



**MULHERES EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO EM EMPREENDIMENTOS
CONQUISTENSE SOBRE A INFLUÊNCIA DAS SOCIALIZAÇÕES**

Ananda Silveira Bacelar¹
Robson Amaral Santos²
Almiralva Ferraz Gomes³

INTRODUÇÃO

A participação feminina no mercado de trabalho, embora ainda em processo de estruturação, conduz a mudanças nas esferas econômica, social e comportamental. Devido à necessidade de se compreender como esse fenômeno atua e suas possíveis implicações, surge a demanda por estudos que abarquem as discussões sobre as relações de gênero na atualidade. Segundo Gomes (2010), há a necessidade de se estabelecer uma perspectiva crítica à visão essencialista ainda predominante de que as mulheres são “natural e essencialmente” diferentes dos homens, além de se conduzir os estudos de gênero para uma (des)construção e (des)naturalização das práticas discursivas universais. Nesse viés, Porto (2002) aponta para um novo cenário, em que as ciências sociais rompem com paradigmas e conceitos dados como certos a partir da crítica à ideologia dominante, isto é, do discurso universal.

O estudo das relações de gênero que se estabelecem no âmbito social e produtivo conduz ao conhecimento das dinâmicas identitárias que se desdobram ao longo da formação do indivíduo. Para Berger e Luckmann (2010), a vida de determinado indivíduo consiste em um encadeamento de interferências que induzem à participação na dialética da sociedade. Nesse contexto, convém ressaltar a interferência das construções sociais que delineiam os comportamentos de mulheres e homens de modo a caracterizar os atributos que os indivíduos apresentam “naturalmente”. Esta visão essencialista vem sendo

1 Graduada em Administração pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, UESB, Brasil. Endereço eletrônico: ananda_bacelar@hotmail.com

2 Graduando em Administração pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB. Atualmente é Membro do grupo de pesquisa Histórias Recontadas: Mulheres Empreendedoras e Suas Organizações em Vitória Da Conquista. Endereço eletrônico: ramarals@hotmail.com

3 Doutora em Administração pela Universidade Federal de Lavras. Atualmente é professora da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB. Brasil. Endereço eletrônico: almiralva@gmail.com



questionada a fim de se produzir conhecimento acerca dos novos padrões identitários que estão presentes na sociedade atual.

Diante do exposto, torna-se oportuno e necessária a compreensão dos fenômenos comportamentais, considerando a complexidade das relações de gênero, à luz dos processos de socialização e significação da identidade feminina, para o entendimento das posturas de mulheres como empreendedoras. A proposta desse trabalho é, portanto, analisar de que modo as experiências de mulheres empreendedoras, que implantaram seu próprio negócio, na cidade de Vitória da Conquista, Bahia, são influenciadas pelo processo de socialização.

METODOLOGIA

O caráter qualitativo da pesquisa deve-se ao fato de que tal análise permite o aprofundamento da compreensão do fenômeno a partir da análise de conteúdo de indivíduos de determinado grupo social, por exemplo. Para Marconi e Lakatos (2003), uma forma válida de construir hipóteses é a observação que se realiza dos fatos relatados ou da correlação existente entre eles. Nesse sentido, utiliza-se neste trabalho a coleta de dados através de entrevistas, a fim de focalizar as três etapas da análise de conteúdo, citadas nos estudos de Gil (2002): a análise preliminar, que implica na escolha e preparação do material a ser trabalhado, a investigação do material, que resultou na categorização das informações e, por fim, o tratamento, inferência e interpretação dos dados.

A escolha da entrevista como instrumento para coleta de dados pressupõe a análise qualitativa, visto que, para Bardin (2004), a inferência se dá a partir do foco de análise decorrente de uma comunicação individual e não da frequência de aparição dos dados. Portanto, adotando o critério de acessibilidade, foram selecionadas seis mulheres para composição da amostra não-probabilística a ser analisada. As entrevistas realizadas foram semiestruturadas e gravadas, com posterior transcrição e análise do conteúdo.

