

A DESIGUALDADE DE GÊNERO NO MERCADO ECONÔMICO

Camilla Gonçalo da Costa¹

camillacosta416@gmail.com

Julia da Cunha Barbosa

juliadacunhabarbosa19@gmail.com

RESUMO: Este Trabalho de Conclusão de Curso dedicou-se a pesquisar sobre a posição e os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado econômico, tendo em vista fatores básicos para o entendimento deste assunto, como a definição de empreendedorismo e como o feminismo impacta positivamente no progresso feminino. O objetivo deste artigo científico foi mostrar a realidade vivida cotidianamente pelas mulheres brasileiras que desejam se desenvolver profissionalmente. Tendo em vista que por conta da misoginia historicamente enraizada na sociedade, as mulheres foram excluídas e subestimadas por muitos anos em atividades que são capazes de realizar igualmente aos homens, a mulher sofreu um atraso em diversos aspectos, somente conquistando o seu desenvolvimento profissional e visibilidade atualmente. Concluiu-se que mesmo com as mulheres se empoderando e ganhando voz, o machismo se faz muito presente no cotidiano, não sendo colocadas em prática as legislações da Carta Magna que corroboram para a igualdade de todos os civis, fazendo-se necessário seguir com a divulgação dos feitos e positivos impactos da mulher no mercado econômico, empreendendo das diversas perspectivas do Empreendedorismo.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher; Desigualdade de gênero; Empreendedorismo; Sociedade.

RESUME: This Course Conclusion Paper was dedicated to research the position and challenges faced by women in the economic market, in view of basic factors for understanding this subject, as the definition of entrepreneurship and how feminism positively impacts on women's progress. The purpose of this scientific article was to show the reality lived daily by Brazilian women who wishes to develop professionally. In view of that because of the misogyny historically rooted in society, women have been excluded and underestimated for many years in activities that they can perform equally for men, the woman has been delayed in several aspects, only gaining their professional development and visibility nowadays. It was concluded that even with women empowering and gaining a voice, chauvinism is very present in everyday life, not being put into practice the laws of the Magna Carta that support the equality of all civil, making it necessary to continue with the dissemination of the achievements and positive impacts of women in the economic market, undertaking from the various perspectives of Entrepreneurship.

KEYWORDS: Woman; Gender inequality; Entrepreneurship; Society.

¹ Alunas do Ensino Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, na Etec de Poá, Poá/SP, Centro Paula Souza. Orientados pela Profa. Tânia Regina Cirillo.

Introdução

A desigualdade de gênero segue sendo um problema atual, já que, baseado na análise de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), 2019, as mulheres permanecem sendo vistas em um patamar inferior ao dos homens, pois mesmo possuindo o mesmo grau de escolaridade, ganham 20% a menos. Apesar de terem conquistado direitos, continuam sofrendo com a repressão e desvalorização todos os dias, sendo esses direitos preponderantes apenas na legislação e não na prática.

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), utilizando metodologia de pesquisas bibliográficas, se dedica à problemática da desigualdade de gênero no mercado econômico, pois mesmo após os avanços das leis trabalhistas que fortificam a empregabilidade feminina, o Brasil se encontra, em 2022, na posição de 94ª no ranking que mede a igualdade entre gêneros, segundo o Fórum Econômico Mundial.

Este assunto deve ser discutido, pois não afeta somente as mulheres, mas a sociedade em um todo:

[...] a desigualdade de gênero acontece por meio de símbolos culturais e conceitos sociais normativos, transmitidos por meio da educação e enraizados pela política; esses fatores desencadeiam em uma injusta organização social entre homens e mulheres. (SCOTT, 1995).

Portanto, a desconstrução dos papéis de gênero e a transformação social, proporcionariam cada vez mais conquistas femininas, a fim de edificar uma sociedade igualitária. É possível perceber então, a importância de discutir sobre este assunto.

Esta pesquisa foi realizada a partir do seguinte percurso:

Questão orientadora: O que falta ser feito para a mulher ser vista, não apenas por lei, igual ao homem, no mercado econômico?

Objetivos:

- Geral: Apresentar o papel das mulheres empreendedoras no mercado econômico;
- Específicos: 1) Investigar a desvalorização da mulher no mercado; 2) Descrever a luta pelo reconhecimento feminino.

A hipótese desta pesquisa é a maior conscientização da importância de representatividade e reconhecimento da mulher em relação ao homem no mercado econômico.

