

Título

O Desafio do Empreendedorismo Feminino

Autoria: Daniel Teodoro Gomes, Paulo Vítor Guerra, Bruna Nobre Vieira

Resumo

Diversos estudos apontam que a maior parte das mulheres que abrem negócios próprios alega como motivos principais a realização pessoal e a percepção de uma oportunidade de mercado, a dificuldade de ascensão na carreira, a necessidade de sobrevivência e a possibilidade de conciliar trabalho e família, sendo que os três últimos diferem dos motivos normalmente encontrados em estudos que não fazem o recorte de gênero. O presente trabalho buscou compreender como as mulheres percebem estas motivações, principalmente a dificuldade de ascensão dentro das organizações e a necessidade de conjugar trabalho e vida pessoal, como algo que as levou ao empreendedorismo. Para alcançar tal objetivo foram realizadas entrevistas com diversas mulheres empreendedoras ou em cargos de gerência e direção em organizações localizadas em sete capitais brasileiras. As narrativas coletadas foram analisadas através da técnica de Análise do Discurso, utilizando-se as categorias propostas por Faria e Linhares (1993). A escolha por incluir na amostra não apenas mulheres que conduzem negócios próprios como também aquelas que exercem cargos de gerência e direção dentro de organizações baseia-se na tendência atual do campo de localizar o empreendedor, ou melhor, a empreendedora, também dentro da organização. Seguindo esta tendência, o presente trabalho amplia o escopo dos estudos sobre empreendedorismo feminino, geralmente focados em mulheres que abrem empresas próprias. Esta escolha enriqueceu a amostra e a diversidade dos relatos, e, mais importante, possibilitou uma visão completa do fenômeno “teto-de-vidro” e das barreiras culturais que impedem as mulheres de ocupar cargos mais altos nas organizações ou de desenvolverem seus próprios negócios. Baseados na proposta de destruição criadora de Schumpeter (1982), Hisrich e Peters (2004) defendem que o empreendedor deve ter a inovação como preocupação central, promovendo mudanças nas organizações e na sociedade como um todo. Este papel renovador parece ser ainda mais importante quando se trata de empreendedoras. Como visto na análise das entrevistas e na literatura revisada, a mulher ainda se encontra na posição secundária de um “outro” na sociedade (BEAUVOIR, 2009), apesar das inquestionáveis conquistas recentes. O enfrentamento da dominação masculina, colocado muitas vezes pelas entrevistadas como um desafio a mais a ser vencido, pode ser entendido como parte deste papel renovador das mulheres empreendedoras, talvez a mais importante de suas conquistas. Seja por meio da abertura de um negócio próprio ou dentro de uma organização, os relatos demonstram que é a luta contra a dominação masculina, reproduzida e reforçada inclusive por muitas mulheres, o maior empreendimento das entrevistadas; luta que tem mostrado resultados nos últimos anos, mas que ainda está longe de ser vencida.

1. Introdução

Diversos estudos apontam que a maior parte das mulheres que abrem negócios próprios alega como motivos principais a realização pessoal e a percepção de uma oportunidade de mercado. Estes são os mesmos motivos encontrados em pesquisas sobre empreendedorismo que não fazem o recorte de gênero. O terceiro motivo mais citado por mulheres empreendedoras é a dificuldade de ascensão na carreira, motivo apontado também por homens, porém menos relevante para eles. Os demais motivos levantados nas pesquisas que focam mulheres empresárias são a necessidade de sobrevivência e a possibilidade de conciliar trabalho e família, estes últimos diferem dos motivos normalmente encontrados em estudos gerais. (CROMIE e HAYES, 1988; GIMENEZ, MACHADO e BIAZIN, 1998; HISRICH, 1989; BUTTNER e MOORE, 1997; ALLEN e TRUMAN, 1993)

Apesar de também aparecer como um motivo importante para os homens, a dificuldade de ascensão na carreira dentro de uma organização destaca-se no caso das mulheres, principalmente devido ao fenômeno chamado “teto-de-vidro” e pelas barreiras culturais. O termo “teto-de-vidro” refere-se ao fato de que as mulheres continuam encontrando barreiras para sua promoção, além de receberem salários menores do que homens que ocupam os mesmos cargos (OLIVEIRA, OLIVEIRA e DALFIOR, 2000; BRUSCHINI, 1994; VILAS BOAS, PAULA NETO e CRAMER, 2003). Para Rosa e Brito (2009, p. 643), existem barreiras invisíveis nas organizações dominadas por homens que impedem a ascensão de mulheres, pois estas organizações possuem “uma dinâmica simbólica que se articula com o contexto social, reproduzindo sua lógica, suas virtudes e, principalmente, seus preconceitos”.

A dominação masculina, evidenciada por Bourdieu (2007), continua sendo apontada pelos estudos citados acima, que consideram a possibilidade de uma atenuação nas condições de discriminação, mas não uma superação destas condições. Tanure, Carvalho Neto e Andrade (2007) demonstram esta predominância masculina nas maiores empresas brasileiras, nas quais apenas 23% dos cargos gerenciais são ocupados por mulheres, e apenas 6% dos cargos de presidência. Em seu exemplar de dezembro de 2010, a revista *Isto É Dinheiro*, apresenta uma lista dos empreendedores do ano, todos homens.

O quarto motivo principal para o empreendedorismo feminino elencado é a necessidade de sobrevivência. Na tipologia desenvolvida pela OECD (2000), estas são as empreendedoras que não possuem outra profissão, sendo a abertura de um pequeno negócio sua única opção. Machado et al. (2003, p. 15) encontram outro grupo de mulheres que abrem negócios próprios como meio de sobrevivência, que chamam de empreendedoras “forçadas”, constituído por “mulheres com mais de 20 anos de experiência, que foram demitidas de outros empregos”. Estes dois grupos podem ser mais significativos entre as mulheres pelas mesmas questões apontadas acima.

Finalmente, o empreendedorismo feminino é colocado como uma possibilidade de conciliar trabalho e vida pessoal (LINDO, et al. 2007; KIRKWOOD e TOOTELL, 2008). Esta motivação está diretamente relacionada ao gênero, pois não é levantada em nenhum estudo sobre empreendedorismo que não faça este corte.

Deste modo, os três últimos motivos levantados pela literatura focada no empreendedorismo feminino diferem daqueles encontrados em estudos gerais, seja em sua relevância ou por diferenças entre os gêneros. O presente trabalho buscou compreender como as mulheres percebem estas motivações, principalmente a dificuldade de ascensão dentro das organizações e a necessidade de conjugar trabalho e vida pessoal. Para alcançar tal objetivo foram realizadas entrevistas com diversas mulheres empreendedoras ou em cargos de gerência e direção em organizações localizadas em sete capitais brasileiras. As narrativas coletadas

foram analisadas através da técnica de Análise do Discurso, utilizando-se as categorias propostas por Faria e Linhares (1993).

Na próxima parte é feita uma revisão sobre o tema empreendedorismo, durante a qual se detectou a tendência recente do campo de localizar o empreendedor também dentro das organizações, o que estimulou a inclusão na amostra de mulheres em cargos gerenciais e de direção, permitindo uma maior riqueza e diversidade dos dados coletados, e uma compreensão aprofundada das dificuldades de ascensão na carreira enfrentadas por estas trabalhadoras. Na terceira parte discute-se o empreendedorismo feminino e alguns dos principais pontos levantados na literatura sobre o assunto. Na sequência detalha-se a metodologia de coleta e análise dos dados. A quinta parte apresenta os principais temas levantados nas narrativas das mulheres entrevistadas, privilegiando-se as próprias falas a partir de trechos selecionados que exemplificam estas temas. Na parte final são tecidas algumas considerações finais sobre a análise dos dados e possibilidades de estudos futuros que possam trazer novas perspectivas para a compreensão do empreendedorismo feminino.

