é compensador por dois motivos, primeiro porque o dinheiro aparece, tu tá te esforçando por uma coisa que é tua, tu sabe que tu vai fazer vai receber, não vai ficar nenhuma parte com outra pessoa né, é 100% teu, e [segundo] também tu começa a te puxar mais, te atualizar, tu começa a correr mais atrás e isso profissionalmente te deixa mais satisfeito, porque teu trabalho aparece, depende só de ti então aparece né. E quando começa a pegar gosto, começa a ver que as coisas dão certo, começa a entrar grana aí tu quer mais. (Entrevistada 10, contadora, branca, 49 anos)

Nas falas acima, é possível identificarmos tanto a capacidade de geração de renda, quanto o **aumento do nível de renda**, que não apenas foi constatado por todas as entrevistadas na comparação da sua trajetória profissional antes e depois de empreenderem, mas também se destaca entre as motivações para isso. Este fator corrobora o tensionamento, já mencionado por nós, da caracterização do empreendedorismo como por oportunidade e por necessidade, o que nos leva a situar o caso das autoempreendedoras analisadas como uma contraposição à crítica que pode ser feita ao empreendedorismo como política de des-emprego. Contudo, ao mesmo tempo permite irmos ao encontro da tese de Dardot e Laval (2016) sobre a influência da

ideologia neoliberal na construção da subjetividade dos sujeitos, ou seja, a retórica empreendedora pautada nesta ideologia não só é fomentada pelas políticas de Estado, mas também alimentada pelos indivíduos que sonham em tornarem-se empreendedores. Dessa forma, para as mulheres analisadas trabalhar por conta própria, gerando sua própria renda e se apropriando inteiramente dela, é um fator que motiva para o empreendedorismo, resultando em satisfação profissional, autonomia e ganho de **autoestima**, para além de poder econômico.

O **controle sobre o tempo de trabalho**, por sua vez, destaca-se em todas as narrativas e representa uma das principais motivações para a abertura de negócio por conta própria. Isso ocorre, em primeiro lugar, porque gerir o próprio tempo de trabalho significa para elas possibilidade de maior tempo junto à família. Foi apontado, em muitos casos, o desejo de trabalhar por conta própria devido a uma gravidez e para estarem mais próximas, acompanhando o desenvolvimento e atividades, dos filhos, como demonstram as falas abaixo:

É o que eu gosto de fazer, tô conseguindo me organizar com a questão do tempo, quanto tempo eu trabalho, quantas horas eu trabalho, eu tenho uma bebê de 1 ano e 7 meses então assim eu dou tempo pra ela, tem as adolescentes que também querem tempo, tem marido que também quer tempo, tem meu tempo também, pra minhas coisas, pro meu estudo, então eu tô conseguindo me organizar. (Entrevistada 3, loja de roupas, preta, 41 anos)

Eu tinha que encontrar alguma coisa pra mim fazer, pra mim ter meus horários, porque eu tenho 2 filhas né, aí pra mim poder cuidar da casa, cuidar das crianças, que eu tinha que fazer alguma coisa por conta própria. (Entrevistada 5, loja utilidades domésticas, branca, 30 anos)

Porque eu tenho uma filha de 5 anos. Aí como eu tenho uma de 20 e essa como eu trabalhava fora sempre tinha que ficar pedindo para os outros cuidarem dela pra mim, pagava um, pagava outro, fecha aqui, fechava ali. E com essa de 5 anos eu tenho como ficar em casa, trabalhar em casa pra eu mesma cuidar. (Entrevistada 8, salgadeira, preta, 40 anos)

É eu gosto muito pela questão de que é a gente que faz nosso horário. Agora por exemplo, tô aqui estampando chinelo, mas parei 15 minutos, fui ali dei pãozinho pra eles, olhei se tá tudo bem, porque eu não tô dentro de casa, eu tô num local que eu fiz do lado de fora pra ser o meu escritório, minha fábrica. E aí eu curto muito disso da gente poder fazer os próprios horários. (Entrevistada 7, loja artigos domésticos, branca, 37 anos)

Somado a isso, o controle sobre seu tempo também é visto por elas como possibilidade de aumentar sua renda, uma vez que esta depende inteiramente da quantidade de clientes que são prospectados ou vendas realizadas. Foi frequente entre as entrevistadas a ideia de que empreender “não é fácil”, é desgastante física e psicologicamente, exigindo um esforço muito maior do que o trabalho na forma de emprego, algo que vai ao encontro da concepção de empreendedorismo apresentada pelo grupo. Assim como no discurso da retórica empreendedora, estas características do trabalho são interpretadas e propagadas como positivas,

e mesmo valores desejáveis, dentro de um imaginário de que todo trabalhador é um potencial empreendedor se tiver “força” suficiente para “arriscar-se” no mercado. É o que fica evidente nas falas das entrevistadas a seguir:

Depende de cada pessoa, não pode depois reclamar. Muita gente reclama, mas não correu atrás. Tem que todo dia se levantar e correr atrás, se tu ficar na cama vendo filme tu não ganhaste teu dinheiro. Depende só de ti. (Entrevistada 2, *pet sitter*, branca, 49 anos)

Não que eu não tenha horário né, porque eu tenho, mas é mais extenso. Não é só as 8 horas que a gente ia lá, batia o cartão e voltava. Às vezes a gente tá atendendo cliente é 22h/23h. Ontem era meia noite eu tava conversando com uma cliente que me chamou, eu tava acordada e respondi. Não fico “ah não, tenho horário certo”. Eu tô em casa né. (Entrevistada 5, loja utilidades domésticas, branca, 30 anos)

A carteira assinada te dá estabilidade financeira, tu sabe que todo mês vai entrar aquele valor x e tem os benefícios. O fato de ser empreendedora e eu administrar meu negócio, eu tenho que trabalhar 24h, trabalho o tempo todo né. Tenho que planejar minha renda fixa, calcular pra que todo mês ela aconteça, ou toda semana aconteça, então é uma coisa que tu tem que tá trabalhando constantemente pra que aconteça. A única vantagem que eu vejo é que eu faço meu horário. Na carteira assinada eu tenho estabilidade financeira, mas fico refém daquilo ali. (Entrevistada 6, maquiadora, branca, 33 anos)

Ainda que a atividade como autoempreendedora seja desgastante e imponha uma série de dificuldades que demandem muito mais esforços do que outras formas de trabalho, como o assalariado, por exemplo; é consenso entre estas mulheres que é através do autoempreendedorismo que alcançaram, ou estão alcançando, sua **realização profissional**. Uma das explicações para isso é o próprio fato de que empreender se constituía como um sonho para a maioria delas, um objetivo profissional a ser conquistado. Como relata a Entrevistada 2 (*pet sitter*, branca, 49 anos), “é da natureza de todos querer empreender”. Essa satisfação está intimamente atrelada, por sua vez, ao aumento do nível de renda e ao controle sobre o tempo de trabalho, elementos que de acordo com os relatos produzem ganho de autoestima como profissional e maior qualidade de vida. Nas falas abaixo, fica nítida a percepção de que empreender proporcionou para estas mulheres satisfação para com sua atividade profissional e como isto se relaciona intimamente com aumento de autoestima enquanto mulher e autoempreendedora:

