



LINGUAGEM, EMPODERAMENTO E EMPREENDEDORISMO FEMININO

Kércia Rosario Fiuza Oliveira
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Brasil
Endereço eletrônico: kercia.rosario@gmail.com

Elisângela Gonçalves
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Brasil
Endereço eletrônico: elisangela.silva.uesb@gmail.com

Paula Barreto Silva
Faculdade Independente do Nordeste, (FAINOR), Brasil
Endereço eletrônico: paulabarreto2008@gmail.com

INTRODUÇÃO

Entre os estudos multidisciplinares voltados para a questão do gênero, cabe destacar o impacto da inserção da mulher no mercado de trabalho, como acontece no empreendedorismo feminino. Entende-se por *empreendedorismo* um processo criativo e inovador na implementação de um projeto pessoal ou organizacional, seja a implementação de algo novo seja a inovação e expansão de negócios já existentes, levando em conta os desafios permanentes dos riscos e oportunidades (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

A entrada da mulher no mercado de trabalho consistiu em uma conquista, todavia também trouxe para ela muitas barreiras a serem enfrentadas e vencidas, o que lhe exigiu mudança de postura, de comportamento, que envolve a sua linguagem.

A língua, instrumento usado pelos seres humanos para se comunicar na vida cotidiana, é um fenômeno social submetido a variações e mudanças oriundas da própria sociedade, conforme proposta da Sociolinguística Variacionista (LABOV, 1972-2008; WEINREICH; LABOV; HERZOG, 1968-2006), e tem um papel fundamental nas relações socialmente estabelecidas entre homens e mulheres.

As pesquisas sociolinguísticas, voltando-se para o estudo da variável *sexo/gênero*, têm apontado que as mulheres, mais do que os homens, presam por empregar formas linguísticas que são mais aceitas socialmente, o que deve estar ligado à posição instável ocupada por elas na sociedade, o que leva à sua necessidade de buscar status social valendo-se da língua(gem).

Segundo Pedro (2005), por trás do termo *gênero*, existe uma história que remete aos movimentos sociais feministas, que, na década de 1980, passaram a usar o termo *gênero* no lugar de *sexo*, motivados pela ideia de que as desigualdades entre homem e



mulher independentem do sexo biológico, mas dependem das condições culturais nas quais estão inseridos. De acordo com Grossi (1998), o termo *gênero* abarca tudo o que é social, cultural e historicamente definido e que está num incessante processo de ressignificação, devido às interações entre os indivíduos.

Neste trabalho, tendo como base questões de identidade de gênero, da relação entre língua e sociedade e da noção de empreendedorismo, buscamos analisar o emprego de vocábulos por mulheres tidas como empreendedoras, que demonstram sua autoafirmação no mercado de trabalho, seu empoderamento, mesmo diante das barreiras que lhe são impostas. Esse termo, que, no dicionário Houaiss (online), apresenta como uma de suas acepções a de “conquista pessoal da liberdade pelos que vivem em posição de dependência econômica ou física ou de outra natureza”, emergiu para o ambiente acadêmico, corporificando-se nos ideais feministas sobre “poder” (ALLEN, 2005). Conforme Sardenberg (2012, p. 1), “[...] o empoderamento de mulheres, [sic] é o processo da conquista da autonomia, da auto-determinação [sic]. [...] O empoderamento das mulheres implica, para nós, na libertação das mulheres das amarras da opressão de gênero, da opressão patriarcal”.

METODOLOGIA

Para a realização do presente estudo, foram analisadas as respostas discursivas de um questionário aplicado a 7 (sete) mulheres empreendedoras (*corpus* do projeto intitulado *Empreendedorismo Feminino: narrativas sobre a jornada empreendedora de mulheres na região de Vitória da Conquista*, parecer CEP: 2.883.678, desenvolvido pelo Grupo de Estudos e Pesquisas em Empreendedorismo – GEPE – da Faculdade Independente do Nordeste – FAINOR), a fim de se identificarem palavras ou expressões relacionadas ao campo semântico *empoderamento*. Os nomes das entrevistadas foram substituídos por códigos, A1- A7, por questões éticas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No relatório *Estatísticas de Gênero: uma análise dos resultados do censo demográfico 2010*, publicado em 2014, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), verificam-se diferenças comportamentais entre homens e mulheres (considerando as áreas de saúde, educação, vida familiar, trabalho). O relatório chama a atenção para a inserção de ambos no mercado de trabalho e na educação superior. A conclusão obtida foi a de que, no Brasil, existem mais mulheres que homens; cresceu a



quantidade de mulheres responsáveis por seus domicílios, com ou sem filhos, ao passo que elas têm tido menos prole por terem entrado no mercado de trabalho. Todavia, sua inserção nesse contexto não trouxe muitas mudanças para a sua vida por dois motivos principais: embora trabalhem fora de casa, continuam (1) a ser responsáveis pelas atividades domésticas; e (2) a receber remuneração menor que a dos homens; e (3) a se encontrar, mais que aqueles, no mercado informal, apesar de seu grau de escolaridade ter aumentado.

A despeito dos entraves com que se deparam, as mulheres têm ocasionado alterações na organização do mercado de trabalho e têm mudado sua postura na sociedade brasileira patriarcal.