2. Estudos sobre empreendedorismo

Os estudos sobre empreendedorismo não apresentam um paradigma consolidado, sendo o tema tratado por diferentes enfoques e perspectivas, como a econômica, sociológica, psicológica, e através de diferentes dimensões analíticas do fenômeno.

Os primeiros trabalhos sobre o tema surgiram a partir de uma perspectiva econômica na qual seus principais autores identificaram a racionalidade como elemento central desta atividade produtiva. Nesta perspectiva, o fenômeno do empreendedorismo é determinado pelas influências e características do ambiente, como a turbulência e a complexidade (BAUMOL, 1993), estabelecendo-se uma relação direta entre empreendedorismo e inovação. Esta vertente tem como eixo principal a teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter (1982), além dos trabalhos desenvolvidos por autores clássicos como Adam Smith, Jean-Baptiste Say, Alfred Marshall e Stuart Mill.

De acordo com Dolabela (1999), os teóricos comportamentalistas da segunda vertente dos estudos sobre empreendedorismo enfatizam os aspectos atitudinais como criatividade e intuição, explorando as perspectivas sociológica e psicológica do fenômeno. Neste sentido, esta vertente está voltada para o indivíduo, pois considera que o empreendedorismo resulta de um conjunto de traços de personalidade específicos associados ao sucesso nos negócios (O'SHEA, CHUCH e ALLEN, 2008; ROBERTS, 1991). Esta visão baseia-se principalmente na teoria das motivações de McClelland (1961), nos trabalhos de Timmons (1989), na teoria visionária de Fillion (1999; 1991) e na personalidade empreendedora de Miner (1996).

Uma terceira abordagem utilizada para a análise do empreendedorismo e do indivíduo empreendedor é desenvolvida a partir da variável ambiente, e propõe que o empreendedor não se desenvolve ou atua isoladamente, mas que responde às características e exigências do ambiente à sua volta, como por exemplo, as oportunidades de mercado, a equipe de empreendedores, os recursos disponíveis e a estrutura da organização (GARTNER, 1988; SONG, 2008).

2.1. O conceito de empreendedorismo

Uma das primeiras e mais importantes definições do termo empreendedorismo volta-se para a noção de inovação e é apresentada por Schumpeter (1982) como a realização de novas

combinações de recursos, incluindo fazer coisas novas ou fazer coisas já existentes, mas de novas maneiras. A teoria schumpeteriana é baseada em uma visão do homem guiado por interesses econômicos. Nesta visão, o empreendedorismo é entendido como uma função econômica, cujo cerne está na chamada destruição criadora, ou seja, numa inovação que modifica toda a estrutura produtiva de um setor ou mesmo da economia como um todo; e não gerencial, cujo foco está no ajuste e manutenção do equilíbrio.

Cerca de trinta anos depois dos trabalhos de Schumpeter (1982), McClelland (1961) conceitua empreendedorismo a partir do comportamento empreendedor. Os principais componentes desse comportamento são: (i) uma atitude moderada face ao risco; (ii) o desenvolvimento de atividade instrumental nova e vigorosa; (iii) responsabilidade individual pelas consequências dos atos em face de novas iniciativas; (iv) a capacidade de antecipação de possibilidades futuras; e (v) o desenvolvimento de habilidades organizacionais e decisórias. Em seus estudos, o autor procurou evidências da associação entre alta necessidade de realização e desenvolvimento econômico e concluiu que o dinheiro é uma medida concreta de sucesso, mas não é necessariamente orientador do comportamento empreendedor.

Na década de 1970, após McClelland (1961) focar o comportamento humano, Kirzner (1973) define o termo como a habilidade de perceber novas oportunidades. Na década seguinte, Drucker (1986) revisita o conceito schumpeteriano e define o empreendedorismo como um ato de inovação que envolve desenvolver com recursos já existentes uma capacidade de produzir riqueza nova. Por sua vez, Hisrich e Peters (1986) procuram abranger as duas visões ao colocar que o empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. Segundo estes autores, a riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos quando se trata de patrimônio, tempo e comprometimento com a carreira, ou que agregam valor para algum produto ou serviço.

Ainda na década de 1980, Stevenson, Roberts e Grousbeck (1985), consideraram empreendedorismo como um processo pelo qual indivíduos perseguem oportunidades sem levar em consideração os recursos que eles controlam no momento, e localizam o empreendedor tanto fora quanto dentro da empresa. Esta definição representa uma evolução no significado do termo empreendedorismo, mas que ainda não é consensual, apesar de ser aceita pela maioria dos estudos atuais.

Autores recentes definem empreendedores como pessoas voltadas para a geração e comercialização de inovações tecnológicas, cujo papel é central para o sucesso do negócio (ROBERTS e MALONE, 1996). Seguindo essa tendência de localizar o empreendedor também dentro da organização, Shane (2003) define empreendedorismo como uma atividade que envolve a descoberta, avaliação e exploração de oportunidades para introduzir novos produtos e serviços, maneiras de organizar mercados, processos e matérias-primas, através de uma organização de esforços que previamente não existia.

A partir de uma extensa revisão literária realizada por Hisrich e Peters (2004) conclui-se que, apesar das divergências de definição do termo, três características parecem ser consensuais ao se tratar de empreendedores: (i) são pessoas que tomam iniciativa, (ii) organizam e reorganizam mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático e (iii) lidam bem com o risco ou o fracasso. Ressalta-se que estas características remetem ao perfil traçado pela vertente comportamentalista. Também a partir de uma revisão de artigos publicados nos últimos 50 anos no periódico *Management Science*, Shane e Ulrich (2004) caracterizam empreendedor como um indivíduo tomador de decisões, estrategista, e responsável por dar forma a organização e captar recursos novos. Além disso, em consonância com Schumpeter (1982), Grinstein e Goldman (2006) apontam que os termos empreendedor e inovação são, com frequência, mencionados juntos.

Deste modo, o empreendedor não é apenas o indivíduo que abre seu próprio negócio, é também o responsável pelo processo de inovação fundamental para o crescimento e a sobrevivência das organizações, na economia e na sociedade como um todo.

Para Penrose (2006) o conceito de empreendedorismo é escorregadio e difícil de ser trabalhado em termos de análise econômica formal, pelo fato de estar associado ao temperamento e às qualidades pessoais dos indivíduos. Estes não são somente os homens de negócios independentes em uma economia mercantil, mas também todos aqueles que realmente preenchem a função de realizar o empreendimento de novas combinações; ainda que sejam empregados dependentes de uma companhia, como gerentes ou executivos.

Esta tendência de localizar o empreendedor, ou melhor, a empreendedora, dentro da organização, seja ela uma empresária ou uma gerente responsável pelo processo de inovação, vem se fortalecendo nos últimos anos, principalmente devido ao constante aumento da turbulência nos ambientes globais. Seguindo esta tendência, o presente trabalho amplia o escopo dos estudos sobre empreendedorismo feminino, geralmente focados em mulheres que abrem empresas próprias, indo também para dentro da organização, e analisando as percepções sobre o fenômeno mulheres de que ocupam cargos de gerência e direção em organizações, inclusive como modo de se aprofundar a investigação sobre as motivações para o empreendedorismo feminino.

