

REFLEXÕES SOBRE AS CONDIÇÕES E MOTIVAÇÕES QUE LEVAM MULHERES AO EMPREENDEDORISMO¹

Ana Carolina Machado Fernandes

Universidade Federal Fluminense (UFF)/RJ

Palavras-chave: empreendedorismo; trajetórias de vida; mulheres

1. Introdução

O artigo apresenta reflexões sobre condições e motivações que levam mulheres ao empreendedorismo. Ter um negócio próprio, empreender, não é uma atividade nova; muitas pessoas, homens e mulheres, vem fazendo isso ao longo de muitos anos, décadas e até séculos. Mas essa atividade vem ganhando destaque, com o aparecimento de cursos, livros, capacitações e políticas públicas que estimulam essa prática ou mesmo a apresentam com discursos atrativos de sucesso e mesmo de glamour. As políticas implantadas a partir dos anos 80 baseadas na ideologia neoliberal (HARVEY, 2005; BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009) passaram a tratar o tema de um modo distinto, dando destaque e estimulando a prática empreendedora. As crises econômicas sucessivas e a alta do desemprego colocam os trabalhadores cada vez mais à mercê de trabalhos que eles possam fazer usando suas próprias posses, e que não necessitem de altos investimentos de capital para serem iniciados.

Os temas que envolvem a flexibilização da legislação trabalhista, diminuição de postos de trabalho, aumentos de jornada, redução das redes de segurança que amparam o trabalhador tem um alto impacto na vida daqueles que dependem de seus salários para sustentar a si e suas famílias. Mas ao observar esses impactos pelo viés de gênero as fragilidades são ainda mais preocupantes. Hirata (2015, p. 9) aborda a desigualdade na divisão do trabalho sexual entre homens e mulheres, destacando que elas, apesar de já ocuparem a posição de mais instruídas e diplomadas, ganham menos do que os homens, têm mais dificuldades em ser promovidas a cargos de liderança (que a autora chama de fenômeno do *glass ceiling*, teto de vidro), o desemprego feminino costuma ser maior do que o masculino na maioria dos países industrializados, elas são majoritárias no desemprego oculto pelo desalento, são atingidas pela informalidade nos laços empregatícios, e estão em desvantagem significativa também no quesito aposentadoria “em virtude da descontinuidade da vida profissional das mulheres e das modalidades de

¹ “Trabalho apresentado na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 28 de agosto a 03 de setembro de 2022.”

emprego, sobretudo em virtude do emprego em tempo parcial”. Além da responsabilização da mulher pelo cuidado com as crianças e outras pessoas da família, como maridos, pais, idosos e familiares com necessidades especiais. Hirata (2015, p.4) cita o termo criado por Fraser, “processos de subordinação mediados pelo mercado” para falar que não se pode pensar a divisão social e sexual do trabalho sem associá-la à repartição do saber e do poder entre os sexos na sociedade e na família. As responsabilidades delegadas as mulheres pela educação das crianças “estruturam mercados de trabalho que são desvantajosos para as mulheres resultando em um poder desigual no mercado econômico que, por sua vez, reforça e exacerba o poder desigual na família”.

Mas as mulheres também conseguiram conquistas consideráveis no âmbito do acesso à educação e na ocupação no mercado de trabalho. Biroli (2018, p.21) apresenta que comparativamente com os anos 70 e o início do século seguinte, o percentual das mulheres economicamente ativas aumentou de 18,5% para 55%. Mesmo com números em crescimento elas não deixaram de aparecer em situações de desvantagem em relação aos homens, sendo mais impactadas com a situação de desemprego e tendo menos vínculos empregatícios formais. Circunstâncias que foram ainda agravadas pela situação causada pela crise sanitária provocada pelo COVID-19 em 2020.

Dessa forma, muitas mulheres passaram a praticar o empreendedorismo como forma de obter ganhos para o seu sustento e da família. A partir de uma pesquisa que durou 4 anos do doutorado eu pude acompanhar e conversar com 13 mulheres que criaram seus próprios negócios. Durante esse campo busquei refletir sobre o que as levou a prática empreendedora, como executavam essa atividade, entre outras questões que abordo na tese “Empreendedorismo Feminino: a noção de empreendedorismo a partir de narrativas de mulheres”.

Nesse artigo pretendo apresentar parte dessa etnografia destacando a partir das narrativas dessas mulheres as motivações que pude identificar ao longo de entrevistas em profundidade, acompanhando os perfis delas na rede social Instagram e em trocas de mensagem pelo aplicativo Whatsapp. Para a compreensão do uso dessas plataformas é fundamental frisar que parte desse estudo e da escrita da tese aconteceu em meio ao isolamento social causado pela pandemia do Covid-19 iniciado no ano de 2020. Mas nesse trabalho aqui apresentado, as narrativas se referem ao início do empreendimento, portanto, ao período anterior a Pandemia.

O objetivo desse artigo é provocar discussão sobre o empreendedorismo feminino e mostrar esse tema visto pelo olhar da Antropologia, uma vez que é usualmente analisado por outras áreas como a Administração, a Economia, a Pedagogia e a Psicologia social.

2. O empreendedorismo feminino

Aston (2016) chama atenção em seu estudo sobre mulheres empreendedoras no século XIX do grande valor dado aos estudos históricos da classe trabalhadora formada por mulheres e seu impacto na economia familiar, mas em contrapartida, ressalta o pouco espaço dedicado para falar das mulheres que trabalhavam por conta própria (PRANDI, 1978), e atuando em negócios criados por elas. Inicialmente, a atividade empreendedora dos homens foi mais estudada do que a das mulheres, dando a impressão errônea, muitas vezes, que elas começaram a enveredar por essa área recentemente. O estudo de Aston (2016) provoca a reflexão sobre o papel das mulheres na Inglaterra ainda no século XIX relacionadas com o *entrepreneurship*, termo vindo do francês, traduzido aqui como empreendedorismo. A partir de registros escritos, documentais e fotográficos é possível reconhecer seus papéis como criadoras e líderes de negócios que as permitiu participar do cenário econômico, político e filantrópico da época. Um dos desafios encontrados em sua pesquisa foi encontrar fontes, registros que permitissem registrar como essas mulheres atuavam na época.