Eu notei sim, notei bastante diferença na minha força de vontade. Eu era uma pessoa que às vezes eu ficava desanimada e ficava pensando o que ia ser do futuro, se ia ficar sempre nessa coisa, sempre vou ser empregada, sempre vou ficar ali, às vezes a gente tá com um chefe que não é legal, não te ajuda. (Entrevistada 5, loja utilidades domésticas, branca, 30 anos)

Na realidade, a gente começa a se sentir um pouco mais útil né, um pouco mais completa. Como eu falei, eu tinha parado minha vida profissional pra ser mãe, dona de casa e esposa. Depois tu começa a se sentir um pouco incompleta, porque começa

a faltar alguma coisa, tu começa a se sentir meio inútil, sem ter o que fazer. Não que o serviço de casa seja inútil, ele nunca acaba, mas é porque tu acaba pensando “ai eu não sou produtiva”. (Entrevistada 7, loja artigos domésticos, branca, 37 anos)

Empoderamento acho que é isso, a gente se impor, mostrar que somos capazes, estar à frente de um negócio independente dele ser pequeno, de não ser uma empresa grande, que não precisa ser homem pra ter essa força e mostrar que a gente pode né. A gente pode fazer o que a gente quiser, mesmo sendo mulheres e mãe de família. (Entrevistada 8, salgadeira, preta, 40 anos)

O empreendedorismo recorrentemente, não apenas para as entrevistadas, associa-se principalmente a ganho de **autonomia**, por representar a gerência sobre o próprio trabalho nos mais diversos sentidos (como tempo e renda já mencionados, por exemplo). Ter autonomia no trabalho e no mercado de trabalho é, de fato, um elemento fundamental dentro de uma perspectiva de trabalho decente e justiça social. Por isso, tal questão sempre foi central na sociologia do trabalho e se intensifica hoje na análise das transformações recentes que vêm ocasionando a flexibilização das formas e relações de trabalho e o aumento do número de indivíduos inseridos em ocupações precárias. No caso das autoempreendedoras analisadas, o ganho em termos de autonomia era um objetivo buscado e que foi, ou está sendo atingido, através da abertura do próprio negócio e se expressa principalmente através do controle do seu negócio (sobre o seu produto ou serviço, o marketing envolvido, a organização dos processos de trabalho etc.) e, conseqüentemente, no retorno financeiro em que ele pode acarretar — mesmo que não exista o controle ou nem mesmo certeza sobre a renda nesta forma de trabalho. É o que aparece na fala de uma das mulheres: “Eu me sinto hoje uma mulher extremamente capaz, eu só não faço o que eu não quiser fazer, eu só não alcanço os lugares que eu procrastinar e não quiser alcançar” (Entrevistada 4, loja de doces, branca, 24 anos).

Os indicadores apontados — capacidade de gerar renda de forma independente; aumento nível de renda; controle sobre o tempo de trabalho; realização profissional; autoestima e autonomia — estão fortemente entrelaçados, de forma que é mesmo difícil a tentativa de abordá-los separadamente. De forma isolada, representam fatores materiais e subjetivos que explicam como uma mulher pode “ganhar poder”. Em conjunto, eles se retroalimentam e produzem uns aos outros, e é precisamente nesta soma que fortalecem o sentimento de empoderamento destas mulheres. Através destes indicadores, portanto, é possível vislumbrarmos como o ser autoempreendedora se caracteriza como um mecanismo que possibilita o empoderamento das mulheres analisadas.

Essa análise também nos fornece pistas que possibilitam indicar, como já afirmamos, que o empoderamento por elas vivenciado se constrói na associação de múltiplos fatores

provenientes tanto da atividade como autoempreendedoras quanto da organização desta atividade em rede.

4.2.2 O empoderamento a partir da rede

Para além da questão do empoderamento, destacamos aqui outros dois elementos que são efeitos produzidos pela constituição do grupo de autoempreendedoras, os quais também se relacionam com a própria construção deste empoderamento. Este formato de empreendedorismo que se estabelece a partir da colaboração coletiva entre mulheres demonstrou causar efeitos positivos 1) na vida pessoal e profissional das mulheres do grupo ao contribuir para o sentimento de empoderamento vivenciado por elas; 2) na própria atividade empreendedora, que ganha características distintas da lógica neoliberal e 3) na comunidade Restinga, ao fortalecer a economia local, a solidariedade entre seus moradores e melhorar sua imagem perante a cidade.

Primeiramente, em relação ao empoderamento, para analisarmos como este se constrói a partir do pertencimento ao grupo também utilizaremos os indicadores que compõem o modelo de análise elaborado no Quadro 5, tentando demonstrar como eles surgem articulados na experiência das mulheres entrevistadas. Analisando as narrativas sobre as trajetórias profissionais, percebemos que pertencer ao grupo marcou de forma importante a vida de todas as entrevistadas, ainda que de formas diferentes.

Para uma, se empoderar significou o próprio reconhecer-se como empreendedora, fato que somente ocorreu ao ingressar no grupo. Já para outra, conseguir abandonar o emprego em um shopping center para trabalhar de forma autônoma e mudar-se para a Restinga permitindo que pudesse integrar-se ao grupo era um sonho. Para todas, ingressar no grupo proporcionou o aumento de autoestima e autoconfiança que reverberam em sua atuação profissional. Ao sentirem-se mais capazes como autoempreendedoras, também se viram reconhecidas como tais pelas demais integrantes e pelo bairro como um todo. Este reconhecimento, por sua vez, associa-se ao retorno financeiro, que contribui para o sentimento de realização profissional, e a um aumento de autoestima como mulher, ao sentirem-se capazes de realizar e conquistar. Assim, nesta relação de mútua influência, se estabelece um ciclo virtuoso dentro do grupo.

Eu sinto orgulho. Até porque nós temos uma propaganda que tu coloca na frente do teu negócio e mostra que é empreendedora, daí alguém posta no Facebook que é empreendedora e tu pensa "ah ela é minha colega vou ajudar", vou chamar pra comprar. Então eu acho muito, eu fico muito orgulhosa disso. E eu não tenho vergonha vou lá e digo que sou empreendedora, ainda tem uma camisetinha, tem um monte de

coisa pra ti mostrar que é, pra todas nós nos mostrarmos, que fazemos parte das empreendedoras, e isso pra ter cada vez mais. A ideia é chegar num ponto em que a grande maioria vai ser empreendedora da Restinga, agora além de empreendedora associada né. (Entrevistada 2, *pet sitter*, branca, 49 anos)

As ferramentas propiciadas por esta experiência, e que estão envolvidas neste processo de empoderar-se, são os conhecimentos técnicos adquiridos, a política de engajamento e divulgação estabelecida no funcionamento do grupo e o apoio encontrado ao lado de outras mulheres. Assim, o empoderamento destas mulheres ocorre em dois níveis que podem ser separados analiticamente, ainda que estejam imbricados, o empoderamento enquanto mulher e o empoderamento como autoempreendedora.