3. Trabalho, gênero e empreendedorismo feminino

Os estudos sobre empreendedorismo que fazem o recorte de gênero ligam-se a tradição dos estudos sobre trabalho e gênero, e nos últimos anos têm se firmado também como norteadores de políticas públicas voltadas para mulheres que abrem seus próprios negócios. Seguindo a tendência apontada na seção anterior, o presente trabalho amplia o conceito de empreendedorismo, localizando a empreendedora também dentro da organização. Portanto, uma revisão dos estudos sobre gênero e trabalho se mostra proveitosa, assim como da literatura que trata especificamente do empreendedorismo feminino.

3.1. Gênero e trabalho

Durante o século XX observa-se um crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho. Porém, como colocam Beauvoir (2009) e Braverman (1987), este crescimento não ocorre a partir de um ideário de independência, mas sim devido à precária situação econômica e à necessidade de complementação da renda familiar.

Por outro lado, Lindo et al. (2004), apontam que a partir da década de 1970 este crescimento intensifica-se devido às transformações culturais do período, principalmente as conquistas do movimento feminista, e outros fatores como o controle da maternidade, o aumento do nível de escolaridade das mulheres e a própria transição de uma economia industrial para uma baseada na prestação de serviços. Porém, estas mudanças não foram suficientes para modificar o cenário de dominação masculina. Neste sentido, Lopez-Claros e Zahidi (2005) afirmam que o mundo ainda tem um longo caminho a percorrer na realização da equidade de gênero.

Por sua vez, Arriagada (2005) coloca que o sexo é um fator que determina a organização do trabalho e sob esta perspectiva existem quatro formas principais de exclusão das mulheres: i) o desemprego; ii) as formas precárias de inserção no mercado de trabalho; iii) as formas de trabalho não remuneradas; e iv) a exclusão das oportunidades de desenvolver

suas potencialidades. Ainda de acordo com Arriagada (2005), têm surgido novas formas de gestão pública que reorientam os esforços estatais, a partir da constatação de que as causas e a situação de pobreza são diferentes para homens e mulheres.

Em 2003, a Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2008) lançou seu primeiro relatório sobre discriminação no trabalho, com o objetivo de subsidiar políticas públicas nacionais e internacionais voltadas para o combate a discriminação contra grupos minoritários, principalmente contra mulheres dentro das organizações, no que se refere às posições hierárquicas, remuneração, segurança e demissão. Percebe-se que a mulher não apenas continua sendo excluída do mercado de trabalho e da economia formal, mas que também sofre discriminações quando consegue se inserir neste mercado.

Merrick (2002), em revisão teórica de pesquisas sobre homens e mulheres em cargos de gerência conclui que estes recebem tratamento diferenciado nas empresas, sendo que as mulheres são sistematicamente excluídas do processo de tomada de decisão. Hirata (2002) admite que houve um avanço, mas considera que o poder no mundo dos negócios continua na mão dos homens.

Este estado de dominação masculina caracteriza-se por uma valorização do masculino em detrimento do feminino, levando à construção de espaços sociais determinados e hierarquizados com base nas diferenças de gênero (BOURDIEU, 2007). Esta dominação manifesta-se na posição secundária da mulher em nossa sociedade, como apontado por Beauvoir (2009), e na criação de discursos como o da “verdadeira mulher” (SWAIN, 2001). Manifesta-se também em fatos concretos como salários inferiores aos dos homens (NATIVIDADE, 2009), maior cobrança em termos de desempenho (BRUSCHINI e PUPPIN, 2004) e dificuldades de ascensão na carreira – o fenômeno chamado “teto-de-vidro”, definido por autores como Quental e Wetzel (2002), como uma barreira aparentemente impenetrável que impede que mulheres com cargos gerenciais se movam para a suíte executiva -, entre outros citados ao longo deste trabalho e da literatura sobre o tema.

3.2. Empreendedorismo feminino

O crescimento das iniciativas empreendedoras por parte de mulheres tem sido observado mundialmente. Em 1998, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) promoveu seu primeiro seminário sobre o tema, no qual foi discutida a relevância das mulheres que abrem pequenas empresas, reconhecidas como uma fonte importante de empregos, inovação e desenvolvimento econômico (MACHADO, 1999).

Dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2010), referentes à 2009, mostram que no Brasil 53% dos empreendimentos são conduzidos por mulheres, sendo esta a segunda vez que o percentual de mulheres ultrapassa o de homens. Porém, a constatação da OCDE de uma ausência de estatísticas oficiais sobre empreendedorismo e gênero, continua sendo detectada pelo GEM (2010).

Capowski (1992, apud LINDO, et al. 2004), aponta que o empreendedorismo é uma opção interessante de geração de trabalho e renda para as mulheres, uma vez que as corporações teriam falhado em lhes oferecer oportunidades de trabalho que garantissem estabilidade e flexibilidade. Por esta razão, o empreendedorismo se tornaria uma alternativa para que pudessem ter controle sobre o seu tempo, seu futuro e destino profissional. Tonelli e Betiol (1991) acrescentam que o negócio próprio constitui uma solução para os dilemas e conflitos relativos ao acúmulo de tarefas dentro e fora do trabalho. As autoras vêm como uma ajuda à família e à permanência da mulher no lar os incentivos e subsídios à criação de

pequenas empresas. Acrescentam ainda que o trabalho fora de casa, apesar de associado à nova concepção de realização da mulher, desencadeia em angústias para as trabalhadoras, uma vez que implica em certo abandono das tarefas do lar.

Buttner e Moore (1997) sugerem que as carreiras das mulheres não podem ser bem compreendidas se forem levados em conta os padrões dos homens. Espera-se dos homens que direcionem sua energia para a carreira durante os anos de trabalho, enquanto das mulheres é esperado que assumam maior responsabilidade pelos cuidados com a família, assim como com o trabalho. A administração destas responsabilidades é uma questão que preocupa a maioria das mulheres que trabalham. Apesar de haver um crescente reconhecimento das responsabilidades dos pais e maridos na manutenção da vida doméstica, as mulheres ainda assumem uma parte desproporcionalmente maior dessas responsabilidades. (QUENTAL & WETZEL, 2002)

Segundo Carr (1996), ter seu próprio negócio, assim como trabalhar meio expediente ou em casa, são estratégias de trabalho flexível adotadas por mulheres para melhor conciliar as demandas da família e do emprego remunerado. Assim, uma teoria de empreendedorismo que se aplique a mulheres precisa incorporar características familiares, incluindo estado civil e idade das crianças. Tais características familiares representam tanto motivações como restrições nas decisões profissionais das mulheres.

Deste modo, como apontado na introdução deste trabalho, mesmo no caso das mulheres que entram no mundo empreendedor devido à identificação de uma oportunidade e em busca de realização pessoal, e não apenas por necessidade, um dos principais motivos apontados na literatura que as levam a buscar o auto-emprego é a flexibilidade de horários que este tipo de trabalho proporciona. Com isto, as empreendedoras passam a ter liberdade de organizar o seu dia-a-dia, mas acabam tendo que trabalhar muito mais. O fato de ter investido recursos em uma empresa que é de sua inteira responsabilidade acaba por acarretar em preocupações que por vezes aumenta o nível de estresse destas mulheres. Trabalhar mais implica ainda em abrir mão das férias, do lazer e do convívio social e familiar.