A autora usa o termo *businesswoman* (mulher de negócios, tradução minha), não sem antes questioná-lo, pois ele poderia designar outras atividades econômicas. E mesmo no século XIX, o termo poderia ser atribuído também a mulheres que exerciam funções de poder sobre outros trabalhadores, mas como funcionárias e não proprietárias de seus próprios negócios (ASTON, 2016, p.5). Ela então resgata a definição de Wendy Gamber (1998) que apresenta o termo mulheres de negócios como “mulheres empreendedoras, mulheres autônomas que dirigem suas próprias preocupações”² intercambiável com o termo feminino de proprietário de um negócio.

“Mulheres de negócios” no Brasil pode ter múltiplos significados, e costuma designar além de empreendedoras (DE SOUZA, 2020), também mulheres executivas, aquelas que ocupam altos postos de comando, ou mulheres proprietárias de grandes empresas. O que não acredito ser adequado para as mulheres observadas no campo que

² No original: “businesswoman ‘is a term to describe female entrepreneurs, self-employed women who ran their own concerns’ and is considered as interchangeable with the term female business owner.” (GAMBER, 1998)

realizei. O crédito do termo empreendedor é dado a Jean-Baptiste Say (BARBOSA, 2016, FILLION, 2000), mas foi Cantillon (AHL, 2002) quem descreveu as atividades relacionadas ao empreendedor pela primeira vez, como alguém que se envolve em trocas por lucro e exerce negócios em face a incertezas.

Considerando esse pequeno histórico do termo e possível variedade de significado, nessa pesquisa utilizo o termo empreendedoras, na definição próxima de Gamber (1998) citado acima, no sentido de mulheres que criaram e gerem seus próprios empreendimentos, sem considerar o tamanho desses negócios. Entendendo que esses termos empreendedorismo, empreendedor/a, empreendimentos, assumiram uma posição de destaque desde que a ideologia neoliberal os colocou em evidência como forma de estimular que os trabalhadores se tornem autônomos e responsáveis eles mesmos por seu cuidado, segurança e bem-estar. Relaciono esse termo “empreendedora” a uma categoria já existente na dimensão das proprietárias de negócios próprios, e utilizada para se referir a mulheres que atuam dessa forma no Brasil, que é o empreendedorismo feminino.

3. Motivações

Virginia Woolf (2014) em “Um teto todo seu” faz um questionamento sobre porque as mulheres não escreviam ficção tanto quanto os homens. E destacava se haveria entraves encontrados por elas que teriam tornado esse ofício tão difícil. Ela se faz uma pergunta constante: “Qual é o estado de espírito mais propício para o trabalho criativo?”. Teriam as mulheres condições para criar? E quais condições seriam essas?

O número de mulheres empreendedoras no Brasil é alto, mas não necessariamente porque elas optam por esse caminho como uma escolha pessoal livre de pressões. Muitas empreendem por não terem muitas oportunidades em empregos formais e com carteira assinada. Outras porque precisam estar com os filhos, não podem se ausentar da criação deles, pois não tem como custear que sejam cuidados por outras pessoas. Nem sempre é uma escolha por ideal de vida, mas sim por necessidade e falta de outras oportunidades. Mas mesmo as que têm mais condições de escolha encaram muitos dilemas na caminhada empreendedora.

Com as dificuldades que encontram nessa empreitada empreendedora é comum que os negócios não consigam crescer e sejam encerrados em pouco tempo. Segundo o relatório executivo de empreendedorismo no Brasil realizado pelo *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* em 2019, 26 milhões de mulheres empreendem no

Brasil enquanto o número de homens é de 29 milhões³. Mas os negócios iniciados pelas mulheres apresentam uma ‘taxa de mortalidade’ (fechamento ou falência dos negócios) maior⁴. Assim parece que elas têm mais dificuldades para estruturar seus empreendimentos, desenvolvendo-os de modo que se tornem empresas mais prósperas.

Ao conversar com as minhas interlocutoras, elas começavam sempre por contar suas histórias antes de iniciar o empreendimento de modo que conseguissem contextualizar porque iniciaram suas experiências no empreendedorismo. O que as levou a empreender era um ponto de partida dessas narrativas, e esse período antes de iniciar geralmente trazia acontecimentos ou sentimentos que as levaram ao empreendedorismo. Os motivos eram variados, alguns se repetiram em algumas trajetórias, como a maternidade ou a falta de reconhecimento em empresas onde elas trabalhavam antes da ideia do negócio. Mas de certo guardavam também suas particularidades a cada caso.

Para abordar e analisar esse momento pré-empendedorismo resgatarei as histórias das empreendedoras com quem conversei. Antônia trouxe a questão de não ter se adaptado ao modelo de trabalho CLT e a desistência de continuar na área acadêmica após o mestrado, como pontos importantes para marcar que ela desejava outras formas de ocupação, mas também ressaltou que foi o nascimento do filho que a fez primeiro se afastar do trabalho que atuava. A situação foi decorrente de uma combinação que fez com o marido na época, que tinha como sustentar a família de três pessoas. Caso Antônia trabalhasse o salário seria destinado para pagar outra pessoa para cuidar do filho. Diante dessa opção, o casal optou por ela não trabalhar fora de casa e cuidar da criança. Assim, o negócio só iniciou quando ela começou a fazer os bonecos de tecido para o filho. A partir dessa criação e dos elogios que recebeu de pessoas amigas é que ela iniciou a sua jornada e depois realizou a “imersão no universo empreendedor”, como ela mesma chamou⁵.

Assim como Antônia, a história de Danielle no empreendedorismo se deu ao se desvincular do trabalho corporativo, mas por outro motivo, o desligamento da empresa onde trabalhava. A demissão abriu uma oportunidade para que ela pudesse estar mais presente na vida do filho. Não era a sua intenção sair da empresa, mas como já sofria por

³Relatório empreendedorismo no Brasil, 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%c3%b3rio%20Executivo%20Empendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 14 de novembro de 2020.