Como mencionado no início deste capítulo, promover a aprendizagem de técnicas de marketing digital, noções de administração e finanças constituía um dos objetivos do grupo e era, em verdade, em torno do que giravam as principais ações do grupo. Neste sentido, também o SEBRAE teve papel importante, oferecendo descontos em seus cursos para as empreendedoras da Restinga. Foi consenso entre as entrevistadas a importância destes conhecimentos para o desenvolvimento dos seus trabalhos, especialmente a utilização das redes sociais como meio de divulgação, o que acarretou maior visibilidade e prospecção de clientes, elevando seus rendimentos financeiros. No caso da Entrevistada 11 (salgadeira e boleira, branca, 50 anos), a própria constituição do negócio, seu nome e operacionalização, somente foi possível a partir do ingresso no grupo. Para a Entrevistada 4 (loja de doces, branca, 24 anos), que se envolveu no grupo para auxiliar a inserção da mãe como autoempreendedora, a aproximação com o grupo resultou na mudança de carreira e no tornar-se autoempreendedora também.

Outro objetivo central do grupo sempre foi a divulgação dos serviços e produtos das empreendedoras do bairro para fortalecer estas mulheres e a economia local. Isso se dá principalmente através das redes sociais e funciona a partir do engajamento coletivo para impulsionar as postagens e páginas umas das outras. Somado a isso, os próprios perfis oficiais do grupo têm como principal função divulgar os perfis de cada integrante, proporcionando visibilidade. Durante a pandemia de Covid-19, foi criada também a “Vitrine Empreendedoras”, que consiste em uma *live* no Instagram, que a cada semana dedica-se à promoção de uma empreendedora e através da realização de sorteios de produtos e serviços busca gerar engajamento e visibilidade.

As entrevistadas apresentam concepções diversas sobre o papel e a importância do grupo em suas vidas de modo geral, ainda que todas acreditem que este teve alguma

importância. Algumas já se consideravam mulheres empoderadas mesmo antes. A Entrevistada 10 (contadora, branca, 49 anos) atribui isto a valores familiares que sempre a incentivaram a “ser tanto quanto os irmãos homens”, enquanto a Entrevistada 13 (professora e guia de turismo, preta, 51 anos) relaciona isto ao fato de seu companheiro sempre a ter incentivado e apoiado sem qualquer tipo de preconceito. Ainda assim, ambas apontam que perceberam mulheres do grupo que viviam situações diferentes das suas e para as quais o grupo certamente proporcionou empoderamento.

Foi também recorrente entre as entrevistadas o relato de que neste espaço perceberam que não estavam sozinhas, não apenas em relação às dificuldades, dúvidas e receios com a instabilidade do trabalho como autoempreendedora, mas também às dificuldades do que é ser mulher. “Juntas somos mais fortes”, slogan do grupo que dá nome a este trabalho, de fato traduz muito bem o valor que é mais caro para as mulheres desta organização.

Isso se destaca nas afirmações a respeito das parcerias que se estabelecem entre mulheres do mesmo segmento de atividade, ao indicarem os serviços e produtos umas das outras e também na compra de insumos de maneira coletiva como forma de baratear custos. Também através das recorrentes menções à importância do compartilhar experiências como forma de reconhecerem-se umas nas outras e, assim, não se sentirem sozinhas como empreendedoras (como muitas relataram se sentirem antes de integrar o grupo). As falas a seguir são exemplos que ilustram bem o impacto do coletivo neste sentido:

Essa associação só é desse tamanho porque somos todas juntas. Sozinhas podemos até ir mais rápido, mas juntas vamos mais longe. Então se tornou um coletivo onde fizemos boas amizades. (Entrevistada 2, *pet sitter*, branca, 49 anos)

Então eu tô vendo que não tô sozinha, porque muitas mudaram de ramo, muitas acrescentaram coisas também pra render mais na pandemia. Então, no grupo, eu tô vendo que não é só eu que tal dia vende pouco, tal dia foi tantas curtidas ou comentários. Ali no grupo vejo que não sou só eu. Parece uma bobagem, mas realmente a gente não se sente sozinha. (Entrevistada 3, loja de roupas, preta, 41 anos)

E o fato de uma apoiar a outra, e nem digo diretamente, mas o fato de eu ver que tu não desistiu isso já me fortalece. Então eu acho que isso pra mim contou muito, porque hoje eu vejo minha colega do mesmo segmento e eu vou lá e às vezes a gente faz compras juntas de cosméticos pra aproveitar o mesmo pacote, aumentar desconto, porque sabemos que muitas coisas, muito material, aumentou de preço. Então eu vi isso, o cooperativismo mais do que nunca na minha questão de trabalho profissional. (Entrevistada 5, loja utilidades domésticas, branca, 30 anos)

Em segundo lugar, a respeito do efeito do grupo na forma como ocorre o autoempreender enquanto atividade econômica, é possível pensarmos em uma ressignificação de certas características do empreendedorismo que são naturalizadas e tidas como positivas. Como sugerimos na discussão do Capítulo 2, o empreendedorismo é uma forma de trabalho

que historicamente associa-se ao indivíduo, que de forma autônoma é criativo, inovador, persistente e logra sucesso em um negócio próprio (ou dentro de uma empresa ou ainda comunidade). Mas independentemente do contexto histórico, com as diferentes nuances que o conceito adquiriu, sempre foi carregado de uma conotação individualizante. Fator que é ainda mais intensificado se inserido em um contexto social organizado por uma racionalidade neoliberal, no qual a meritocracia e a concorrência são exaltadas como valores fundamentais, resultando em uma lógica do “indivíduo empresa” (DARDOT; LAVAL, 2016). Não obstante, essa forma de trabalho ganha um novo aspecto na experiência do grupo Empreendedoras da Restinga.

Os aspectos que nos permitem afirmar isto foram constatados tanto no discurso das entrevistadas, que veem como benéfico para si e para seus negócios a busca coletiva pelo crescimento profissional, quanto no discurso do grupo. Os objetivos e princípios fundantes do grupo caminham em direção à ação coletiva pautada em apoio e fortalecimento mútuo. A lógica da concorrência e competitividade é a todo momento combatida (Figuras 12, 13 e 14).

Figura 12 – Postagem: Colaborar é Melhor do que Competir



Fonte: *Post* realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 06 mar. 2020.

Figura 13 – Postagem: O Sucesso do Outro não Anula o Seu



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 01 maio 2020.

Figura 14 – Postagem: Indique uma Empreendedora



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 04 maio 2020.

Por fim, a formação e atuação do grupo têm demonstrado impactos positivos também no bairro Restinga. “A gente tá trabalhando aqui, vai acordar e vai dormir aqui!”. A afirmação da Entrevistada 2 (*pet sitter*, branca, 49 anos) expressa o efeito que o grupo de empreendedoras tem produzido na comunidade, que de “bairro dormitório” está se tornando espaço de pertencimento. Muitas das entrevistadas costumavam trabalhar em outras regiões da cidade e consumir produtos de fora do bairro, com o grupo passaram a conhecer serviços e produtos que não imaginam existir tão próximos de si.