Justificativa:

A dupla escolheu esse tema visando apresentar o quanto a mulher é desvalorizada, expondo a luta pelo reconhecimento. Apesar de, atualmente, as mulheres estarem evoluindo no âmbito profissional, não há, ainda, uma sociedade igualitária. Nós nos interessamos intensamente por assuntos sociais e, por sermos mulheres, este nos desperta maior desejo de pesquisa e discussão.

2. Desenvolvimento

2.1. Empreendedorismo e Feminismo

Ao contrário do que muitos pensam, o empreendedorismo não é apenas liderar um negócio ou ganhar muito dinheiro, “também é possuir a capacidade e disposição de detectar e resolver problemas, reunindo as habilidades, conhecimentos e atitudes para realizar um projeto” (FARIA, 2019); seja ele um negócio ou qualquer outra meta pessoal ou profissional. O espírito empreendedor trata de uma postura comportamental que norteia as atitudes do indivíduo na busca por seus objetivos.

Para empreender na vida pessoal, é importante investir no que é prazeroso de realizar; criando uma nova rotina, focada no bem-estar próprio, gerando mais ânimo e disposição, afirma Lair Ribeiro (2002). Já no empreendedorismo profissional, para obter sucesso, deve-se enxergar oportunidades mesmo em um cenário com riscos e conflitos.

A personalidade empreendedora se desenvolve ao longo da vida cultivando experiências com acertos e erros, tendo um olhar mais crítico e uma visão analítica; adquirindo gradativamente mais sabedoria. Não são todos que compreendem essas características, nem a facilidade na adaptação, entretanto para se sobressair, é indispensável saber se colocar da melhor forma possível.

Segundo o psicólogo norte-americano, David McClelland citado pelo Instituto Federal Sul Rio Grandense (2012), responsável pela Teoria Comportamental do Empreendedorismo, o empreendedor tem uma estrutura motivacional distinta, a necessidade de realização. Outras características empreendedoras são: buscar oportunidades, persistir, exigir qualidade/eficiência, assumir riscos calculados, definir objetivos, planejar e monitorar ações e apresentar compromisso com o trabalho

assumido.

Qualquer pessoa pode ser empreendedora se possuir objetivos, desde resolver um problema, por exemplo, em uma comunidade que ao possuir a mesma insatisfação se une para estabelecer um plano de ação e atingir sua meta de melhoria; ou até mesmo sendo funcionário, trazendo melhorias para a empresa e ascender para um melhor cargo (Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2021).

A misoginia enraizada na sociedade, faz com que o comportamento masculino e o machismo instalado contribuam para um ambiente opressor, como aponta o curta “Purl” da Disney-Pixar (2019). No meio empreendedor não é diferente, como é apresentado no site Valor Globo (2020): “[...] em 2018, apenas 18% das empresas brasileiras tinham CEOs (Chief Executive Officer – Conselheiro, Delegado ou Diretor Executivo) mulheres. Já em 2019, esse número caiu para 13%”.

Nos últimos anos, com toda a militância por igualdade, empresas que exercem o empoderamento feminino são bem-vistas pelos possíveis consumidores, a abertura para uma mão de obra sem distinção de gênero permite aproveitamento de todo o talento disponível no mercado. O movimento feminista é um movimento que ajuda a mulher a conquistar esse espaço. (MARQUE, 2019)

Feminismo é um movimento social, político, econômico e filosófico que busca lutar por igualdade de direitos entre gêneros, não seguindo padrões patriarcais impostos pela sociedade. (MENDONÇA, 2019).

O Movimento Feminista desenvolveu-se durante a Revolução Francesa (1789 e 1799) com ideais do Iluminismo, a partir do século XVII (ganhando força no século XVIII) e da liberdade. Conquistou força na Europa, durante a Revolução Industrial, pois, por muito tempo, quando as mulheres começaram a trabalhar nos novos meios de produção sofreram com longas jornadas de trabalho; salários inferiores aos dos homens, com a justificativa de que as mulheres não precisavam de remuneração por ter maridos que as sustentavam; sem direito à licença maternidade e voto; além de diversos outros direitos que não às incluíam. Dessa forma, com essas injustiças, se uniram exigindo as mesmas condições que os homens através de manifestações. (MENDONÇA, 2019).