⁴ TONELLI, Maria José e ANDREASSI, Tales. Perspectivas para os empreendimentos femininos, 2018. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/75695/72504>>. Acesso em: 01 de novembro de 2020.

não poder estar mais com o filho e fazer tarefas rotineiras como levar e pegar na escola, acompanhar na aula de natação, tarefas essas que eram realizadas pela avó da criança, enxergou ali uma possibilidade de estar mais próxima no dia a dia da criança e que na nossa conversa avaliava como “qualidade de vida”. Danielle tinha, na época, uma situação financeira que permitia a ela tentar essa experiência. O marido trabalhava e ela tinha suas economias, mais um apartamento que o aluguel ajudava a pagar o outro no qual moravam. Então, ao decorar a festa da enteada, ela postou fotos da festa como se fosse um trabalho e recebeu muitos elogios, o que a estimulou a seguir em frente e buscar formação para continuar a empreender. Entretanto em nossa conversa ela frisou que era empreendedora por ser mãe, essa condição a mantinha no empreendedorismo e não a vontade de empreender em si. Nesse caminho também encontrou dificuldades pela redução dos seus ganhos, uma vez que o salário corporativo era maior do que seus lucros quando conversamos, o que a fazia “entrar nas suas economias”. Contudo, também avaliava que seus gastos eram menores: *“hoje eu levo uma vida que eu não fico comprando igual uma louca, sapato. Mudei assim... Você vai mudando os seus objetivos. Prioridades”*.

Vitória não tinha filhos na época que começou a empreender, sua vontade veio a partir de uma ideia que tinha tido quando ainda era funcionária de uma empresa de moda, trabalhar com resíduos de tecidos. Mas assim como Danielle, foi a demissão que impulsionou a criação do seu negócio, uma vez que ela recebeu parte da multa rescisória de contrato de trabalho em tecidos⁶ e a outra parte em dinheiro que usou para iniciar uma marca própria de vestuário feminino direcionada para mulheres negras, baseada em conceitos de sustentabilidade e com preocupação de impacto social.

Já Fabiana iniciou o seu empreendimento como um *hobby*, algo que ela fazia por prazer e que o seu namorado na época identificou que poderia ser monetizado. Mostrando mais uma vez que a rede em volta dessas mulheres tem parte fundamental nesse início do empreendedorismo. Seja com elogios, apoio na produção e venda ou mesmo comprando o que elas fabricam.

Essas quatro trajetórias já me permitem organizar algumas das motivações que pude identificar ao longo do campo. Irei apresentá-las agora para depois detalhar cada uma delas. A primeira fala da relação com o trabalho anterior, seja o corporativo, ou em

⁶ Essa é uma prática que acontece muito em empresas de confecção que podem fazer acordos informais para pagar funcionários e fornecedores com matérias primas para desenvolvimento de produtos como tecidos, elásticos e afins. É uma prática às vezes controversa pois nem todos aceitam esse tipo de pagamento, mas pode ocorrer por uma incapacidade da empresa de arcar com os pagamentos e a necessidade de o prestador de serviços receber algo em troca dos seus trabalhos ou serviços.

outros ambientes. Essa relação pode gerar algumas situações como a não identificação com o modelo de trabalho, a falta de autonomia na gestão do tempo e decisões e mesmo o não reconhecimento com possibilidades de crescimento de carreira, o desvinculo de uma empresa e a falta de outras oportunidades profissionais. Essa relação com o trabalho anterior é citada como um momento de “virada” para a atuação empreendedora. A segunda motivação que esteve presente em muitas das falas, é a condição da maternidade. Mesmo que ela não estivesse como a causa principal ela apareceu em muitos casos, até mesmo antes de algumas serem mães, como foi o caso de Mônica, mas por fazer parte de um planejamento de vida. Das treze interlocutoras nove eram mães, fazendo com que a temática da maternidade estivesse presente na maioria das entrevistas. Como terceira motivação penso no trabalho paralelo (WEBER, 2009), como um meio de organizar um projeto de vida que permita que a pessoa concretize uma realização pessoal somada à independência financeira de trabalhar para outras pessoas. E por último um desejo de impactar socialmente a sociedade por meio de negócios sociais.

Apesar de dividir as motivações nessas quatro classificações eu não pretendo dizer que são as únicas a estimular a criação e perpetuação dos empreendimentos. Mas entendo que dessa forma suas intenções ganham destaque nessa narrativa. Também não existem apenas essas motivações para empreender. As histórias que descrevo a seguir foram se destacando ao longo do campo e das conversas com essas interlocutoras. Apesar de estarem agrupadas de acordo com uma motivação similar suas trajetórias são únicas.

3.1. Modelos de trabalho anteriores

A primeira temática fala sobre a relação delas com o modelo de trabalho que tiveram que se relacionar antes de iniciarem seus próprios empreendimentos. Como já mencionei nas breves narrativas acima, as situações que se encontravam antes de empreender foram determinantes para que se jogassem em uma nova empreitada. Danielle foi demitida e viu uma oportunidade de se dedicar mais ao filho. Vitória recebeu uma rescisão e deu continuidade a um projeto que já havia começado na empresa, o de produzir peças com resíduos de tecidos.

Nesse grupo é possível identificar que elas trouxeram conceitos e práticas aprendidos em experiências profissionais anteriores. Elas buscam ao mesmo tempo aplicar esses aprendizados, mas criar ambientes mais justos e mais diversos que não encontraram nas experiências prévias. A preocupação com a equipe e não fazer com que

essas pessoas passem por situações que elas já tiveram que lidar é frequente e ressaltada nas falas.

A entrevista com Marina aconteceu no espaço de trabalho dela. Uma casa numa vila que eu não conhecia no Largo do Machado. Ela me pareceu uma pessoa muito firme e consciente do valor do seu trabalho. Isso permeava o seu discurso. Sempre dizia que sabia que era boa no que fazia e como não conseguia ser reconhecida como acreditava que devia no meio corporativo ela abriu o seu próprio negócio.

Ela é especialista em SEO⁷ e hoje, usando suas próprias palavras, lidera uma agência de marketing digital, mas com uma “pegada diferente”. Ela e a equipe usam comportamento do usuário baseado em buscas na internet para poder definir a estratégia de marketing e comunicação dos clientes. Sua formação é em administração de rede de computador e depois fez um MBA em marketing digital.

Ela contou sua experiência profissional em empresas grandes e ressaltou que não se sentia reconhecida seja financeira ou em possibilidades de crescimento na carreira. Algumas situações marcaram sua trajetória profissional, em especial quando um chefe disse que ela não seria boa líder por ter “empatia demais”, e que isso “não era bom para uma pessoa em cargo de liderança”. A situação aconteceu quando ela se recusou a repreender uma funcionária sobre um erro em um trabalho, pois a mãe dessa colaboradora tinha sido internada com câncer naquele dia. Para Marina, a situação aconteceu também por ela ser mãe, então, segundo ela, havia uma expectativa de que ela fosse mais compreensiva⁸, menos autoritária. E que outras mulheres, também mães, passaram pela mesma situação dentro da empresa.