A distribuição dos conteúdos se deu de acordo com categorias comuns. Conforme explica Bardin (2004), a partir do estabelecimento de critérios que tiveram como objetivo agrupar elementos após a investigação da correlação entre tais elementos. A categorização das informações permitiu que se estabelecessem, como objeto de estudo do presente trabalho e uma das vertentes norteadoras das discussões realizadas a partir das falas das entrevistadas, as socializações primária e secundária.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base na análise do perfil das empreendedoras, convém a condução da análise dos resultados para as socializações que influenciaram a decisão de criar uma empresa. Posto isso, considera-se que as relações que se estabelecem primordialmente na infância das mulheres, potencialmente, conduzem a escolhas profissionais. Para Santos (2005), além do autoconhecimento, a apreensão da trajetória profissional dos pais, a incorporação de valores e o sentimento de identificação e pertencimento da família, incluindo as opiniões formadas pelo grupo, compõem fatores essenciais para a definição do futuro profissional. Esse contato familiar conduz, inclusive, à predisposição feminina do contato com determinada área ou ramo de atividade, podendo estar associado ao interesse de empreender.

O processo de significação do trabalho se inicia no ambiente familiar, posto que é, nesse contexto, que as mulheres começam a identificar a importância do trabalho e desenvolver habilidades. Strobino e Teixeira (2014), ao tratar das tendências femininas ao empreendedorismo, afirmam que, o fato de estarem inseridas em famílias que possuem empreendimentos, as direciona instintivamente ao empreendedorismo, como se fosse uma predisposição genética. Foram identificadas, nas falas de todas as entrevistadas, a tendência a prosseguir os empreendimentos familiares ou pelo menos, seguir a área de atuação no mercado.

CONCLUSÕES

Compreender como se dá a formação dos indivíduos a partir das socializações e, conseqüentemente, a incorporação de valores e conceitos construídos socialmente pressupõe o estudo do comportamento humano na civilização. Nesse sentido, o presente trabalho buscou, através da análise do conteúdo, analisar de que modo as experiências de mulheres que são donas de seu próprio negócio são influenciadas pelo processo de socialização em suas trocas sociais.

As entrevistadas demonstraram que a família, em seu papel de socialização primária



durante a infância, atua como um importante formador de opinião, podendo influenciar ou desencorajar o ato de empreender. No presente estudo, a fala de todas as mulheres revelou em maior ou menor grau, a atuação familiar de modo positivo e incentivador para o empreendedorismo. Essa influência foi identificada em diversas formas: seja por admiração ao familiar que empreende, pela possibilidade de se autoconhecer e descobrir vocação pelo ato de empreender ou até mesmo pela necessidade de trabalhar e desenvolver habilidades.

Embora o âmbito familiar represente o primeiro contato do indivíduo com os pressupostos da sociedade, os relacionamentos externos ao lar tendem a moldar a sua personalidade e, conseqüentemente, as decisões. As diversas socializações promovem, portanto, a estruturação do pensamento social.

Nesse cenário de predeterminações relacionadas ao gênero, esta pesquisa mostra-se pertinente ao convidar para a reflexão de como a caracterização de gênero molda comportamentos, a fim de examinar os estereótipos de masculinidade e feminilidade que estão, por vezes, estabelecidos na sociedade. Compreender os fenômenos sociais que cercam a realidade contemporânea e tendem a romper paradigmas estruturados histórico, social e culturalmente, portanto, torna-se uma necessidade de estudo e aprofundamento teórico-empírico.

Quanto às limitações que a pesquisa apresentou, pode-se apontar a possível generalização das informações devido à subjetividade da análise, isto é, por tratar-se de um estudo qualitativo com um número pequeno de entrevistadas. Considerando ainda que o estudo se restringiu à cidade de Vitória da Conquista, Bahia, convém, para estudos posteriores, a abrangência da pesquisa para uma possível comparação dos perfis socioeconômicos e culturais de mulheres de outras localidades ou mesmo região, a fim de se expor como se dá as socializações e formações identitárias das brasileiras.

Palavras-chave: Gênero. Empreendedoras. Socialização.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.



BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. A construção social da realidade. **Ed. Vozes**, 2010, Petrópoles. 32 ed. 239 p.

GIL, A. C. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas. 4ª ed. 2002.

GOMES, A. F. **Ação empreendedora e relações de gênero**: um estudo multicascos na cidade de Vitória da Conquista, Bahia. 2010. 440 p. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal de Lavras, Minas Gerais.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. V. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas. 5ª ed. 2003.

PORTO, M. de F. S. **Com licença, eu vou à luta!** Mulheres empresárias de patos de minas - 1980-90. 2002. 253 p. Tese (Mestrado em História). Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais.

SANTOS, L. M. M.O papel da família e dos pares na escolha profissional. **Psicol. estud.**, Maringá, v. 10, n. 1, 2005.

STROBINO, M. R. de C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicascos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Rev. Adm. (São Paulo)**, Mar 2014, vol.49, no.1, p.59-76.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Ed. Vozes, 2010, Petrópoles. 32 ed. 239 p.