No Brasil, durante o século XIX, iniciou-se as primeiras manifestações feministas com ideais anarquistas e socialistas, relacionadas com a educação somente para mulheres da classe alta. A partir disso, surgiu a diversificação do

feminismo, desde o mais conservador, onde não era questionado a raiz do problema; até o mais incisivo, que integravam mulheres da luta sindical. Houve muitos protestos ligados ao cenário político, sendo o voto feminino conquistado em 1934, durante o governo de Getúlio Vargas. Nos anos 60 o movimento cresceu e se fortificou, expondo a carência da luta contra a opressão sistemática sofrida pelas mulheres. (FAHS, 2016).

“As pessoas do sexo feminino têm um lugar historicamente imposto a elas: de exploração, submissão e opressão”, (LUZ, 2019).

É do senso comum a visão, instalada na sociedade, da mulher ser alguém ingênua, sensível, frágil e romântica; além de ser considerada como menos capaz em diversas situações, mas, principalmente, no aspecto do trabalho, onde só teve seu direito de trabalhar quando os homens foram obrigados a contratar mulheres para funções que antes eram exclusivamente masculinas². Com seu verdadeiro valor, coragem, princípios, objetivos, capacidades e ambições “deixadas de lado”, é possível perceber que as mulheres não possuem muita representatividade no mercado de trabalho ao ver que mesmo as mulheres exercendo as mesmas funções e de capacidade igual ao dos homens, recebem menos (IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatístico, 2012). O preconceito está tão implantado nas mentes da população que o velho ditado “lugar de mulher é em casa” é usado até hoje, entretanto foi observado por Oliveira (1997, p.11) que “O funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas”.

Como comprovado historicamente, por muito tempo, as mulheres têm em seu cotidiano, ideias impostas a elas sobre seu lugar de fala, de presença e de como deve agir; sendo constantemente observada, julgada e cobrada. Fazendo com que problemas não superados coletivamente ao longo da história, construam uma cultura machistas e ambientes fortemente masculinizados, havendo muita opressão ao sexo feminino. Todo esse padrão exigido causa, muitas vezes, a desistência de suas carreiras por conta da desmotivação e angústia de não ser tratada igual ao sexo considerado superior. (FREIRE, N; 2018)

Atualmente, mesmo após tanta militância, há uma surdez coletiva na

² Refere-se às 1º e 2º Guerras Mundiais (1914 – 1918 e 1939 – 1945, respectivamente).

sociedade, não sendo respeitado na prática os direitos conquistados por lei; ficando perceptível que mesmo com a luta feminina para a igualdade entre gêneros, o mundo segue possuindo aversão na visão de mulheres empoderadas e tendo o machismo historicamente enraizado na comunidade.

[...]essa divisão é histórica e baseia-se nas diferenças biológicas entre homens e mulheres; dessa forma, ao se colocar a mulher no papel relacionado ao processo reprodutivo, permite-se que se vejam todos os papéis femininos atrelados às suas funções biológicas. (COSTA; 2018).

2.2. A Mulher no Mercado

Como discutido no artigo “A história social da mulher no trabalho” (BARBANO e CRUZ), era comum que, em tempos antigos, a mulher trabalhar fosse considerado desnecessário e improvável, contudo, a retratação da mulher no mercado de trabalho está sendo construída vagarosamente, tendo como ideia primordial (seguida pelo feminismo) acabar com esse padrão de que a mulher deve ser genitora, cuidar do seu lar; é cessar essa imagem de que “lugar de mulher é na cozinha” (como diz o ditado popular); arrancar da sociedade esse conceito instalado da mulher servir apenas para trabalhos domésticos, viver pelo seu lar e família, conforme afirma Querino, Domingues e Luz (2012).

Com isso, a população desenvolveu um julgamento para com as mulheres que agem de forma distinta do que é imposto, ocasionando em uma discriminação pelos próprios padrões com a entrada e permanência das cidadãs no mercado de trabalho, usando como justificativa para este preconceito, como observado pelas várias pesquisas sobre o assunto, realizadas pela FGV na última década, o gasto com a licença maternidade e a falsa ideia de que elas trazem menor rendimento para a empresa; portanto, são dificilmente aceitas nos empregos desejados.

Pelas convenções, a mulher ocupa o espaço privado e o homem o espaço público, de provedor da casa. Com o tempo a mulher vem ganhando espaço, mas isso não se reflete no mercado de trabalho, onde há o que chamamos de teto de vidro: quanto mais alto o posto nas empresas, menor o número de mulheres. (QUERINO, 2009).