Machado (1999) apresenta características do modo peculiar de gerenciamento das mulheres empreendedoras, as quais procuram traçar objetivos culturais e sociais nas organizações que dirigem, escolhendo objetivos relacionados à segurança no trabalho, satisfação dos clientes e dos empregados, além dos objetivos financeiros. Ao longo do trabalho a autora destaca alguns fatores que influenciam as características gerenciais destas mulheres, tais como a forma predominante do processo de tomada de decisão em organizações dirigidas por mulheres, que tem sido a participativa, predominando a valorização do indivíduo. Referente ao estilo estratégico, algumas escolhas têm se mostrado comuns em organizações dirigidas por mulheres, como a preocupação com a qualidade dos serviços. Percebe-se aqui que as mulheres têm contribuindo para a inovação dos modos de organização do trabalho.

No que diz respeito à liderança feminina em uma pequena empresa e o tamanho da mesma, nota-se que elas procuram manter um lento crescimento de sua organização, visando preservar sua qualidade de vida, manter um contato mais próximo com empregados e clientes e, principalmente, estar à frente das operações - o que lhes dá prazer (LINDO et al. 2004). Por outro lado, existem evidências de que as mulheres encontram dificuldades para promoverem o crescimento de suas empresas. Um dos possíveis fatores seria a desvantagem em relação ao crédito bancário, quando comparadas aos homens (GEM, 2010). Outro aspecto mencionado por Natividade (2009) é o reduzido capital inicial, bastante inferior ao dos homens. Considerando-se estas dificuldades de acesso a capital de terceiros, especificamente financiamentos bancários, verifica-se que o desempenho financeiro tem se apresentado como

uma característica positiva no desempenho das empreendedoras (HIRISCH, BRUSH e GOOD, 1997).

É importante salientar, contudo, que apesar do empreendedorismo ter se tornado recorrente mote de estudos, a forma como essas pesquisas tem sido realizadas e os arcabouços teóricos utilizados tem reforçado estereótipos, como afirmam Gomes et al. (2009). No levantamento bibliográfico sobre o empreendedorismo feminino efetuado pelos autores concluiu-se que, de um modo geral, a produção acadêmica nacional e internacional compreende gênero como uma diferenciação do caráter biológico e que a produção acadêmica no campo da Administração limita-se a identificar atributos “às mulheres como se fossem inerentes ao sexo feminino, como se fossem parte da sua essência” (p. 14). Os autores destacam, assim, que aos trabalhos falta um olhar mais crítico que aprofunde nas análises e que não redundem em criar estereótipos.

4. Metodologia

A partir do levantamento bibliográfico realizado, observou-se a necessidade de um estudo em profundidade das motivações elencadas na introdução, principalmente no que se refere ao empreendedorismo como uma opção para as mulheres que enfrentam limitações de ascensão dentro das organizações ou dificuldades de conjugar suas diversas responsabilidades. Com o objetivo de alcançar esta profundidade e compreender as especificidades das motivações de mulheres empreendedoras ou executivas, optou-se por uma pesquisa qualitativa. De acordo com Chizzotti (1991), a pesquisa qualitativa permite compreender a essência do fenômeno estudado, através do tratamento e da interpretação dos dados num contexto de relações dinâmicas.

Como método de coleta de dados foi utilizada a entrevista semi-estruturada, a qual permite ao pesquisador compreender o universo cultural dos sujeitos de pesquisa (THIOLLENT, 1987). As entrevistas, baseadas em um roteiro de apoio, foram realizadas com 64 mulheres empreendedoras ou em cargos gerenciais e de direção em organizações sediadas em 7 capitais brasileiras. Esta amostra foi constituída por um processo não probabilístico, a partir da aceitação dos sujeitos de participarem da pesquisa. Deste modo, o número de entrevistas não foi pré-definido e o encerramento da coleta de dados ocorreu com base no julgamento dos pesquisadores em relação à redundância das questões levantadas.

Para análise das narrativas coletadas foi utilizada a técnica de Análise do Discurso (AD). Como propõe Maingueneau (2000, p. 13), a AD é “a disciplina que, em vez de proceder a uma análise linguística do texto em si ou a uma análise sociológica ou psicológica de seu ‘contexto’, visa articular sua enunciação sobre um certo lugar social”.

Com base no conceito de polifonia de Bakhtin (1979), Godoi e Mattos (2006: p. 320) colocam ainda que durante a entrevista semi-estruturada “os entrevistados saberão ou tentarão se reinventar como personagens – não personagens sem autor, mas personagens cujo autor coletivo são as experiências culturais, cotidianas, os discursos que atravessam e ressoam, em suas vozes”. Outro ponto importante é que na entrevista, como em todo texto oral, as respostas, ou os temas tratados, não se apresentam de forma ordenada, surgindo às vezes “no começo, no meio ou no fim da entrevista, ou pode até ocorrer que, dada a sua natureza, fique nas entrelinhas” (MATTOS, 2006: p. 362).

Deste modo, a AD permite que se vá além do manifesto, considerando a possibilidade de que “nem sempre o que as pessoas dizem é o que elas sentem e vivem” (GODOI, 2006: p. 384). O que permite que se vá além do que é dito e se trabalhe a ideologia que está por trás

das falas. Para Carrieri (2001), os discursos estão ligados a uma forma de se enxergar o mundo, a uma ideologia que diz como os indivíduos devem agir. Por sua vez, Fiorin (2003) coloca que ao se camuflar como uma individualidade, o discurso na realidade reflete o que é aceito ou excluído pelo social.

Em termos de análise, foram utilizadas as quatro estratégias de persuasão sugeridas por Faria e Linhares (1993). São elas: i) a construção de personagens no discurso e sua relação com as personagens reais; ii) a seleção lexical, ou seja, a escolha dos vocábulos utilizados no discurso; iii) as relações entre os conteúdos explícitos e implícitos; e iv) o silenciamento de temas, pois ao se dizer algo nega-se a possibilidade do que não é dito.

A seguir é apresentada a análise das entrevistas centrada no percurso semântico (FARIA e LINHARES, 1993) sobre carreira e empreendedorismo feminino. Buscou-se dar voz as mulheres entrevistadas, porém, devido às limitações de espaço, foram selecionados alguns trechos que servem de exemplo aos temas levantados.

5. Dificuldades de ascensão na carreira e empreendedorismo feminino

A partir da possibilidade de localizar o empreendedor também dentro da empresa, seguindo a tendência recente do campo, optou-se por incluir entrevistas com mulheres que ocupam cargos gerenciais e de direção. Esta escolha enriqueceu a amostra e a diversidade dos relatos, e, mais importante, possibilitou uma visão completa do fenômeno “teto-de-vidro” e das barreiras culturais que impedem as mulheres de ocuparem cargos mais altos nas organizações ou de desenvolverem seus próprios negócios (OIT, 2003; TANURE, CARVALHO NETO e ANDRADE, 2007).

A dificuldade de ascensão na carreira, apontada como um dos motivos para o empreendedorismo feminino, como visto anteriormente, é explicitada em diversos relatos, tanto de mulheres que se propõem a enfrentar as barreiras colocadas, quanto por aquelas que optaram em abrir negócios próprios. Tem-se um exemplo no trecho abaixo:

Não, eu participei de situações onde o José e a Maria competiam de igual pra igual e o José foi escolhido porque era homem. Mas foi escolhido por outros homens. [...] a história de que mulher é inferiorizada no trabalho ainda vale. [...] A mulher tem que rebolar demais pra conseguir ganhar o espaço dela. Em cargos médios, pequenos ou médios, eu acho que isso é bem menor, não consigo ver como um fator gritante, agora, altas executivas, eu acho que a cobrança é maior. E as oportunidades talvez acabam sendo menores em função disso. (E23)

Fica explícito neste trecho que uma das dificuldades de ascensão na carreira é o que Merrick (2002) destacou em seu estudo, a tendência de homens contratarem e promoverem indivíduos do mesmo gênero. Este corporativismo é tratado também em outros relatos.