Realmente é aquilo de mostrar o que o bairro tem de melhor. Porque o bairro, infelizmente, só mostra coisas ruins do bairro da Restinga, então até isso esse grupo eu comecei a olhar diferente, me tornei uma defensora da Restinga, porque pra tudo eu saía pra fora pra fazer, porque achava que pra fazer um cabelo bem feito tinha que sair daqui. (Entrevistada 3, loja de roupas, preta, 41 anos)

Outras relatam que a maioria de seus clientes pertenciam a outras regiões da cidade e, agora, começam a ganhar reconhecimento dentro do próprio bairro. Uma consequência importante deste movimento de incentivo à valorização destes serviços e produtos (Figura 15) é o fortalecimento da economia local, que pode gerar maior renda e emprego para a população do bairro.

Figura 15 – Postagem: Valorize o Pequeno Negócio



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 01 abr. 2020.

Projetos de revitalização dos espaços públicos de lazer também são fruto de ações desenvolvidas pelo grupo, como nos exemplos das Figuras 16 e 17. Em projeto que está em desenvolvimento desde o início do ano de 2021, a agora estabelecida Associação está criando a “Multifeira Empreendedoras”, espaço que conta com uma grande estrutura fixa com capacidade para dezenas de bancas, prevista para abrir ao público todos os domingos. De acordo com a agora diretora Roberta, o objetivo é aproximar os moradores do bairro e de regiões vizinhas do comércio da Restinga, substituindo espaços centrais da cidade e “centralizando” a periferia (Figura 18). Conforme identificamos nas narrativas das entrevistadas, este movimento virtuoso de valorização do bairro contribui para fortalecer tanto o orgulho de ser moradora, quanto cria a sensação de pertencimento à comunidade.

Ah eu comecei a ver a Restinga com mais orgulho né. Já apareceu no jornal, pessoas enxergam a Restinga bem melhor hoje em dia lá fora. Eu atendo à domicílio fora daqui também e não escuto mais aquelas coisas “ah Restinga é só morte, só ladrão...” não, eu escuto “a Restinga é um grande bairro” eles falam “bah tem tudo na Restinga” é só isso que eles falam né. A gente escuta coisas melhores agora das pessoas lá fora. (Entrevistada 9, cabeleireira, branca, 51 anos)

Figura 16 – Postagem: Fortalecer o Bairro é um dos Objetivos



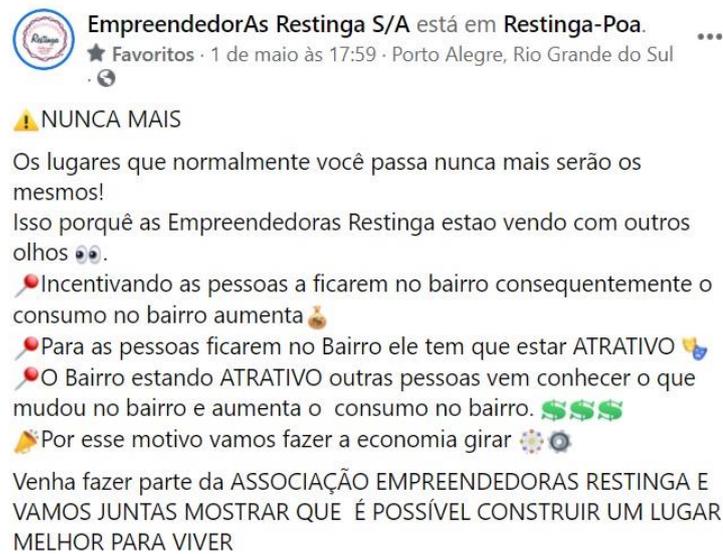
Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 23 jun. 2020.

Figura 17 – Postagem: Projeto “Adote uma Praça”



Fonte: Post realizado pelo perfil @empreendedoras_restinga na plataforma Instagram, 23 abr. 2020.

Figura 18 – Postagem: Incentivo para um Bairro mais Atrativo e Melhor



Fonte: Post realizado pelo perfil EmpreendedorAs Restinga S/A na plataforma Facebook, 01 maio 2020.

Somada a estas mudanças materiais, em muitas narrativas apareceram a afirmação de que a imagem do bairro também está se modificando, e de um local que historicamente tem sido relatado pela mídia e visto pela sociedade fortemente (se não exclusivamente) associado à violência, a Restinga está sendo agora também vista e lembrada como o lugar do empreendedorismo feminino.

A Restinga tinha uma outra visão de vila, de tiroteio, de tudo o que tu pode imaginar e hoje acho que isso aí já mudou bastante. Hoje quando tu fala da Restinga “ah lá onde tem as empreendedoras” “lá que tem um grupo de mulheres empreendedoras”, pouco tu ouve assim “ah é lá que mataram não sei quem, é lá que roubaram não sei o que”, isso já tá saindo um pouco da mente das pessoas, isso aí foi muito legal. Porque isso faz com que as pessoas de outros bairros também venham pra dentro do bairro da Restinga, coisa que não tinha antes justamente por causa desses rótulos. (Entrevistada 10, contadora, branca, 49 anos)

Retomando a discussão proposta por Gohn (2004, *apud* BAQUERO, 2012) a respeito dos que ele denomina “níveis” em que empoderamento pode ocorrer (Capítulo 3), é possível identificarmos que na vivência das mulheres do grupo analisadas, o empoderamento ocorre no nível individual (aumento de autoestima, autoafirmação e autoconfiança sendo as principais características presente neste nível). Ainda, conforme sugerimos anteriormente, também podemos falar de um processo em nível comunitário, se pensarmos nos efeitos que a criação do grupo produziu no bairro em termos da capacitação de indivíduos desfavorecidos socialmente para a articulação em defesa de seus interesses coletivos. A formulação de Gohn contribui para compreendermos o processo relatado nas narrativas, no qual o bairro parece estar ganhando uma nova imagem perante a cidade, sendo menos relacionado à violência; tem recebido

investimentos em infraestrutura e está sendo fortalecido economicamente, com a movimentação e intensificação do comércio local. Nos parece possível indicar que, junto do empoderamento das mulheres, e também devido a ele, está ocorrendo o empoderamento do bairro.

Ao identificar os impactos que o grupo produz na comunidade, na sua estrutura e imagem, é também possível vislumbrarmos o aspecto coletivo e transformador do empoderamento concebido a partir da teoria freiriana pelas teóricas feministas (BERTH, 2019). Nessa perspectiva, esse processo de ganho de poder precisa ser coletivo e partir dos próprios grupos subalternizados para que possa fazer sentido. Tal ajuda a compreender os dois processos que ocorrem simultaneamente na experiência analisada: 1) as autoempreendedoras do grupo empoderam-se a partir de uma construção coletiva de apoio mútuo (“*lifting as we climb*” para usar expressão de Davis, 2017), e 2) a partir do incentivo criado pela atuação do grupo toda a comunidade na qual ele está inserido se fortalece. Ao identificarem-se com o local onde moram e trabalham, as mulheres autoempreendedoras veem reflexos em sua autoestima enquanto mulher, autoconfiança em seu trabalho, e como resultado sentem-se empoderadas.