Tem, muita coisa. Eu brinco quando me perguntam, eu digo que eu montei isso aqui na base do ódio, assim. Um dos *feedbacks* que eu tive na última empresa que eu trabalhei foi que a minha empatia não ia me fazer uma boa líder. E isso me marcou muito. Eu trabalhei numa área cheia de homem... e aí fui marcada por assédio moral, machismo, tal... E aí uma hora quando eu vi que eu tinha um negócio legal na mão eu falei, cara eu não quero mais voltar para o meu mercado, sabe?! (Marina em entrevista presencial gravada em julho de 2019)

⁷ SEO - *Search Engine Optimization*. Que significa otimização de sites para ferramentas de busca.

Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/o-que-e-seo/>>. Acesso em: 29 de dezembro de 2020.

⁸ Os estereótipos sobre as mulheres serem mais emotivas do que os homens influenciam muitas vezes que elas não consigam ascender profissionalmente nesses espaços, uma vez que há uma noção que ambientes corporativos devem ser geridos por pessoas mais racionais do que sentimentais. BARBOSA (2002, p. 108) fala sobre como o mundo dos negócios apresenta-se como um espaço onde a lógica e a racionalidade devem imperar. Desse modo, há uma expectativa de que as decisões nesse espaço sejam impessoais, objetivas e racionais, desassociadas das emoções e visões de mundo pessoais.

Ao longo de nossa conversa ela sempre frisava que o mercado no qual atua a presença masculina é maior do que a das mulheres. Fazendo com que uma postura mais agressiva ou autoritária seja mais valorizada, relacionando também a estereótipos masculinos que são exaltados em alguns setores e posições de liderança. Isso demanda dela uma mudança de atitude quando está em reuniões de disputa de trabalhos com outras agências, por exemplo, que são comandadas por homens.

Eu cansei de ouvir... cansei de aceitar que eu não sou boa numa coisa que eu sei que eu sou boa. Eu sou muito boa no que eu faço, mas para eu aceitar isso eu precisei me afastar do meu mercado entrar nele com uma outra posição. Onde eu me coloquei numa posição que eu sei que se depender de outras pessoas eu não estaria. (Marina em entrevista presencial gravada em julho de 2019)

Ela teve a ideia do negócio quando ainda trabalhava formalmente em uma empresa. Iniciou fazendo trabalhos como *freelancer*, ou *freelas* como diz. Assim era contratada diretamente por clientes para executar o trabalho, sem o intermédio de uma empresa da qual era funcionária. Depois que viu que tinha clientes, e eles tinham interesse no serviço que ela estava oferecendo iniciou a empresa com uma sócia, que na verdade é uma investidora anjo⁹, e que apenas ela deixou de trabalhar em outros lugares para se dedicar completamente a agência.

O descontentamento de Marina era relacionado a uma falta de perspectiva de reconhecimento dentro do mercado no qual trabalhava. Ela acreditava que, por ser mulher e mãe, seu potencial profissional era julgado e depreciado devido a estereótipos que relacionam mulheres a ser mais sentimentais, emotivas e empáticas. E que esse perfil iria contra a uma noção de liderança na qual as emoções mais compassivas não seriam bem vistas em pessoas que ocupam essa posição. A criação da própria empresa era uma oportunidade de ocupar a posição de liderança que ambicionava e de ser reconhecida pelos seus pares e clientes como uma profissional competente que acredita que não conseguia apenas pelas limitações e preconceitos dos espaços onde tinha trabalhado anteriormente.

No caso de Maya, 40 anos, solteira e sem filhos, o empreendimento veio após uma longa experiência em empresas de varejo. Ela trabalhou 13 anos em uma empresa passando por outros setores como a área comercial, gerência de loja física e e-commerce. Durante esse período a empresa se tornou um grande conglomerado de empresas de venda

⁹ Termo usado para designar uma pessoa física ou jurídica que faz investimentos com seu próprio capital em empresas consideradas promissoras, com alto potencial de crescimento. Muito usado para investidores que apoiam as *startups*. Eles não necessariamente trabalham na empresa.

pela internet adquirindo outras companhias. Após esse período ela passou para outras empresas também de varejo e relacionadas a internet.

Em 2014 passou a trabalhar dando consultorias. Nem sempre sendo contratada pelo cliente, mas sim intermediada por empresas de consultorias para quem trabalha. Na sua visão empreender tem muito “trabalho envolvido” e a “grana” faz toda a diferença; para ela, muitas pessoas conseguem empreender porque herdaram ou têm dinheiro na família ou amigos que entraram como sócios.

A ideia do negócio veio de querer ter um empreendimento próprio e aplicar o aprendizado que recebeu nessas empresas maiores. Começou a pesquisar onde poderia atuar, já tinha uma ideia de que queria explorar o segmento de alimentação. Como já tinha trabalhado em lojas, sabia que esse tipo de produto era delicado, pois, segundo tinha aprendido, alimentos são perecíveis, têm data de validade e geralmente o risco de perda é muito grande. Em 2015, me contou, o momento era “efervescente” na área de gastronomia com muitos programas de TV sobre o assunto. Maya identificou uma oportunidade na área de temperos, desde os mais simples até os mais raros. Fez o seu negócio a partir disso.

Marina e Maya falam de seus empregos anteriores como lugares onde conseguiram adquirir grande experiência, mas a diferença entre as duas é que Marina deixa claro que não se sentiu reconhecida por sua condição como mulher. Segundo ela, por ser uma área de tecnologia, dominada por homens, sofreu preconceitos que a impediram de ser reconhecida e chegar à liderança. Para Marina é essencial criar um ambiente de trabalho que não reproduza os problemas que ela encontrou anteriormente. Maya diz que não encontrou problemas assim e tem as empresas nas quais trabalhou como fonte de inspiração para a sua própria empresa.

Assim, a relação com os trabalhos ou empresas anteriores aparecem como motivadores, mas de muitas formas. Podem ser deflagradas tanto por admiração como Maya, que diz que “uma empresa é uma empresa” e que ela deseja que a sua tenha uma estrutura similar com as das empresas que ela trabalhou antes. Ela diz que, apesar de não ter dinheiro para investir no negócio, não enfrentou grandes problemas pois “sabia o que tinha que ser feito”. Por ter trabalhado em empresas grandes acredita que aprendeu muito, mas teve um pouco de dificuldade em lidar com clientes pequenos, que enviavam fotos de pedidos escritos em papel, por exemplo. Mesmo tendo montado uma planilha os clientes muitas vezes não usam e é preciso, segundo avalia, se adequar a esse cenário.