A maior parte desses cargos é ocupada por homens e é uma tendência meio de corporativismo. Mas assim, eu nunca senti isso assim na pele, o fato de ser mulher não teve nenhuma influência também porque eu não me deixei tolher no que eu quis em razão disso. Porque se a pessoa fica um pouco tímida, aí tende a deixar que isso tenha uma influência forte [...] (E11)

A entrevistada reconhece a existência do corporativismo masculino, mas atribui sua efetividade a uma atitude da mulher, que fica tímida e permite que isto seja um fator relevante, sendo necessário não se deixar tolher. Este enfrentamento aparece em quase todos os relatos, outros trechos neste sentido são apresentados mais adiante. As barreiras culturais também são tratadas de forma explícita, como abaixo.

Na empresa que eu trabalhava antes o gestor era um homem. Um homem, como eu falei, de uma cultura europeia, bastante machista. Então eu percebi sim. Em algumas funções eu deixei de ser promovida pelo fato de ser a técnica e de ser mulher. (E38)

Aqui, atribui-se o machismo ao fato do gestor ser de origem europeia. Já no trecho seguinte, surge a dúvida entre a naturalização da superioridade do homem ou sua atribuição a um aspecto cultural.

Que a gente tem que estar o tempo toda mostrando a nossa capacidade. O homem não, o homem já é nato, não sei se é nato, é cultural que o homem galgue, que o homem vença, que o homem chegue lá num estado, numa posição hierárquica bem maior. E isso vem de, é história, não sei de quantos anos, não vou saber te precisar, acho que desde que o mundo é mundo. O homem está sempre em melhores posições, então a nossa facção da mulher enquanto líder ela é muito recente [inaudível] 10 (dez) anos que está aparecendo mais, talvez nem isso, talvez menos. Então, assim, a gente tem que tentar mostrar o tempo todo que a gente é capaz e a tendência é a gente ir assimilando postura, assimilando trejeitos, assimilando alguns detalhes masculinos para nos posicionar, acho que acaba sendo um pouco isso. Porque se não vai por bem vai por mal, você tem que mostrar que você é boa e você é boa. (E8)

Retoma-se no trecho acima o tema do enfrentamento à dominação masculina. A entrevistada argumenta que nos últimos 10 anos vêm ocorrendo melhoras, mas que a mulher ainda tem que provar constantemente sua capacidade, e, em alguns casos, assimilar traços masculinos para ser aceita. Esta masculinização da mulher manifesta-se em outros relatos e remete às constatações de Merrick (2002), Bruschini e Puppini (2004) e Silveira (2009).

A necessidade de se afirmar e re-afirmar dentro do mundo dos negócios, tipicamente masculino, leva ainda a cobrança de um desempenho acima da média por parte das mulheres, como colocado por Belle (1993), Bruschini e Puppini (2004) e Ferreira (2007), que mostra como esta cobrança ocorre com todo indivíduo pertencente a um grupo minoritário.

Olha, eu acho que em muitos momentos eu precisei trabalhar muito mais do que outras pessoas, para poder ser reconhecida, para poder ser vista. Talvez, se eu fosse homem, eu não precisasse disso. Então, assim, trabalhar muito mais, dedicar muito mais, ter muito mais cuidado com as outras pessoas, ter cuidado com a minha própria postura, com meu jeito de vestir, com o jeito de me relacionar com homens e mulheres, de não ter tantas amizades femininas [...] (E180)

A necessidade de cuidados com a postura, com a vestimenta e os relacionamentos, colocados no trecho acima, remetem novamente a questão da masculinização e também a outros temas recorrentes nas narrativas, como a questão da emotividade como traço feminino que deve ser controlado no ambiente de trabalho e o problema da sedução, ligado ao corpo da mulher. Por motivo de espaço o presente trabalho não se aprofunda nestas questões.

Outro ponto recorrente na literatura e explicitado pelas entrevistadas é a questão das diferenças salariais (OIT, 2008; OLIVEIRA, OLIVEIRA e DALFIOR, 2000; BRUSCHINI, 1994; VILAS BOAS, PAULA NETO; CRAMER, 2003; entre outros).

A gente já tem o salário menor que o dele [...] E muitas vezes eles fazem muito pior que a gente e é mais bem remunerado que a gente. (E182)

Como colocado, muitas das entrevistadas percebem estes obstáculos como mais um desafio a ser enfrentado, para que elas possam conquistar seu espaço no mundo dos negócios.

Então, é um desafio, porque eu acho que a gente tem que fazer muito bem o nosso trabalho e na perspectiva de que alguém sempre pode estar talvez duvidando da sua competência, porque ainda vivemos numa sociedade machista, enfim que valoriza muito mais o homem, se a gente for considerar... eu acho que ainda existe muito... não é minha realidade hoje, mas a gente sabe de histórias, enfim, vê outras empresas. Então, a gente sabe que a sociedade ainda é bastante machista. É um desafio, e acho que é um outro desafio também no sentido de que a gente... eu não sou mãe, mas a gente sabe de pessoas que estão numa mesma posição que eu, enfim, ou até em posições maiores dentro da empresa e que saíram daqui, teve que cuidar dos filhos e tem que dar assistência pra família. E esse papel da mulher ainda é e vai continuar sempre sendo, pelo menos por um bom... bom espaço de tempo (E24)

No trecho acima é explicitado outro obstáculo: a maternidade. Característica importante da representação social da “verdadeira mulher” (SWAIN, 2001), que remete a um discurso fundador (ORLANDI, 1993) que valoriza a boa mãe, esposa, amante, trabalhadora, executiva, empreendedora. A maternidade acarreta também em preconceitos, como tratado mais adiante, e no acúmulo de tarefas. Estas questões também são apontadas como uma motivação para o empreendedorismo feminino, como visto anteriormente.

Eu tento desdobrar meu tempo entre a demanda do trabalho e a demanda de administradora do lar e mãe, que não é uma tarefa fácil, realmente não é. Não sei, ouvi alguns comentários nos últimos anos, tem muitas mulheres executivas que se arrependem dessa coisa de independência, da gente querer assumir tudo. A gente ficou com a carga toda às costas, isso é fato. Hoje a gente responde por tudo e eu acho que não tem como fazer tudo cem por cento. Mas a gente tenta fazer da melhor maneira possível. (E38)

Na narrativa vê-se que algumas mulheres chegam a se arrepender de sua busca pela independência, a qual impede que elas cumpram seu papel, socialmente colocado, de mãe e responsável pela manutenção do lar. Neste sentido, o empreendedorismo apresenta-se como uma solução, pois permitiria uma maior flexibilidade de horários e rotina, como apontado por Tonelli e Betiol (1991).