4.2.3 “Juntas somos mais fortes”: autoempreendedorismo em rede como ferramenta para o empoderamento de mulheres

De que forma o empoderamento de mulheres se constrói através do autoempreendedorismo? Esta foi a questão que iniciou e guiou este estudo. Com a análise exposta neste capítulo, buscamos respondê-la ao demonstrar os fatores envolvidos na construção do empoderamento das mulheres do grupo Empreendedoras da Restinga.

Partindo das perspectivas teóricas expostas neste trabalho — que apresentam concepções distintas do papel do empreendedorismo no empoderamento de mulheres —, nosso intuito foi identificar a relação que este empoderamento guarda com o pertencimento ao grupo e com a atividade como autoempreendedora *per se*.

Por um lado, instituições que fomentam o empreendedorismo afirmam a possibilidade de um empoderamento simples e unicamente atrelado a dimensão econômica, que se dá através do empreendedorismo (ou autoempreendedorismo neste caso). De outro, teóricas feministas defendem uma perspectiva multidimensional, na qual empoderar-se envolve questões subjetivas, políticas e sociais, para além da econômica. Assim, torna-se importante indicar onde, neste quadro, se situa o processo de empoderamento das mulheres analisadas. Por este motivo, abordamos separadamente este processo, primeiro o relacionando à atividade como autoempreendedora e, em seguida, ao grupo. Não obstante, tal separação na realidade não

existe, uma vez que o empoderamento surge exatamente da combinação destes dois elementos: o empoderamento surge do autoempreendedorismo em rede. Dito de maneira diferente, o empoderamento para estas mulheres é produzido pelos fatores positivos que o se tornar autoempreendedora proporcionou e que são potencializados ao atuar como autoempreendedora pertencendo a um grupo de mulheres.

Sendo assim, os indicadores que identificamos e analisamos ao longo deste capítulo, emergem tanto do pertencimento ao grupo de mulheres, quanto da atividade como autoempreendedora, articulando-se de forma que engendram um processo no qual se tornam igualmente importantes. Partindo dos indicadores e dimensões que construímos (Quadro 5), na Figura 19 é possível observar de forma esquematizada o processo de empoderamento que traçamos, destacando a conexão entre os elementos que o constituem.

Figura 19 – Construção Empoderamento das Autoempreendedoras Restinga



Fonte: Elaborado pela autora.

Com isso, tentamos demonstrar o que significa, para as mulheres do grupo Empreendedoras da Restinga, estarem empoderadas e que este processo através do qual elas estão se empoderando é construído na relação entre o fazer parte de um grupo e o empreender. Respondendo ao questionamento que inicia esta seção e conduziu este estudo, nos parece possível afirmar que, este formato de autoempreendedorismo em rede estabelecido pelo grupo possibilitou uma dinâmica na relação entre a atividade autoempreendedora e a organização coletiva de mulheres que produziu mudanças tanto nas subjetividades de cada uma destas, quanto nos seus negócios, ressoando, inclusive, no bairro como um todo. Quer dizer, o empoderamento encontrado nesta experiência é fruto de um processo coletivo, que ocorre a nível interno, entre as mulheres do grupo, e também externo, do grupo para com a comunidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou demonstrar de que forma se constrói o empoderamento de mulheres autoempreendedoras na experiência do grupo de Empreendedoras da Restinga através da articulação entre a atividade como autoempreendedora e o pertencimento a uma rede de apoio. Por um lado, elas se empoderaram ao tornarem-se trabalhadoras por conta própria, uma vez que este movimento tem como principal motivador o desejo de realização profissional, e não somente uma alternativa ao desemprego como ocorre na maioria dos casos das mulheres brasileiras. De outro, o sentimento de empoderamento também é construído e fortalecido dentro da dinâmica do grupo que se apresenta como um espaço de apoio entre mulheres e de crescimento profissional.

O empoderamento através do autoempreendedorismo ocorre, nos casos aqui analisados, relacionado a dimensões subjetiva e econômica expressas pela geração de renda de forma independente; controle sobre o próprio tempo de trabalho; aumento de renda; autoestima; autoconfiança; autonomia e reconhecimento. Estes fatores emergem nas narrativas das entrevistadas associados tanto às motivações que as levaram a abrir o próprio negócio, quanto aos resultados do empreendimento. Para quase a totalidade destas mulheres, a situação de emprego formal foi deixada para trás por escolha, e esta forma de trabalho é associada a subordinação e insatisfação profissional. Ser dona do seu tempo e do seu trabalho, mesmo que muitas vezes acarretando excessivas horas de trabalho em busca de alguma estabilidade financeira, demonstraram-se como elementos positivos e centrais para elas.

O empoderamento através da rede estabelecida pelo grupo, por sua vez, ocorre relacionado a dimensões subjetiva, cognitiva, política e econômica que podem ser mensuradas também através dos fatores relativos à atividade como autoempreendedoras, já mencionados, mas também da aquisição de formação técnica para o trabalho; engajamento na e pertencimento à comunidade; e da autoestima, autoconfiança e reconhecimento proporcionados pelo grupo de mulheres. Se destaca nas narrativas a busca por visibilidade profissional como motivação para a participação no grupo, e o sentimento de acolhimento, o perceber-se “não sozinha” diante das dificuldades da atividade empreendedora, como o elemento central para permanecer e construir este espaço.

Analisar os fatores envolvidos no processo de empoderamento destas mulheres separadamente, agrupando-os ora relacionados a atividade econômica, ora a organização em rede, permitiu indicarmos qual o papel desempenhado por cada elemento no processo de empoderamento. Não obstante, como pudemos perceber, estes fatores estão intimamente

articulados, gerando e fomentando uns aos outros em um ciclo virtuoso de construção do empoderamento a partir, justamente, da relação que se estabelece entre ser autoempreendedora e pertencer a uma rede de mulheres: o autoempreendedorismo em rede.

A separação analítica que criamos para compreender a construção do empoderamento para estas mulheres, além de permitir operacionalizarmos os fatores que emergiram das narrativas, também ocorre com o objetivo de tensionar a problemática recorrentemente apontada na literatura que mobilizamos a respeito da retórica empreendedora, pautada na lógica neoliberal, que fomenta o empreendedorismo como ferramenta (em alguns momentos até mesmo como solução) para o empoderamento de mulheres. Analisando o discurso de instituições como ONU e SEBRAE e as “políticas de des-emprego” conduzidas pelo Estado, encontramos uma concepção de empoderamento reducionista, voltada quase exclusivamente para a dimensão econômica deste processo e que o carrega de conotação individualista. Contrapondo-se a esta perspectiva neoliberal, mobilizamos um referencial teórico feminista que compreende empoderamento como um processo mais complexo, o qual mobiliza outras dimensões, como as subjetiva e política, e que para fazer sentido precisa ser coletivo e dirigido pelos próprios sujeitos que se empoderam.