Então, lidar com clientes que não tinham a mesma estrutura e práticas daqueles que ela lidava antes foi para ela um desafio.

Marina fala das empresas anteriores como grandes referências no mercado em que atua, mas para ela o mais importante é não reproduzir o que não acreditava ser ideal nas relações de trabalho, em especial as questões com as quais ela se deparou e acredita que foi o que atrapalhou a sua carreira, falta de reconhecimento e preconceito em relação à sua condição de mulher e mãe.

Andressa, engenheira de alimentos, também teve experiência profissional em empresas de grande, médio e pequeno porte. Foi trabalhando em uma das empresas menores com estrutura familiar, que teve a ideia que seria possível ter seu próprio negócio. Em 2016 abriu sua primeira empresa onde produzia e vendia brigadeiros de biomassa de banana verde e colágeno em parceria com um amigo. Fazia produtos sem açúcar e sem lactose, em versões que chamou de *gourmet*¹⁰ de brigadeiros com sabores de paçoca e de churros, por exemplo. Quando entrou nesse mercado começou a conhecer pessoas que tinham negócios no segmento de alimentação, que sabiam fazer o produto, mas desconheciam algumas obrigаторiedades do setor e não conseguiam fazer chegar até o cliente. Assim começou a ser muito indicada para dar consultorias¹¹, pois entendia sobre a parte técnica para vender um produto alimentício e já tinha experiência com a gestão de um pequeno negócio.

Contudo, o empreendimento inicial não estava seguindo como ela esperava. Tinha muitas dificuldades. Apesar do produto ser caseiro, ela argumenta que ele tinha aparência de ser feito em uma fábrica, o que julgava ser importante. Mas não tinha como investir em marketing e representantes para ter uma melhor negociação com o lojista e negociar espaço na loja para o seu produto. Ela diz que a relação com o lojista era o mais complicado e que não conseguia concorrer com empresas maiores do que a dela.

Tem dois corações da empresa que fazem ela girar. Um é o comercial e o outro a parte do produto, efetivamente aquilo que você está vendendo. O restante você consegue ir organizando conforme o tempo. (Andressa, 31 anos em entrevista *online* gravada em janeiro de 2020)

¹⁰ Ver em FERNANDES, A. C. M. “#Musas do Instafit- As construções de corpos e reputações mediadas pela rede social Instagram”, 2015.

¹¹ Andressa foi indicada por Maya para conversar comigo. Mas depois descobri que ela também tinha uma relação com Luiza, outra interlocutora que atua na área de alimentos.

No final de 2017 viu que o negócio precisava “virar”¹² porque a consultoria estava crescendo e tudo que ela ganhava na consultoria ela investiu no negócio de brigadeiros, mas ele continuava no vermelho, dando prejuízos. Então fechou a empresa e abriu outra de serviços focada em consultoria para negócios do ramo alimentício. Em 2019 o novo empreendimento já havia atendido 25 empresas, cresceu 10% e permitiu a contratação de uma nutricionista para alguns projetos.

Em 2018 passou em um edital de aceleração do Projeto Iniciativa Jovem da SHELL que proporcionava um ano de facilitação de negócios, e ao final do processo tinha que entregar um plano de negócios. Andressa ressalta que a participação no programa foi muito positiva e diz que somada ao que aprendeu nas empresas que trabalhou antes conseguiu ter uma base de formação para atuar nas consultorias que dá hoje. Ela destaca que nas empresas aprendeu sobre gestão de processos e no programa de aceleração aprendeu sobre gestão de empresas, fazendo com que consiga atuar em frentes diferentes para assessorar outras empresas. Uma das suas metas é se tornar referência no que faz. Investe muito na sua formação tanto como técnica quanto como empreendedora.

Abrir uma empresa é uma forma de tentar ter mais autonomia na trajetória profissional, não dependendo de um chefe e superiores para definir os próximos passos dessa jornada. Essa aparece como uma das motivações para adotar o *empreendedorismo* que pode ser compreendida como um projeto de vida, uma tentativa de desenho de uma trajetória, na qual uma ideia da autonomia é central. E na qual inicialmente é pensado que as escolhas estarão mais nas “mãos” do *empreendedor*.

3.2 Maternidade e o cuidado

Outro ponto de partida e estímulo para a prática empreendedora que apareceu durante o campo foi a maternidade. Nesse quesito não importava se a mulher já havia tido filhos ou não, muitas vezes a maternidade fazia parte de um planejamento ou projeto de vida. Elas podiam ter apenas uma intenção de ter filhos em algum momento futuro e já se preparar para ter um negócio próprio que pudesse ser gerenciado de casa era uma opção para a realização da maternidade. Em outros casos, o nascimento do filho, como no caso de Denise, foi o que incentivou a começar. Em sua narrativa ela conta que as duas nasceram ao mesmo tempo, a empresa e a filha. Tem também as mulheres que se

¹² “Virar” aqui é usada como referência ao termo “virada de chave”, usado também por outras interlocutoras como um momento decisivo, hora em que é preciso tomar decisões que possibilitem uma mudança positiva na vida da pessoa ou do empreendimento.

preocupam em não poder passar mais tempo com os filhos por trabalharem fora de casa. Esse é o caso de Danielle, que, como apresentei, impulsionada por uma demissão optou por empreender como decoradora de festas. As duas mencionaram que suas condições como empreendedoras estavam mais ligadas a serem mães do que a serem mulheres, dando a entender que se não fossem os filhos não empreenderiam.

Luiza teve uma motivação que se assemelha de alguma forma com as duas mães que já citei. Durante a licença maternidade ela foi pensando e criando um projeto para que pudesse ficar mais tempo com o filho. Quando voltou da licença maternidade recebeu a demissão como uma motivação a mais de se dedicar ao filho e ao negócio. Mesmo que depois seus planos tivessem que ser repensados, pois nem sempre a ideia de ter mais tempo para o filho se concretizaria. Ela criou uma empresa de comidas prontas, tem uma fábrica/cozinha com funcionários e atende seus clientes com serviços de entrega.