A empresa estava numa fase bem saudável financeiramente e achei que fosse uma coisa muito interessante do ponto de vista de negócios e também da minha vida pessoal. Porque eu tive um filho e hoje ele já está com três anos. Então, além de eu gostar de ter um negócio próprio, de querer ter isso, eu sabia que um negócio próprio me dá uma maior flexibilidade de horário e eu ia poder também me dedicar à vida em casa. Coisa que antes eu não conseguia fazer. Trabalhando numa empresa onde eu tinha hora pra entrar, que era às 8 da manhã, eu tinha que estar lá, eu estava em reuniões, e saía 7 da noite, 8, 9, 10 às vezes. Às vezes acontecia de terminar a reunião 20 pra 1 da manhã. Isso já aconteceu. Então, eu sabia que esse não era um estilo de vida que eu ia conseguir ter com filho. (E25)

Por outro lado, diversas entrevistadas colocam sua opção pela carreira, seja adiando a maternidade ou mesmo priorizando o trabalho em detrimento da família.

Eu acho que tudo tem um sacrifício na vida. Então, eu acho que está perdendo isso agora para ganhar no futuro. Então, igual eu coloquei, já coloquei em segundo plano, de novo, a intenção de ser mãe. Porque esse ano já não vai se concretizar de novo. (E41)

Então, era assim que eu me organizava. E, assim, eu nunca tive essa coisa da culpa, assim, sabe? Claro que às vezes “ah, que que eu faço, vou pra casa?” e tal. Mas pra mim o trabalho era inquestionável. Eu nunca pensei, em momento nenhum da minha vida, largar por causa do filho. Eu organizava os filhos, mas o trabalho não tinha discussão. (E26)

Mas isto não ocorre sem culpas e conflitos para a maioria das entrevistadas.

E por mais que a mulher queira também focar no lado trabalho, a gente não consegue esquecer a casa. E eu digo a casa e a família. Então, às vezes, a gente até se questiona se está sendo boa. Eu. Digo eu. Eu e mais algumas amigas também que eu converso muito e a gente acaba se questionando. Se a gente está sendo boa do outro lado também. [...] Às vezes a gente se cobra: Será que eu estou brincando tempo suficiente com meu filho? (E25)

Porque quando eu pego o carro e saio desse portão aí vem toda a culpa de mãe: ai, meu Deus, como eu estou saindo daqui a essa hora, meus filhinhos. Aí já me transporto para outra realidade, que é a realidade de mãe. Aí também me incomoda às vezes até como executiva quando quero me dedicar a esse momento mãe. Aqui eu não quero ser mãe e lá eu não quero ser executiva. (E13)

Este conflito entre os papéis assumidos pelas mulheres, apontado também por Amaral e Vieira (2009), é colocado como algo que prejudica seu desempenho no trabalho e o crescimento na carreira ou do negócio próprio (BRUSCHINI e PUPPIN, 2004).

Como visto, a dificuldade de ascensão na carreira é outra motivação destacada na

literatura sobre empreendedorismo feminino.

A minha tendência de agora para frente é ter meu negócio, não necessariamente em recursos humanos, mas com certeza vai ser com pessoas [...] mas difícil é ser mulher. (E3)

Diante dos obstáculos enfrentados dentro das organizações, coloca-se o empreendedorismo como uma possibilidade, mas isto não significa que outras barreiras não terão que ser enfrentadas.

As pessoas nos recebiam assim: “ah, coitadinha...” [risos] E eu na época lancei uma ração para gatos, uma novidade no mercado brasileiro. Ela tinha um diferencial, fazia uma prevenção contra o problema urinário. E era uma ferramenta muito interessante, porque as pessoas ficavam curiosas, porque era uma novidade. Um produto realmente inovador e foi a ferramenta que eu usei para provar que eu não era a coitadinha. Eu queria fazer um bom trabalho, então, foi um desafio [...] (E38)

Deste modo, a necessidade de lutar por seu espaço, seja dentro de uma organização ou a frente de seu próprio negócio, é um dos temas mais presentes nos relatos.

A mulher tem que conquistar e brigar por seus espaço todos os dias. Existem homens que colocam suas condições e pronto: “Eu tenho isso para te oferecer, dá para você? Senão estou indo embora, tenho outra oportunidade”. Eu vejo isso de forma muito clara. (E3)

Mas eu acho que é isso aí: que a mulher é uma batalhadora realmente, e é com todas que a gente fala. (E22)

Destaca-se também, como sugerido no trecho acima, que esta luta por espaço e reconhecimento é percebida como um desafio a mais que a mulher tem que enfrentar no mundo dos negócios.

A cada vitória é um prazer [risos]. É um prazer, a cada vitória, a cada projeto concluído com sucesso, é um prazer. [...] Pra um homem ser bem sucedido profissionalmente é o esperado, ele não está fazendo mais que a obrigação, culturalmente falando. A mulher é uma superação [...] (E23)

Eu não sei, eu me sinto reconhecida, assim. Claro, eventualmente tem alguns tropeços, algumas coisas. Então, de tempos em tempos a gente tem alguma coisa, complica assim a sua vida, mas, do contrário, eu acho que eu sou reconhecida, gosto, curto. Não gostaria de ser homem, acho que faço um monte de coisa ao mesmo tempo e... e me sinto orgulhosa, porque é muita coisa. Aí quando você vê, é mulher, mãe, trabalho, tudo. Empreendedora também, então... ah, é legal assim, legal ver as conquistas, então eu curto assim [...] (E18)

Percebe-se a criação de uma personagem masculina que se opõe à mulher. Porém, percebe-se em diversas narrativas que não são os homens os únicos opressores, pois o machismo e a dominação masculina são reproduzidos e reforçados por diversas entrevistadas e por outras mulheres, como mostram os trechos abaixo.

A dona da empresa, ela fala que mulher só dá custo porque ela vai ficar grávida e aí tem que pagar 4 meses da licença, então que tem que contratar mais homens. (E57)

E muitas vezes eu vejo a mulher usar da maternidade porque não quer trabalhar, não quer, não sei o que, porque está com preguiça de fazer uma coisa e usa a desculpa da gravidez, é da barriga. Então, eu vejo isso do gênero feminino, ocorrer muito isso. (E13)

Mas os preconceitos não se reduzem à questão da maternidade, no próprio questionamento de sua busca por uma carreira e em seu sentimento de culpa por negligenciar seu papel de mãe e administradora do lar, como colocado em trecho anterior, pode-se perceber estes preconceitos. O trecho abaixo também mostra isto.

Por exemplo, hoje de manhã minha filha chegou para mim: “mamãe, papai vai trabalhar, você vai ficar comigo, mamãe?” Eu falei não, mamãe vai trabalhar. Então, essas coisas, uma filha de três anos falar isso com você. Eu queria me dedicar mais a ela. [...] Tem coisas que a gente tem que abrir mão. Então, eu não sei até que ponto que vale essa questão da carreira feminina.

Porque a mulher, ela não tem só que cuidar do trabalho. O homem, sim, cuida do trabalho, a mulher não. (E62)

Então eu acho que é um desafio por essas coisas e aí tem várias mulheres que lá pelas tantas preferem: “olha o espaço que eu estou dentro da empresa, eu não preciso mais do que isso, porque se eu for crescer, se eu for me tornar uma diretora, por exemplo, eu vou ter que dar muita atenção e... e não vai dar”. Então, algumas mulheres optam por não crescer tanto em suas carreiras para poder continuar dando essa outra atenção para família e os filhos. Então, são escolhas, *mas são escolhas que fazem parte do nosso papel* e que no homem não existe empecilhos, não existe. (E24)

No trecho acima se destaca o período: “mas são escolhas que fazem parte do nosso papel”. Assim, a entrevistada reforça a personagem da “verdadeira mulher” e ao mesmo tempo o do “verdadeiro homem”, que deve cuidar do trabalho, como colocado também no trecho anterior. Pode-se vislumbrar aqui um motivo para o menor crescimento dos empreendimentos femininos, tão destacado na literatura, como visto anteriormente.