Das entrevistas realizadas, destacamos, em (1) a seguir, vocábulos e expressões, enunciados por mulheres empreendedoras, que indicam *empoderamento*, como também sua luta para autoafirmar-se no mercado de trabalho, tais como: *batalhadora*, *enfrento*, *cabeça erguida*, *avanço*, *aperfeiçoamento*, *responsabilidade*, *luto*, *determinada*:

(1) a. Eu me vejo uma pessoa *batalhadora*, *enfrento* todas as dificuldades de *cabeça erguida* [...]

(A1)

b. “Estou cada dia buscando o *avanço* e *aperfeiçoamento*. Características marcantes é a *responsabilidade*.” (A4)

c. “Eu me vejo como uma pessoa *batalhadora*, *luto* por meus objetivos, sou bastante *determinada*, criativa, e essas características que faz todo diferencial na minha empresa.” (A6)

Os dados demonstram que, mais que ser protagonista, empoderar-se significa ter coragem e disposição para lutar, enfrentar as barreiras encontradas. Para tanto, uma mulher empreendedora precisa de força, estar de “cabeça erguida”, para firmar-se numa sociedade que é inerentemente patriarcal. Nesse sentido, é possível afirmar que empoderar-se é evoluir sempre, por isso a mulher busca constantemente o *aperfeiçoamento*, o *avanço*. Os vocábulos *determinada* e *responsabilidade* mostram que, para se empoderar, a mulher precisa sair da sua condição de coadjuvante e assumir o controle e as consequências de suas decisões, questões que, para elas, são impactantes numa empresa.

O seu protagonismo é notado consideravelmente nas respostas dadas à pergunta “O que você tem a dizer sobre as mulheres empreendedoras?”, das quais destacamos algumas em que são empregadas as palavras *poderosas*, *guerreira*, *fortes*, *vencendo* em oposição a *mundo machista*:

(2) a. Mulheres empreendedoras são o máximo! *Poderosas*! (A3)



- b. Hoje temos várias mulheres empreendedoras, são todas *guerreira*. (A6)
c. São mulheres *fortes vencendo* com classe esse *mundo machista*. (A7)

Vemos que, para as mulheres entrevistadas, o perfil empreendedor se caracteriza pela relação com *poder, força e vitória*. As metáforas relacionadas à guerra não dizem respeito somente às questões do mercado, mas da sua condição social (sobre)viver em um *mundo machista*.

Outro tópico interessante que os dados apresentam é a autoconfiança das mulheres, ao assumirem que erros e “fracassos” fazem parte do crescimento do negócio (cf. BAGGIO; BAGGIO, 2014) e que uma ação não exitosa não constitui algo ruim, pois serve de aprendizagem para o seu crescimento:

(3) a. Hoje o fracasso para me é *aprendizado*. Já sofri bastante quando fracassava, ele costumava me paralizar, me fazia querer desistir, mas hj eu o *encaro* como alerta” (A3)

b. Vejo como uma maneira de *melhorar* naquilo que eu fracassei. (A6)

Nessas falas, observa-se que *aprendizado* e *evolução* são objetivos constantes na vida da mulher empreendedora, o que reitera os dados anteriores: essa mulher aprende com os erros, não desiste e se mantém sempre atenta às demandas sociais.

Os excertos apresentados nos mostram como as mulheres se posicionam na e pela língua(gem) como aquela que pode, que luta, que se dedica ao que faz, mostrando, de fato, como a língua(gem) está sendo usada por elas para determinar seu posicionamento na sociedade.

CONCLUSÕES

Os resultados revelam que o empreendedorismo feminino constitui, mais que necessidade, um fator de realização pessoal e também ação de resistência do gênero feminino na sociedade patriarcal. Essa resistência é marcada em sua linguagem como fator de empoderamento e posicionamento social diferente dos padrões estabelecidos pela sociedade patriarcal. A mulher empoderada se identifica como protagonista de sua história e decisões e vence as barreiras impostas pela história, cultura e sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Empoderamento; Empreendedorismo; Gênero; Mulher; Trabalho.



REFERÊNCIAS

ALLEN, A. Feminist Perspectives on Power. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. 2005. Disponível em: <http://plato.stanford.edu/entries/feminist-power/#Bib>. Acesso em: 8 mar. 2019.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, v.1, n.1, p.25-38, 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>. Acesso em: 26 mar. 2019.

GROSSI, M. P. *Identidade de Gênero e Sexualidade*. Antropologia em Primeira Mão, n. 24, Florianópolis, PPGAS/UFSC, 1998.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Estatísticas de gênero: uma análise dos resultados do censo demográfico 2010*. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv88941.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2017.

LABOV, W. *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972-2008.

PEDRO, J. M. *Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica*. História, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 77-98, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/his/v24n1/a04v24n1.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2017.

SARDENBERG, C. M. B. Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista. *Repositório Institucional*. Universidade Federal da Bahia, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20Perspectiva%20Feminista.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2019.

WEINREICH, U.; LABOV, W.; HERZOG, M. *Fundamentos empíricos para uma teoria da mudança linguística*. Tradução: Marcos Bagno. São Paulo: Parábola Editorial, 1968-2006.