Os significados para este processo de empoderamento que encontramos nas narrativas analisadas nos permitiram verificar que, na prática destas mulheres, empoderamento, de fato, se associa a múltiplos fatores que envolvem dimensões diversas, para além da econômica. Além disso, este empoderamento tem sido construído de forma coletiva em dois aspectos: internamente, na relação entre as mulheres do grupo que apoiando uma as outras se fortalecem; externamente, na relação do grupo com o bairro Restinga, que tem sido afetado positivamente pelas ações promovidas por elas.

Ao mesmo tempo, aproximando-se da retórica empreendedora das instituições mencionadas, este ganho de poder é fortemente associado a atividade econômica como autoempreendedora. Para além disso, identificamos nas narrativas elementos desta retórica, que cria uma “glamourização” das horas excessivas de trabalho, instabilidade financeira, falta de proteção social (nos casos de informalidade), insegurança, fracassos característicos da atividade empreendedora. Quer dizer, um certo sofrimento psíquico e desgaste físico é normalizado e quase exaltado, como um valor esperado de quem empreende.

O que se identifica, portanto, é que a atividade empreendedora é, de forma contraditória, simultaneamente exaltada e associada a aspectos negativos. Ainda assim, tornar-se empreendedor(a) é com frequência o principal objetivo de cada vez mais trabalhadores(as) e, de fato, constituía-se como o sonho de realização profissional das mulheres por nós

entrevistadas. A partir disso, apontamos que para além dos estudos voltados às transformações no mundo do trabalho que se dedicam a apreender criticamente certos processos — como a chamada Reforma Trabalhista e as novas formas de trabalho precário através de plataformas digitais, para mencionar exemplos recentes —, também cabe a nós como pesquisadores(as) capturar a complexidade de vivências e práticas populares que acontecem a todo momento ao nosso redor.

Estes elementos nos colocam a reflexão de que, mesmo que tenha justificação, a crítica a retórica empreendedora dentro de uma perspectiva neoliberal, ainda mais em um contexto como o brasileiro onde os níveis de desigualdade social e desocupação são altos e preocupantes (especialmente no caso das mulheres), a realidade nos apresenta uma experiência que aponta para caminhos alternativos possíveis. O que se vê na prática do grupo Empreendedoras da Restinga, é um autoempreendedorismo em rede que está contribuindo para o empoderamento de mulheres mesmo dentro de um contexto orientado por uma racionalidade neoliberal.

Neste sentido, a formulação de Verónica Gago (2018) a respeito do neoliberalismo, em sua investigação sobre trabalhadores(as) informais em bairros periféricos na Argentina, traz elementos interessantes. Compreendendo o neoliberalismo como um fenômeno que se enraíza nas subjetividades, a autora defende que a razão neoliberal é também um processo que se organiza “de baixo para cima”. Com isso, ela refere-se à apropriação popular do neoliberalismo e a ressignificação desta racionalidade através de práticas e saberes que “assume o cálculo como matriz subjetiva central e funciona como motor de uma economia popular que mistura saberes comunitários de autogestão e intimidade com o saber-fazer na crise como tecnologia de uma autoempresarialidade de massas” (GAGO, 2018, p.19). Sem deixar de entendê-lo como uma “tecnologia de governo”, seu objetivo é chamar a atenção para o fato de que neoliberalismo adquire uma pluralidade de mecanismos e significados neste processo de ressignificação pelas práticas populares.

Articulada a esta reflexão, a construção do empoderamento destas mulheres e desta comunidade também nos permite pensar se esta experiência de autoempreendedorismo em rede direciona-se para justiça social (FRASER, 1997; 2007; 2007a; 2009).

De um lado, há o fortalecimento individual-coletivo sob uma perspectiva econômica, que ocorre a partir do aumento de renda das mulheres e do fortalecimento da economia local através da intensificação do consumo no bairro e possível geração de oportunidades de trabalho e emprego (redistribuição). De outro, vimos que o grupo de autoempreendedoras transformou a maneira que muitas delas enxergavam e se colocavam na comunidade, acarretando maior participação e engajamento na vida interna desta através do trabalho, lazer e consumo, e

gerando um sentimento de pertencimento para elas. Neste processo, o bairro também passa por transformações que vão além das questões materiais, mas que também se devem a elas, no sentido de receber um novo olhar daqueles que estão “do lado de fora”. Conforme dito anteriormente, uma comunidade que historicamente foi muito mais retratada pela violência hoje é lembrada pelo grupo de mulheres que mostram ao restante da cidade o trabalho que lá existe. Sob este aspecto, o movimento individual-coletivo, que se complementa e se retroalimenta, nos permite pensar nas possibilidades de emancipação que surgem para estes sujeitos e uma busca por representação. Por fim, na medida em que o empoderamento das mulheres pode reverter-se em uma mudança de *status* e alcance de uma paridade participativa, da forma como Fraser (2007a) argumenta, existem também elementos nesta experiência que parecem apontar para um reconhecimento social.

Estas direções teóricas, ao nosso ver, abrem caminhos de possibilidades para ir ainda além das questões que a análise deste estudo pode nos revelar. Dentro de uma agenda de estudos feministas, verificar de que formas o empoderamento de mulheres se constrói na realidade e quais suas consequências em termos subjetivos e sociais nos parece fundamental. Assim como compreender quais significados este empoderamento adquire para diferentes grupos e sujeitos, uma vez que nem mesmo a teoria apresenta consensos em torno desta questão. A complexidade da realidade empírica estudada coloca a também fundamental tarefa de dar um passo adiante e nos questionarmos de que forma este empoderamento, através das práticas que o produzem, pode estar abrindo alternativas e construindo um processo ainda mais amplo que permita a construção de justiça social.

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, Ludmila Costhek. **Sem maquiagem**: O trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. [Mais de 45% das donas de negócios no Brasil se tornaram “chefes de domicílio”]. Brasil, 2019. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mais-de-45-das-donas-de-negocios-no-brasil-se-tornaram-chefes-de-domicilio,07ce935194b39610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 4 jun. 2021.

ANDERSON, Perry. Balanço do Neoliberalismo. In: SADER, Emir; GENTILI, Pablo (orgs.). **Pós-neoliberalismo**: as políticas sociais e o Estado democrático. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995. p.9-23.

ANTUNES, Ricardo (org.). **Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil IV**: Trabalho Digital, Autogestão e Expropriação da Vida. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019.

ARRUZZA, Cinzia; BHATTACHARYA, Tithi; FRASER, Nancy. **Feminism for the 99 Percent**. London: Verso, 2019.

BAQUERO, Ruth. Empoderamento: Instrumento de Emancipação Social? Uma Discussão Conceitual. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.6, n.1, p.173-187, jan./abr. 2012.

BARBOSA, Attila Magno e Silva. O empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v.19, n.38, p.121-140, 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rsocp/a/n9J3htptDPZdJ8CvpTNHw9J/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

BARBOSA, Rogério Jerônimo. **Estagnação desigual**: desemprego, desalento, informalidade e a distribuição da renda do trabalho no período recente (2012-2019). Brasília: Ipea: Ministério do Trabalho, ano 25, out. 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2008.