Como já disse, essa pesquisa foi realizada inicialmente antes da pandemia. O isolamento provocado, sobretudo a partir de março de 2020, pela necessidade de conter o avanço da doença reconfigurou alguns desses negócios. Um ano que impactou fortemente o que podemos entender como empreender e como exercer a maternidade. Uma vez que muitas das crianças não tiveram aulas, fazendo com que permanecessem o dia inteiro em casa e as mães tivessem também que atuar como professoras acompanhando suas aulas, como contou Danielle. Também como recreadoras já que precisaram criar atividades para entreter os filhos que não podiam sair de casa para brincar com outras crianças, como disseram Danielle e Denise. Isso teve um grande impacto na forma como essas mulheres trabalham e organizam seus tempos e tarefas. Essa flexibilidade de horários para estar mais próximas dos filhos e acompanhá-los em muitas de suas atividades por desejo ou necessidade, que acontece quando elas não têm outras pessoas que possam fazer no seu lugar, foi uma das justificativas mais repetidas para empreender.

Ao aprofundar as conversas com algumas entrevistadas para a pesquisa fui percebendo que essas questões chamam a atenção quando observamos o *empreendedorismo* pela experiência das mulheres. Pude compreender que a maternidade e o cuidado da família estavam relacionados às suas escolhas e práticas empreendedoras. A casa, os filhos e a família passam a fazer parte desse negócio e das decisões que elas precisam tomar em relação a eles. Luiza contou que em um momento o marido a procurou para conversar, e disse que ela estava sempre muito ocupada com a empresa, dando pouca atenção ao filho do casal e a ele também. Nesse momento ela disse que precisou tomar outro caminho, reduzir o empreendimento, tentar passar parte do trabalho para outras

peessoas de sua equipe, para conseguir atender mais as demandas familiares. Em nenhum momento ela pareceu estar em desalinho com a opinião do marido, pelo contrário. Ela disse que agradecia a ele por essa conversa, assim ela pode repensar suas prioridades e mudar sua forma de trabalho e os planos para a empresa. Importante aqui que a motivação para a empresa de Luiza foi a chegada do filho. Desse modo, recuar um pouco dos caminhos que a empresa estava seguindo, para priorizar a família não lhe pareceu errado, e sim um retorno para o seu objetivo inicial.

A dedicação ao empreendimento também se apresenta como uma tensão entre dedicar mais tempo e investimento, com a possibilidade inclusive de se tornar “empresa”, ou manter o negócio dentro de limites e possibilidades mais restritas, ou como algumas interlocutoras disseram, “caseiro”. A questão é que para as mulheres e para as mães isso nem sempre se apresenta como uma escolha ou uma opção individual. As limitações e desigualdades presentes no mercado, as relações domésticas e familiares, a possibilidade ou não de construir redes de apoio e sobretudo, as moralidades em torno dos papéis de gênero que perpassam umas e outras são definidoras de um caminho ou outro. Assim, empreender pode ser, como foi para Danielle, Denise e Luiza uma opção compatível com a maternidade. Contudo, essa equação não é simples e, ao mesmo tempo em que promete mais dedicação e flexibilidade, pode acabar em rotinas exaustivas. As condições impostas pela pandemia COVID-19 têm evidenciado e intensificado essa situação por muitas delas já vivida.

3.3. A busca por realização e criação de oportunidades

Como terceiro tema destaco a tentativa de criar um projeto de vida independente no qual seja possível alcançar uma realização pessoal, profissional e financeira. Não encontrando oportunidades que acreditam ser as ideais para suas carreiras ou vidas, elas optam por criar as oportunidades que almejam.

É o caso de Mônica, ilustradora, que retomou o desenho, uma diversão da infância, quando viu que estava trabalhando demais e precisava de um escape, um *hobby* para não se sentir tão estressada. Iniciou como um trabalho paralelo ao seu emprego em uma empresa de varejo. Como tinha um volume grande de desenhos resolveu colocar em um site/blog pessoal que ela tinha na internet, pois nessa época não existia nem Facebook e nem Instagram. Depois uma amiga que ia se casar pediu para ela fazer o casal ilustrado para colocar na capa do convite de casamento. Segundo ela tudo começou nessa encomenda que foi mais um presente do que um trabalho pela sua definição, uma vez que

não recebeu pagamento. Ela colocou a ilustração na internet e os pedidos começaram a chegar.

Isso aí que começou tudo. Foi nessa "encomenda" que nem foi paga que começou. Eu postei e foi indo... recebendo e-mails... e foi tudo por e-mail. No começo foi tudo por e-mail. Quanto custa. E aí eu fui entendendo como eu precificaria isso? E aí foi indo... E não parou mais... Fui descobrindo isso, fazendo. No dia a dia... Quanto mais desenhos eu fazia produzia, e mais eu colocava no meu site, mais e-mails eu recebia. E foi aumentando, aumentando... E eu fui tendo as encomendas. Fui tendo encomenda de fato e fui ganhando dinheiro com isso. Em paralelo ao meu trabalho. Isso foi por uns oito anos. (Mônica em entrevista presencial gravada em fevereiro de 2019)

Mesmo começando a comercializar as ilustrações ela manteve as duas atividades simultâneas por um bom tempo, mas frisa que era difícil pois tinha um volume muito grande de trabalho no emprego. Tinha que estar às 4 da manhã trabalhando para a empresa de varejo enviando as campanhas publicitárias para os canais de divulgação. Quando chegava em casa tinha que fazer as encomendas de desenho, que já tinha virado um trabalho paralelo remunerado. Uma crise na empresa em que era funcionária fez com que surgisse uma possibilidade para ela sair e se dedicar à segunda ocupação. Ela diz que encontrou ali uma chance para mudar a vida que estava levando. Pediu para entrar na lista de pessoas que seriam desligadas, pois “todos já sabiam da paixão dela por desenho” e da sua atividade fora da empresa. Outra motivação é que ela tinha planos de ter um filho e achava impossível ter um filho no ritmo de vida que estava tendo trabalhando na empresa, no sentido comentado no ponto anterior.

O trabalho paralelo com a ilustração acabou por virar a ocupação principal de Mônica. Se antes era algo para que ela descansasse das horas estafantes do trabalho na empresa para a qual era contratada, a ilustração passou a ser seu foco para pensar estratégias, divulgação e comercialização. Esse trabalho paralelo que antes era um *hobby* e iniciou despretensioso, acabou por se tornar parte do seu projeto de vida. Por meio dele ela projetava poder exercer uma ocupação com mais flexibilidade de horários e com mais autonomia para focar em outros projetos como o nascimento de um filho.