A mulher, por possuir a responsabilidade de cuidar da família e do emprego, sofre com a famosa dupla jornada de trabalho. A dupla jornada nada mais é que ter obrigações em dobro do que o homem possui; os dois trabalham, entretanto, além

disso a mulher deve lavar, secar, guardar, passar, alimentar, etc. segundo o que a sociedade pensa.

A dupla jornada feminina afeta mais mulheres do que os homens. Segundo a pesquisa, 88% das mulheres brasileiras ocupadas, de 16 anos ou mais de idade realizam afazeres domésticos. Dentre os homens, apenas 46%. A conclusão do estudo mostra que, ao juntar a atuação das mulheres no mercado de trabalho com as atividades do lar, tem-se uma jornada feminina semanal total de 56,4 horas, que supera em quase cinco horas a jornada masculina. (IBGE, 2019).

No entanto, na época atual, o cenário mudou sutilmente; ainda há muita pressão sobre a mulher, porém elas ganharam força e mostraram um significativo espaço dentro das organizações, provando que mesmo sendo extremamente difícil subir ao topo da hierarquia organizacional, algumas mulheres já conquistaram; sendo perceptível assim, que o sexo feminino possui as mesmas qualidades que o sexo masculino, podendo até se destacar mais. Como pontua Schermerborn (2007) e Caravantes (2005), homens e mulheres podem ser igualmente líderes eficientes nos negócios.

A cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens. (VILLAS BOAS, 2010).

Com o mundo dos negócios sendo majoritariamente liderado por homens e estereotipado de tal forma onde eles são sempre o foco, baseado que a burocratização e formalização das organizações tendem ao favorecimento masculino (VILLAS BOAS, NETO e CRAMER, 2003), há uma escassez de apoio e incentivo para o empreendedorismo feminino.

Quando se empreende, principalmente por necessidade, como para obtenção de renda e desenvolvimento social, a motivação e capacitação agem à procura de conquistar os objetivos estabelecidos. O empreendedorismo feminino gira mais em torno da necessidade financeira, do que o masculino, como apontado pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade – IBQP apud GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2007) na pesquisa relacionada a Empreendedores Iniciais por Gênero no Brasil “Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção aumenta para 63% para as mulheres”.

Os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade, como é o caso de desempregados, imigrantes etc.). (DOLABELA, 2006, p.31).

Como comentado por Dolabela (2006), todo ser humano quando atinge a fase adulta possui como necessidade o dinheiro, entretanto, a excitação em empreender pode realmente vir antes de sua ganância, como também surgir ao longo do trabalho, tomando gosto pelo serviço.

As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que o homem, ou seja, visando o sustento de si mesma, de suas famílias, o enriquecimento de vidas pela carreira e pela independência financeira. (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2010).

Como destaca o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – citado por Vieira (2011) para a revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, o setor de serviços é o maior ocasionador de empregos formais do país, como o âmbito em que as mulheres mais inovam e onde há um potencial de crescimento superior. Além disso, menciona também sobre o IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade) que ao realizar um levantamento constatou que em 33% dos casos as mulheres optam por tarefas associadas ao comércio varejista; 20% investem em alimentação; e 12% apostam na indústria de transformação; evidenciando assim, a tendência à atuação feminina no mercado.

De acordo com os dados do SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (2007), em uma pesquisa que mensura a notoriedade da mulher na força de trabalho, revela que a importância pode ser medida na sua crescente participação na População Economicamente Ativa (PEA), sendo em 1976 a parcela feminina de 29% e em 2002 atingindo 43%. Todavia, conforme toda a problemática de uma sociedade machista, preconceituosa e estereotipada; muitas mulheres optam por abrirem seus próprios negócios, ficando livres de situações incômodas, por exemplo, as refugiadas feministas relatadas como “[...] mulheres que sentem discriminações ou restrições em uma empresa e preferem iniciar um negócio que possam dirigir independentemente dos outros” (CHIAVENATO, 2007, p.11 apud AMORIM, R; BATISTA, L.).