BARTHOLO, Letícia; PASSOS, Luana; FONTOURA, Natália. Bolsa Família, autonomia feminina e equidade de gênero: o que indicam as pesquisas nacionais? **Cad. Pagu**, Campinas, n.55, 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cpa/a/qZYLbdhpfMRJVjgMDpQfXff/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

BEAUVOIR, Simone de. **Os Mandarins**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2017.

BERTH, Joice. **Empoderamento**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Éve. **O Novo Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BRUSCHINI, Cristina.; RICOLDI, Arlene Martinez.; MERCADO, Cristiano Miglioranza. Trabalho e gênero no Brasil até 2005: uma comparação regional. In: COSTA, A.O.; SORJ, B.; BRUSCHINI, C.; HIRATA, H. (Orgs.). **Mercado de Trabalho e Gênero: comparações internacionais**. Rio de Janeiro: FGV, 2008. p.15-33.

CASTEL, Robert. **As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

CASTRO, Carla Appollinario de. **Crítica à razão empreendedora: a função ideológica do empreendedorismo no capitalismo contemporâneo**. Orientador: Joaquim Leonel de Rezende Alvim. 2013. 200 f. Tese (Doutorado em Sociologia e Direito) – Centro de Estudos Gerais, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

COLBARI, Antônia de Lourdes. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. In: VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, 2004, Coimbra. **Anais [...]**. Coimbra: CONLAB, 2004. p. 75-109.

CORNWALL, Andrea. Além do “Empoderamento Light”: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global. **Cad. Pagu**, Campinas, n.52, 2018. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cpa/a/9zJqwjXHP4KbgfsLRCY7WpC/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

DANTAS, Edmundo Brandão. Empreendedorismo e intraempreendedoríssimo: é preciso aprender a voar com os pés no chão. In: **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, p.27, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/dantas-edmundo-empreendedorismo.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2021.

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

DAVIS, Angela. **Mulheres, cultura e política**. São Paulo: Boitempo, 2017.

DEVREUX, Anne-Marie. A teoria das relações sociais de sexo: um quadro de análise sobre a dominação masculina. **Sociedade e Estado**. Brasília, v.20, n.3, p.561-584, set./dez. 2005.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **A proporção está errada**. Porto Alegre, 25 ago. 2019. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B1mgieAHLfR/>>. Acesso em: 10 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Associe-se aqui**. Porto Alegre, 3 set. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CNKT6ySDnBE/>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Benefícios Associação**. Porto Alegre, 21 dez. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CJEasLEngTP/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Característica para ser empreendedora Restinga**. Porto Alegre, 14 jun. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CBb4hqYHJY3/>>. Acesso em: 21 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **É bem melhor colaborar do que competir.** Porto Alegre, 06 mar. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B9aVeesH495/>>. Acesso em: 21 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Fortalecer nosso bairro.** Porto Alegre, 23 jun. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CByzOTGH3gY/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Indique uma empreendedora.** Porto Alegre, 04 maio 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B_x77EGlczu/>. Acesso em: 3 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Juntas podemos mudar tudo.** Porto Alegre, 8 mar. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9fOTbEnQ_m/>. Acesso em: 23 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **O que é empreendedorismo.** Porto Alegre, 11 jul. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CCg2hzMn4nl/>>. Acesso em: 3 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **O sucesso do outro não anula o seu.** Porto Alegre, 01 maio 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B_qpU1Tgo8g/>. Acesso em: 3 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Projeto adote uma praça.** Porto Alegre, 23 abr. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/COBBqswH0gq/>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Quando você empreende precisa estar disposta.** Porto Alegre, 02 mar. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9QI9_xHzsE/>. Acesso em: 21 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Só para lembrar que você consegue.** Porto Alegre, 16 mar. 2021. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CMemR-cHK10/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Valorize o pequeno negócio.** Porto Alegre, 01 abr. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-dYa6TH0Dz/>>. Acesso em 23 abr. 2021.

EMPREENDEADORAS DA RESTINGA. **Você pode e vai muito além.** Porto Alegre, 29 ago. 2020. Instagram: @empreendedoras_restringa. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CEfWdEFnXhP/>>. Acesso em: 23 abr. 2021.

FILGUEIRAS, Vitor Araújo. As promessas da Reforma Trabalhista: combate ao desemprego e redução da informalidade. In: KREIN, José Dari; VERÁS DE OLIVEIRA, Roberto; FILGUEIRAS, Vitor Araújo (Orgs.). **Reforma trabalhista no Brasil: promessas e realidade.** Campinas, SP: Curt Nimuendajú, 2019, p.13-52.

FRASER, Nancy; JAEGGI, Rahel. **Capitalismo em debate: uma conversa na teoria crítica.** São Paulo: Boitempo, 2020.

FRASER, Nancy. Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça numa era “pós-socialista”. **Cadernos de campo**, São Paulo, n.14/15, p.231-239, 2006.

FRASER, Nancy. Do neoliberalismo progressista a Trump – e além. In: Dossiê Redistribuição ou Reconhecimento 15 anos depois. Florianópolis: **Revista Política & Sociedade**, v.17, n.40, p.43-54, set./dez. de 2018.

FRASER, Nancy. **Justice Interruptus**: critical reflections on the “postsocialist” condition. New York: Routledge, 1997.

FRASER, Nancy. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. Florianópolis: **Revista Estudos Feministas**, v.15, n.2, maio/ago. 2007.

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. In: Dossiê – Contribuições do pensamento feminista para as Ciências Sociais. Londrina: **Revista Mediações**, v.14, n.2, jul./dez. 2009.

FRASER, Nancy. Reconhecimento sem ética? **Lua Nova**, São Paulo, n.70, p.101-138. 2007a.

FRASER, Nancy. **The old is dying and the new cannot be born**. London: Verso, 2019.

GAGO, Verónica. **A Razão Neoliberal**: economias barrocas e pragmática popular. São Paulo: Elefante, 2018.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2008. p.64-89.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **2017/2018 Global Report**. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London, 2018. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2017-2018-global-report>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **2019/2020 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. 2021.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HIRATA, Helena. Reorganização da Produção e transformações do trabalho: uma nova divisão sexual? In: BRUSCHINI, Cristina; UNDEHAUM, Sandra G. (Orgs.) **Gênero, democracia e sociedade brasileira**. São Paulo: FCC: Editora 34, 2002. p.339-355.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2019**. 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=o-que-e>>. Acesso em: 2 nov. 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Mercado de Trabalho: conjuntura e análise**. Brasília: Ipea: Ministério do Trabalho, ano 25, out. 2019.

LAPIS, Naira L. Acumulação Flexível. In: CATTANI, A.D.; HOLZMANN, L. (Orgs.). **Dicionário de Trabalho e Tecnologia**. Porto Alegre: Zouk, 2011. p.27-32.

LAVAL, Christian. **Foucault, Bourdieu e a questão neoliberal**. São Paulo: Elefante, 2020.

LIMA, Jacob C. Participação, empreendedorismo e autogestão uma nova cultura do trabalho. **Revista Sociologias**. Porto Alegre, ano 12, n.25, p. 158-198, set./dez. 2010.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

MIRLA, Cisne. **Feminismo e consciência de classe no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2014.