De alguma forma, para tornar o desenho um empreendimento Mônica precisou acreditar que podia criar suas próprias oportunidades. Foi também o caso de Danielle que ao postar a foto da festa da enteada, passou a acreditar que isso podia ser visto como um “trabalho”. Nesse tema a ideia de aproveitar um *hobby*, uma atividade sem fins lucrativos, na qual a pessoa poderia ter uma ligação mais relacionada ao prazer, e que deveria ser considerado fora da rotina de trabalho, pode se tornar o ponto central do trabalho e fonte de renda dessa mulher. Se antes a ocupação do *hobby* era o que se fazia para se distrair

ou relaxar do dia a dia de trabalho, agora passa ser produzido de forma estruturada, com processos, organização e de forma escalável. Por ser uma atividade relacionada a prazer, descanso, algo que dê satisfação pode dar uma percepção que será um trabalho mais prazeroso, passando horas do dia fazendo aquilo de que se gosta.

Com esse estímulo para se trabalhar com algo que se ama ou que traga felicidade, muitas vezes, faz com que essas atividades sejam escolhidas para serem monetizadas e adotadas como atividades principais. A escolha pode ser pessoal ou provocada pela demanda de pessoas que começam a querer comprar o que é produzido por esses *hobbies*. Mas a partir do momento que a atividade vira uma ocupação com ganhos financeiros é preciso demarcar que aquilo não é mais um *hobby* e sim uma atividade empreendedora séria e com responsabilidades, como disse Olívia em nossa conversa inicial.

Olívia traz uma trajetória que mostra essa transformação de um projeto de vida em um empreendimento. Para ela, a atividade de costura começou como uma forma de ajudar a mãe a sair de uma fase difícil, uma depressão por causa do fechamento de um negócio próprio que envolvia o emprego de outras pessoas da família. Moradora em São Cristóvão, ela trabalha nos horários nos quais não precisa se dedicar ao seu emprego. A mãe é uma presença constante em sua fala. Disse que cresceu em casa de uma mulher empreendedora. A história de sua mãe lembra a de outras mulheres que já contei aqui, após ter as filhas precisou criar um negócio que permitisse ficar mais próxima das crianças. Como as festas das filhas eram elogiadas escolheu investir nessa área. Teve um buffet por muitos anos. Ela relembra que, nas datas comemorativas como Natal, muitas vezes não tinham festa de família, pois a mãe estava trabalhando. Olívia ajudava a mãe e ganhou seus primeiros salários nesses pequenos trabalhos. Mas foi vendo as dificuldades que a mãe passava e isso fez ela decidir que não queria ter um negócio próprio, preferia buscar oportunidades de emprego assalariado.

Aprendeu a fazer plano de negócios¹³ na faculdade de produção cultural numa disciplina de empreendedorismo. Teve seu projeto na disciplina muito elogiado pela professora que a definiu como uma ‘empreendedora’. Entretanto, mesmo com os elogios manteve a sua decisão de não enveredar pelo caminho dos negócios próprios e deixou o projeto apenas como um trabalho de faculdade.

¹³ Algumas interlocutoras citaram o plano de negócios como uma ferramenta para a estruturação da empresa. Sendo que nem sempre o que é planejado nele pode ser executado, segundo Luiza, pois a prática é diferente da teoria. Entretanto esse plano foi citado como parte importante de se criar uma empresa. Ele é usado como um estudo da ideia inicial, levando em consideração como esse negócio será estruturado. Faz parte da etapa inicial pensar o modelo de negócios, de acordo com os cursos de formação empreendedora.

Mas com a depressão da mãe, numa tentativa de animá-la, foi com ela fazer um curso de costura. Depois de um tempo a mãe acabou saindo do curso pois teve que ajudar a irmã de Olívia que havia acabado de ter bebê. Continuou então a fazer o curso sozinha. Ela se diz uma pessoa muito criativa com facilidade para artes manuais e sempre com muitas ideias. Acabou por se interessar pela costura e ganhou da mãe e da irmã uma máquina de costura como estímulo por estar evoluindo nas aulas. A partir disso começou a “fazer costuras, *necessaires*, tendo ideias próprias”. Foi muito apoiada pela mãe e pela comadre que também é empreendedora e a quem descreve sua atividade como *trancista*¹⁴ e artesã de brinco.

A partir disso, como já era MEI, fez um perfil da marca no Instagram e começou a vender seus produtos na internet e em feiras de artesanatos. Durante a pandemia ela acrescentou aos seus produtos a fabricação de máscaras de proteção facial. Segundo ela contou, a venda foi grande, e isso a possibilitou a ter acesso a coisas que antes não conseguia só com o seu emprego, como comprar uma cadeira para o escritório e um computador notebook. Ela diz que como é um trabalho paralelo ao seu emprego as pessoas costumam chamar de *hobby* e ela frisa “*não é hobby, é a minha uma empresa*”.

As artes manuais ou o fazer objetos para si e para a família podem extrapolar do consumo pessoal e passar a ser comercializado como modo de um ganho extra e mesmo de experimentar se aquele produto teria possibilidades de atrair clientes. Muitas das histórias que ouvi estavam relacionadas a isso, mas também encontrei pessoas que tiveram que aprender um ofício para abrir uma empresa. Como o caso de Luiza que não sabia cozinhar e teve suas primeiras aulas com o marido, que a ensinou até o que ela devia comprar no mercado. Ou Maya que entrou no mundo dos temperos sem grandes conhecimentos. Ambas tiveram que depois buscar pessoas que fizessem o trabalho por elas. Nos casos em que o empreendimento está baseado em produtos feitos com as próprias mãos a reprodução dos produtos ou serviços em escala era apresentada como mais penosa, pois podia se verificar uma relação de afeto que não aparecia em casos como os de Luiza e Maya.

3.4. Impacto Social

“Empreender, pelo meu olhar, fala sobre o que a gente faz com outras pessoas” disse Vitória. Ela não foi a única a destacar a preocupação de não apenas empreender para

¹⁴ “Trancista” é o termo usado para designar a profissional que faz tranças em cabelos afro.

melhorar a própria vida, mas também a vida de outras pessoas. Fosse pessoas de sua própria família, que muitas vezes se tornam trabalhadores nessas pequenas empresas, ou a de outras pessoas sem vínculo familiar. Em nenhuma das narrativas me pareceu ser a motivação principal, e sim uma motivação secundária que fazia parte do objetivo do negócio.