Como colocado, a dominação masculina está longe de ser superada, e uma das razões disto é que a própria mulher a reproduz e reforça.

Porque são machistas. Inclusive eu, somos extremamente machistas, extremamente severos conosco, exigente demais. (E8)

Concluimos com um trecho, que parece resumir alguns das ideias colocadas.

Eu estou chegando à conclusão de uma coisa. Que o fato de ser mulher, eu acho que as pessoas olham e acham: bem, já que a mulher quis estar, ter esse patamar de igualdade, eu acho que o fato de ser mulher traz uma cobrança maior, a gente tem que fazer certo sempre. O homem não tem essa cobrança tão grande. Então, eu acho que o fato é que nós lutamos tanto pra deixar de ser o sexo frágil, e hoje nós temos que ser o sexo mais forte do que esses homens. Como diz o *e-mail* que rola na internet, a gente faz tudo o que o homem faz e ainda tem que fazer de salto alto. Então, eu acho que o fato de ser mulher exige uma qualidade maior. A mulher é delicada, a mulher é isso, a mulher é aquilo. E, por conta disso, o resultado tem que ser sempre positivo. (E381)

6. Considerações finais

A maior parte dos estudos sobre empreendedorismo feminino está voltada para a abertura de negócios por mulheres e em muitos países têm servido de apoio para a implementação de políticas públicas, que visam estimular este importante setor econômico. Detectando este uso do termo em outros campos, Dornellas (2008) aponta que este tem sido usado de forma equivocada como sinônimo de abertura de empresas. Baseados na proposta de destruição criadora de Schumpeter (1982), Hisrich e Peters (2004) defendem que o empreendedor deve ter a inovação como preocupação central, promovendo mudanças nas organizações e na sociedade como um todo. Este papel renovador parece ser ainda mais importante quando se trata de empreendedoras.

Como visto nos trechos selecionados e na literatura revisada, a mulher ainda se encontra na posição secundária de um “outro” na sociedade (BEAUVOIR, 2009), apesar das inquestionáveis conquistas recentes. O enfrentamento da dominação masculina, colocado muitas vezes pelas entrevistadas como um desafio a mais a ser vencido, pode ser entendido como parte deste papel renovador das mulheres empreendedoras, talvez a mais importante de suas conquistas. Criar novas formas de produção e organização do trabalho é um dos meios para o desenvolvimento econômico, como proposto por Schumpeter (1982), e também social, pois, ao lutarem por seu espaço dentro das organizações e no mercado como executivas e empresárias, as mulheres lutam também pelo seu espaço na sociedade.

A recorrência dos vocábulos “desafio”, “luta”, “conquista”, e similares, ligados diretamente ao perfil empreendedor, demonstra que as mulheres entrevistadas, apesar de “alguns tropeços” (E18), exercem este papel renovador ao tentarem desconstruir (ou destruir) a personagem da “verdadeira mulher” e criar suas próprias personagens, batalhadoras, capazes de dar conta de tudo e de vencer os desafios que se propõem e as barreiras colocadas pela sociedade. Seja por meio da abertura de um negócio próprio ou dentro de uma organização, os relatos demonstram que é esta luta contra a dominação masculina, reproduzida e reforçada por muitas mulheres, o maior empreendimento das mulheres entrevistadas; luta que tem mostrado resultados nos últimos anos, mas que ainda está longe de ser vencida.

O crescimento do número de estudos sobre empreendedorismo feminino e sobre outras questões relacionadas ao gênero e trabalho têm contribuído para uma melhor compreensão deste fenômeno, que tem sua importância reconhecida por um número cada vez maior de governos e entidades civis. A criação de órgãos e políticas públicas voltados especificamente para o tema demonstra isto. Por outro lado, poucas pesquisas têm se voltado para uma compreensão mais profunda das especificidades do empreendedorismo feminino, como a questão das barreiras à ascensão profissional e ao empreendedorismo forçado, de mulheres que não possuem outra alternativa do que montar um negócio individual em setores marginalizados da economia. Espera-se que o presente trabalho tenha levantado alguns pontos pertinentes com relação à primeira questão, e sugere-se estudos futuros voltados especificamente para a segunda, que não veio a tona nas narrativas coletadas.

A localização das empreendedoras também dentro das organizações, conforme sugerido pela literatura do campo, possibilitou uma visão diferente do fenômeno e uma melhor compreensão dos temas ligados à ascensão profissional e ao equilíbrio entre trabalho e família. Por outro lado, esta escolha pode ter impossibilitado tratar a necessidade como motivação para o empreendedorismo, o que abre espaço para uma nova pesquisa voltada para este grupo específico de empreendedoras, conforme sugerido acima. Outras questões levantadas na revisão e que surgiram em algumas das narrativas não foram exploradas aqui devido às limitações de espaço, como a oposição emotividade feminina e racionalidade masculina, e os temas ligados ao corpo da mulher e à sedução no ambiente de trabalho.

7. Referências bibliográficas

- ALLEN, S.; TRUMAN, C. (Eds.) *Women in Business: perspectives on women entrepreneurs*. London: Routledge, 1993.
- AMARAL, G. A.; VIEIRA, A. A. *Mulher e a Tripla Jornada de Trabalho: a arte de ser beija-flor*. *Anais...* São Paulo: ENANPAD, 2009.
- ARRIAGADA, I. *Dimensiones de la Pobreza y Políticas Desde una Perspectiva de Género*. *Anais...* Santiago: X Congreso Internacional Del CLAD, 2005.
- BAKHTIN, M. M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1979.
- BAUMOL, W. *Formal Entrepreneurship Theory Economics: existence and bounds*. *Journal of Business Venturing*. Vol. 8, No. 3: 197-210, 1993.
- BEAUVOIR, S. de. *O Segundo Sexo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BELLE, F. *Executivas: quais as diferenças na diferença?* In: CHANLAT, Jean- François (coord.). *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. São Paulo: Atlas, 1993.
- BOURDIEU, P. *A Dominação Masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

- BRAVERMAN, H. *Trabalho e Capital Monopolista: a degradação do trabalho no século XX*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1987.
- BRUSCHINI, C. Trabalho Feminino: trajetória de um tema, perspectivas para o futuro. *CIEC - Estudos Feministas*. Ano 2, No.1: 17-32, 1994.
- BRUSCHINI, C.; PUPPIN, A. B. Trabalho das Mulheres Executivas no Brasil no Final do Século XX. *Cadernos de Pesquisa*. Vol. 34, No. 121: 105-138, 2004.
- BUTTNER, H.; MOORE, D. Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*. Vol. 35, No. 1: 34-46, 1997.
- CARR, D. Two Paths to Self-employment? Women's and Men's Self-employment in the United States, 1980. *Work and Occupations*. Vol. 23, No. 1: 26-53, 1996.
- CARRIERI, A. P. *O Fim do "Mundo Telemig": a transformação das significações culturais em uma empresa de telecomunicações*. Tese de Doutorado em Administração - UFMG, Belo Horizonte, 2001.
- CHIZZOTTI, A. *Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais*. São Paulo: Cortez, 1991.
- CROMIE, S.; HAYES, H. Towards a Typology of Female Entrepreneurs. *The Sociological Review*. Vol. 6, No. 1: 87-113, 1988.
- DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores, 1999.
- DORNELLAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1986.
- FARIA, A. A. M. de; LINHARES, P. T. F. S. O Preço da Passagem no Discurso de uma Empresa de Ônibus. *Cadernos de Pesquisa*. Vol. 10: 32- 38, 1993.
- FERREIRA, R. C. *O Gay no Ambiente de Trabalho: análise dos efeitos de ser gay nas organizações contemporâneas*. 2007. Dissertação de Mestrado em Administração de Empresas – UnB, Brasília, 2007.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*. Vol. 34, No. 2: 5-28, 1999.
- FILION, L. J. O Planejamento do seu Sistema de Aprendizagem Empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *RAE*. Vol. 31, No. 3: 63-71, 1991.
- FIORIN, J. L. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 2003.
- GARTNER, W. B. "Who is an Entrepreneur?" Is The Wrong Question. *American Journal of Small Business*. Vol. 12, No. 4: 11-32, 1988.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). *Empreendedorismo no Brasil: 2009*. Curitiba: IBQP, 2010.
- GIMENEZ, F; MACHADO, H.; BIAZIN, C. A Mulher Empreendedora: um estudo de caso no setor de confecções. *Balas Proceedings*. Vol. 1: 311-322, 1998.
- GODOI, C. K. Perspectivas de Análise do Discurso nos Estudos Organizacionais. In: GODOI, C. K., BANDEIRA-DE-MELLO, R. E SILVA, A. B. (2006).
- GODOI, C. K., BANDEIRA-DE-MELLO, R. E SILVA, A. B. (orgs.) *Pesquisa Qualitativa em*