NOGUEIRA, Claudia M. As trabalhadoras do telemarketing no Brasil. In: CONGRESSO DA ALAS, 26., 2007. Guadalajara. **Anais** [...]. Guadalajara: ALAS, 2007. p. 1-15.

OLIVEIRA, Eveline Nogueira Pinheiro de; MOITA, Dimitre Sampaio; AQUINO, Cassio Adriano Braz de. O Empreendedor na Era do Trabalho Precário: relações entre empreendedorismo e precarização laboral. **Psicologia Política**. v.16, n.36, p.207-226, maio/ago. 2016.

POCHMANN, Márcio. Tendências estruturais do mundo do trabalho no Brasil. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v.25, n.1, p.89-99, jan. 2020.

POCHMANN, Márcio. O Fim do Trabalho como se conhece no Brasil. **Revista TST**, São Paulo, v.82, n.4, p. 272-286, out./dez. 2017.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, LucVan. **Manual de investigação em Ciências Sociais**. Portugal: Gradiva, 2005.

ROSENFELD, Cinara L; ALMEIDA, Marilis L. Contratualização das relações de trabalho: embaralhando conceitos canônicos da sociologia do trabalho. **Revista de Ciências Sociais**. Porto Alegre, n.41, p.249-276, out. 2014.

ROSENFELD, Cinara L. Autoempreendedorismo: Forma emergente de inserção social pelo trabalho. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.30, n.89, p. 115-129, out. 2015.

ROSENFELD, Cinara L.; ALVES, Daniela Alves de. Autonomia e Trabalho Informacional: o teletrabalho. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v.54, n.1, p.207-233, 2011.

ROSENFELD, Cinara L.; GIRAUD, Olivier.; MOSSI, Thays Wolfarth.; REY, Frédéric. Empreendedorismo ou Trabalho e Emprego? Comparando Brasil e França. In: CALVETE, Cássio da S.; GOSMANN, Máris C. (Org.). **Políticas de Emprego, Trabalho e Previdência**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2014. p. 183-205.

SAFATLE, Vladimir. A economia é a continuação da psicologia por outros meios: sofrimento psíquico e o neoliberalismo como economia moral. In: SAFATLE, Vladimir; SILVA JUNIOR, Nelson da; DUNKER, Christian (Orgs.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Autêntica, 2021.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado e violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SARAMAGO, José. **Todos os nomes**. Porto: Porto Editora, 2015.

SARDENBERG, Cecília M.B. **Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista**. 2012. Disponível em: <<http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6848>>. Acesso em: 7 nov. 2019.

TAVARES, Larissa Ferreira. **Condenados a vencer: a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo**. 156 p. 2014. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2014.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. **Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade?** 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 18 jun. 2021.

VERÁS DE OLIVEIRA, Roberto; RAMALHO, José Ricardo; ROSENFELD, Cinara L., A Sociologia do Trabalho e suas interfaces: trajetória e tendências atuais. **BIB**, São Paulo, n.90, p.1-28, 2019 (publicada em setembro de 2019).

ZORZI, Analisa. **Uma análise crítica da noção de empoderamento com base no acesso das agricultoras ao PRONAF mulher em Ijuí-RS**. 2008. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ONLINE

1. Idade
2. Escolaridade:
 - Ensino Fundamental incompleto
 - Ensino Fundamental
 - Ensino Médio incompleto
 - Ensino Médio
 - Ensino Superior incompleto
 - Ensino Superior
 - Pós-Graduação/Especialização
3. Estado Civil
4. Autodeclaração de cor/raça:
 - Branca
 - Preta
 - Amarela
 - Parda
 - Indígena
5. Já teve carteira assinada?
 - Sim
 - Não
6. Atualmente, gostaria de ter carteira assinada?
 - Sim
 - Não
 - Talvez
7. Qual atividade exerce como empreendedora?
8. Por que se tornou empreendedora?
9. O que empreender lhe proporcionou na sua vida profissional?
10. O que empreender lhe proporcionou na sua vida pessoal?
11. Indique sua faixa de rendimento mensal considerando apenas a atividade como empreendedora:
 - até R\$ 500,00
 - R\$ 501,00 a 1000,00
 - R\$ 1.001,00 a 2.000,00

- R\$ 2.000,00 a 3.000,00
- R\$ 3.001,00 a 4.000,00
- R\$ 4.001,00 a 5.000,00
- R\$ 5.001,00 a 6.000,00
- R\$ 6.001,00 a 7.000,00
- R\$ 7.001,00 a 8.000,00
- R\$ 8.001,00 a 9.000,00
- R\$ 9.001,00 a 10.000,00
- R\$ 10.001,00 ou mais

12. Quantas pessoas dependem dos seus rendimentos mensais?
13. Você solicitou o auxílio emergencial disponibilizado pelo governo federal durante a pandemia de Covid-19?
- Sim, e recebi
 - Sim, mas ainda não recebi
 - Sim, mas não foi aprovado
 - Não
14. Você continuou trabalhando durante a pandemia de Covid-19?
- Sim, trabalho fora de casa
 - Sim, trabalho em casa
 - Não
15. Você tem CNPJ?
- Sim
 - Não
 - Quero fazer
 - Estou fazendo
16. Você emprega alguém em sua atividade? Se sim, quantas pessoas? Informais, autônomos ou com carteira assinada?
17. Você tem um(a) sócio(a)?
- Sim
 - Não
18. Caso tenha um marido/companheiro, ele participa de seu trabalho como empreendedora?
- Sim
 - Não

Não tenho cônjuge

19. Há quanto tempo reside no bairro Restinga?
20. Há quanto tempo está no grupo Empreendedoras da Restinga?
21. Por que se filiou ao grupo?
22. Na sua opinião, quais benefícios a participação no grupo trouxe para o seu negócio?
23. Na sua opinião, quais benefícios a participação no grupo trouxe para sua vida pessoal?
24. Caso tenha um marido/companheiro, este apoia sua participação nas atividades do grupo de empreendedoras?

APÊNDICE B – ROTEIRO ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

1. Há quanto tempo você é uma empreendedora? Qual(is) motivo(s) te levou a empreender?
2. Você considera que existem desigualdades entre homens e mulheres na sociedade brasileira?
3. Você considera que as mulheres enfrentam mais dificuldades do que os homens no mercado de trabalho? Por quê?
4. O que você entende por “empoderamento”?
5. Você se considera uma “mulher empoderada”?
6. Você considera que este “empoderamento” se deve a participação no grupo *Empreendedoras da Restinga* ou ao trabalho como empreendedora?
7. Você acredita que a participação no grupo está proporcionando mudanças positivas na sua vida?
8. O seu negócio/trabalho cresceu/rendeu mais desde que começou a participar do grupo?
9. Você é a responsável pela maior parte das atividades domésticas e familiares?
10. Você acha possível conciliar as atividades como empreendedora com tarefas domésticas e familiares?
11. Seu marido/companheiro apoia sua participação nas atividades do grupo?