Das treze entrevistadas quatro citaram essa preocupação de impacto social, sendo que três delas se identificaram como negras e uma branca. Entendi pelas falas que havia nelas uma preocupação relacionada a questões sociais. Nas três primeiras o processo de construção de seus negócios veio ao mesmo tempo que um processo de conscientização de quem são, resgate de suas culturas e desejo de transformar os grupos dos quais fazem parte. As três citaram um tipo de empreendedorismo exercido por pessoas negras chamado de Afroempreendedorismo¹⁵. Apesar de não ter me aprofundado no tema em questão entendi que a conscientização que elas desenvolveram sobre si e seus familiares fez com que elas pensassem além dos interesses individuais, buscando transformar a vida de outras pessoas de sua comunidade e da região onde ficam seu ateliê e pequenas fabricas.

Antônia só contrata mulheres em situação de vulnerabilidade para o ateliê onde fabrica suas bonecas. Geralmente elas são moradoras da comunidade próxima ao espaço. Entendendo a condição de serem mães como ela, permite que levem as crianças ao ateliê. Fala com orgulho de ter um espaço de trabalho que dê condições para que essas mulheres possam estar com seus filhos. Sua ex-sogra também é uma de suas funcionárias.

Vitória além da preocupação com as pessoas também destacou sua intenção de ter uma empresa com foco em diminuir o impacto ambiental do setor de vestuário ao produzir peças com resíduos de tecidos. Ela tentou fazer isso inicialmente na empresa que trabalhava e depois levou as práticas para sua própria empresa. Fabiana apresentou essa preocupação ao trabalhar com cápsulas de café, entretanto evidenciou que essa não foi a sua motivação inicial, essa intenção veio após a empresa já existir.

A atenção com o impacto social aparece no mercado de formação empreendedora e faz parte dos editais de fomento que existem nesse mercado. A intenção de proporcionar impacto social vai desde o empreendimento em si, o que será comercializado e para quem, o quanto será cobrado, até como gerar emprego para pessoas em vulnerabilidade social.

¹⁵ Recomendo a leitura da dissertação de OLIVEIRA, T. S. “Redes Sociais na Internet e a Economia Étnica: Um estudo sobre o Afroempreendedorismo no Brasil”, Universidade Federal do ABC. São Bernardo do Campo, SP, 2019.

A capacitação de outras mulheres para o mercado de trabalho e como empreendedoras também foi mencionado como parte dos objetivos do empreendimento.

4. Considerações finais

Apresentei as motivações e condições dessas mulheres para empreender organizadas em quatro temáticas. Não acredito que elas são as únicas motivações que fazem com que mulheres criem seus próprios negócios mas elas apareceram com frequência na forma como as minhas interlocutoras apresentaram suas histórias e trajetórias. A partir dessas descrições é possível pensar que nem sempre existe um motivo único, muitas vezes é o resultado de uma combinação de fatores que levam essas mulheres a essas práticas. A maternidade atrelada a uma necessidade de gestão do tempo para dar conta dos afazeres domésticos e de cuidado com a família. A perda do emprego como um impulsionador do início do negócio, pois pode gerar uma possibilidade de renda para começar a empreender, somada a uma percepção de falta de perspectiva e reconhecimento no mercado. Outras questões como tentar proporcionar a si e a outras pessoas experiências de trabalho menos conflituosas e mais justas, alinhadas ao desejo de conseguir uma realização pessoal e profissional. Esses estímulos foram constantemente relatados e resgatados em nossas conversas. Usados muitas vezes para justificar o porquê, apesar de tantos desafios ainda persistirem nessa empreitada.

As motivações para empreender são o ponto de partida para a caminhada no empreendedorismo. Os passos seguintes envolvem o pensamento sobre o que irão fazer para comercializar e para começar a experimentar se suas ideias são possíveis. Começa então um período de se pensar em como fazer aquela ideia acontecer, se tornar realidade. Buscar apoio de conhecimento para aprimorar os produtos ou testar a receptividade das ideias. Não é um processo linear, muitas etapas acontecem concomitantemente a outras. Apesar de alguns inícios serem mais planejados enquanto outros são mais improvisados.

Referências Bibliográficas

AHL, Helene J. **The Making of the Female Entrepreneur: A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship.** Jönköping International Business School. JIBS Dissertation Series No. 015, 2002

ASTON, Jennifer. **Female entrepreneurship in nineteenth-century england: Engagement in the Urban Economy.** Palgrave Studies in Economic History. – London, UK – 2016

BARBOSA, Aloizio Lima. **A concórdia do sucesso: O sentido da ação para pessoas do meio empreendedor – ensejos de uma inscrição moral.** Dissertação (Mestrado). Programa de pós-graduação em sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, 2016

BIROLI, Flavia. **Gênero e Desigualdades: limites da democracia do Brasil.** – 1.ed. – São Paulo: Boitempo, 2018

BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo.** - São Paulo: Martins Fontes, 2009.

DE SOUZA, Cristiane Gomes. **A mulher de negócios no discurso do trabalho feminino.** R. Katál., Florianópolis, v. 23, n. 3, p. 700-706, set./dez. 2020

FILLION, L. J. **Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, mas complementares.** RAE - Revista de Administração de Empresas / EAESP / FGV, São Paulo, Brasil. 2000.

GAMBER, Wendy, 'A Gendered Enterprise: Placing nineteenth century businesswomen in history' in *The Business History Review* Vol 72, No. 2, Gender and Business (Summer 1998).

HARVEY, David. **O neoliberalismo: História e implicações.** [2005], tradução: Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2008

HIRATA, Helena e KERGOAT, Danièle. **Novas Configurações Da Divisão Sexual Do Trabalho.** Tradução: Fátima Murad. Cadernos de Pesquisa, v. 37, n. 132, set./dez. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/cp/v37n132/a0537132.pdf>

HIRATA, Helena. **Mudanças e permanências nas desigualdades de gênero: divisão sexual do trabalho numa perspectiva comparativa.** Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Brasil. São Paulo, 2015

PRANDI, José Reginaldo. **O trabalhador por conta própria sob o capital.** São Paulo: Símbolo S. A. Indústrias Gráficas, 1978

WEBER, Florence. **Trabalho Fora do Trabalho: Uma etnografia das percepções.** Tradução: Roberta Ceva – Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

WOOLF, Virginia. **Um Teto Todo seu.** Tradução Bia Nunes de Souza, Glauco Mattoso. - 1 ed. – São Paulo: Tordesilhas, 2014