- Estudos Organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo: Saraiva, 2006.
- GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. Entrevista Qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K., BANDEIRA-DE-MELLO, R. E SILVA, A. B. (2006).
- GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P. Empreendedorismo Feminino: o estado-da-arte. *Anais...* São Paulo: ENANPAD, 2009.
- GRINSTEIN, A.; GOLDMAN, A. Characterizing the Technology Firm: an exploratory study. *Research Policy*. Vol. 35: 121-143, 2006.
- HIRATA, H. Nova Divisão Sexual do Trabalho? um olhar voltado para a empresa e a sociedade. São Paulo: Boitempo, 2002.
- HISRICH, R. D.; BRUSH, C. G.; GOOD, D.; DEZOUZA, G. Performance in Entrepreneurial Ventures: does gender matter? Babson College, 1997.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Establishing a New Business Venture Unit Within a Firm. *Journal of Business Venturing*. Vol. 1, No. 3: 307-322, 1986.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- KIRKWOOD, J.; TOOTELL, B. Is Entrepreneurship the Answer to Achieving Work-Family Balance? *Journal of Management & Organization*. Vol. 14, No. 3: 285-302, 2008.
- KIRZNER, I. M. Competition and Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago, 1973.
- LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. Conflito Vida Pessoal vs. Vida Profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. *Anais...* ANPAD, 2004.
- LOPEZ-CLAROS, A.; ZAHIDI, M. Empoderamento das Mulheres: avaliação das disparidades globais de gênero. *Anais...* UNIFEM, 2005.
- MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. *Anais ANPAD*, 1999.
- MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. *ERA-eletrônica*. Vol. 2, No. 2, 2003.
- MAINGUENEAU, D. Termos-chave da Análise do Discurso. Belo Horizonte: UFMG, 2000.
- MATTOS, P. L. Análise de Entrevistas não Estruturadas: da formalização à pragmática da linguagem. In: GODOI, C. K., BANDEIRA-DE-MELLO, R. E SILVA, A. B. (2006).
- McCLELLAND, D. The Achieving Society. New York: VanNostrand, 1961.
- MERRICK, B. G. The Ethics of Hiring in the New Workplace: men and women managers face changing stereotypes discover correlative patterns for success. *Competitiveness Review*. Vol. 12, No. 1: 94-114, 2002.
- MINER, J. B. The 4 Routes to Entrepreneurial Success. San Francisco: Berrett-Koehler, 1996.
- NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo Feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *RAP*. Vol. 43, No. 1: 231-256, 2009.
- O'SHEA, R. P.; CHUGH, H. E.; ALLEN, T. J. Determinants and Consequences of University Spinoff Activity. *Journal of Technology Transfer*. Vol. 33: 653-666. 2007.
- OIT (Organização Internacional do Trabalho). *Relatório Global sobre Discriminação no Trabalho e Desigualdades e Discriminação no Mercado de Trabalho Brasileiro*. Disponível em: <http://www.oitbrasil.org.br/info/downloadfile.php?fileId=133> (Acesso: 18/10/2008).

- OLIVEIRA, N.; OLIVEIRA, R.; DALFIOR, S. Gênero e Novas Perspectivas de Trabalho: um estudo junto a mulheres gerentes de atendimento no Banco do Brasil. *Anais...* Florianópolis: ENANPAD, 2000.
- ORLANDI, E. P. (Org.) Discurso Fundador. Campinas: Pontes, 1993.
- PENROSE, E. T. A Teoria do Crescimento da Firma. Campinas: Unicamp, 2006.
- QUENTAL, C.; WETZEL U. Equilíbrio Trabalho-Vida e Empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. *Anais...* ENANPAD, 2002.
- ROBERTS, E. *Entrepreneurs in High Technology: lessons from MIT and beyond*. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- ROBERTS, E. B.; MALONE, D. E. Policies and Structures for Spinning off New Companies from Research and Development Organizations. *R&D Management*. Vol. 26: 17-48, 1996.
- ROSA, A. R.; BRITO, M. J. Ensaio sobre Violência Simbólica nas Organizações. *Organização e Sociedade*. Vol. 16, No. 51: 629-646, 2009.
- SCHUMPETER, J. A. Teoria do Desenvolvimento Econômico, São Paulo: Abril, 1982.
- SHANE, S. *General Theory of Entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Northampton: Edward Elgar, 2003.
- SHANE, S.; ULRICH, K. Technological Innovation, Product Development, and Entrepreneurship. *Management Science*. Vol. 50, No. 2: 133-144, 2004.
- SILVEIRA, N. S. P. Entendendo a Experiência de Inclusão-Exclusão de Mulheres em Cargos de Alta Gerência. *Anais...* São Paulo: ENANPAD, 2009.
- SONG, M. et al. Success Factors in New Ventures: a meta-analysis. *The Journal of Product Innovation Management*. Vol. 25: 7-27, 2008.
- STEVENSON, H.; ROBERTS, M.; GROUSBECK, H. *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Homewood: Richard D. Irwin, 1985.
- SWAIN, T. N. Feminismo e Recortes do Tempo Presente: mulheres em revistas "femininas". *São Paulo em Perspectiva*. Vol. 15, No. 3: 67-81, 2001.
- TANURE, B.; CARVALHO NETO, A.; ANDRADE, J. O. Sucesso e (In) Felicidade do Executivo. São Paulo: Campus, 2007.
- THIOLLENT, M. J. M. Crítica Metodológica, Investigação Social e Enquete Operária. São Paulo: Polis, 1987.
- TIMMONS, J. A. *The Entrepreneurial Mind*. Andover: Brick House Publishing, 1989.
- TONELLI, M. J.; BETIOL, M. I. S. A Mulher Executiva e Suas Relações de Trabalho. *Revista de Administração de Empresas*. Vol. 31, No. 4: 17-33, 1991.
- VILAS BOAS, L. H. B.; PAULA NETO, A.; CRAMER, L. Relações de Gênero nas Organizações: um estudo no setor de vendas de veículos. *Revista de Administração*. Vol. 38, No. 3: 219-229, 2003.