2.2.1 Falta de liderança feminina

De acordo com Goleman (1998, p. 94), líderes eficientes são iguais em uma

principal forma: mostrar competências técnicas e um enorme nível de inteligência emocional; e conforme Eagly, (2007) e Heilman (2001) que apontam sobre a discriminação se dar pelas associações mentais sobre homens e mulheres como líderes, em que as mulheres são consideradas comunais e bondosas enquanto os homens são agressivos e confiantes, o que não necessariamente compõe o perfil de um líder. É clara a completa mudança na atualidade, de que para ser um bom chefe deve ser carismático, simpático e comunicativo, divergentemente da personalidade egoísta e incapaz de dialogar adotada pelo modelo antigo (WILLIAMS, 2005). Entretanto, para a mulher é mais difícil; haja vista que, por conta da visão misógina, o básico (tanto para o meio profissional, quanto para a vida em si) que é ser ouvida e levada a sério, não ocorre com elas (EAGLY, 2007; HEILMAN, 2001).

O levantamento feito em 2022 pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), onde 50% das entrevistadas consideram a subestimação de suas capacidades como um obstáculo de chegar ao topo da hierarquia, mostra que mesmo as mulheres que enfrentaram o preconceito e outras dificuldades para conseguir ascender profissionalmente, continuam sendo julgadas como incapazes, perdendo a autoconfiança e muitas vezes desistindo.

Estudo realizado pela Grant Thornton (2022), revela que 38% dos cargos de liderança no Brasil são ocupados por mulheres, um aumento em relação ao ano de 2019 com 25%. Apesar desses dados representarem um avanço, é comumente perceptível que as mulheres continuam tendo que percorrer um trajeto mais difícil para alcançar e permanecer nesses cargos, sendo obrigadas a adotar comportamentos do estereótipo masculino para serem respeitadas e terem suas opiniões válidas. Além de serem coagidas a não denunciarem situações de assédio moral e físico, que são muito ocorrentes, como aponta Aberje (2022) que diz que sete a cada dez mulheres afirmam ter sofrido assédio no ambiente de trabalho; os quais não são reportados por medo de serem culpabilizadas, reviver a experiência e perderem o emprego.

Pelo conceito instalado na sociedade de que a mulher deve ser submissa ao homem, há uma imensa dificuldade para elas conquistarem seu espaço no âmbito profissional: “Mulheres levantam a voz quando sentem que não estão sendo ouvidas. Homens levantam a voz quando sentem que não estão sendo obedecidos” (BURGO, 2020). Sendo perceptível assim, que a sociedade acompanha este fato intrigante da voz masculina ter mais poder, desde muito tempo atrás, perseguindo as mulheres até a época presente e lutando para silenciá-las enquanto elas combatem por uma voz

igualitária, apenas pelo direito de ser respeitada, ouvida, tratada com seriedade e a devida importância que todos merecem.

2.2.2 Desigualdade de raça

Ao pensar em desigualdade de gênero, é incomum refletir sobre a complexidade deste assunto, sendo esquecido a problemática da mulher negra que sofre com um índice imenso de reprovação desde as entrevistas de emprego, apenas por serem quem são. Dessa forma, a parcela feminina que se encontra em cargos mais elevados na hierarquia são extremamente baixos. Segundo o PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), dados de 2020, as mulheres negras constituem o maior grupo populacional do país (25,3%), porém ocupam somente 0,4% dos altos cargos nas empresas.

O racismo é um sistema de opressão em que havendo relações de poder, se torna visível. Existe um histórico no qual a população negra sofreu e sofre com violência, opressão e exclusão e o racismo ultrapassa as ofensas, é um sistema que nega direitos. (RIBEIRO, 2018, p.42).

Sob esse ponto de vista, onde a população negra sofre com segregação, não desfruta de todos seus direitos, é agredida injustamente e aflige-se com o preconceito, o racismo perpetra-se algo desumano. Há diversos outros exemplos de atos racistas presentes na sociedade e, mesmo possuindo ciência da problemática desses atos, muitas pessoas escolhem continuar sendo discriminatórias; já que o preconceito está no nosso desenvolvimento formativo, sendo nos primeiros anos da escola e na família o começo da criança ser sujeita a atitudes preconceituosas, se tornando, ao longo do seu desenvolvimento, cega às condutas discriminatórias e, ao longo das gerações, criando crianças impiedosas “herdeiras de um universo adulto cruelmente infantil.” (FRENETTE, 2000, apud EDITORAJC, 2015). Tornando a solução para seu fim mais difícil.

O movimento feminista, que luta pela equidade de gênero, começa pela perspectiva de mulher branca, que ficava em casa sem poder trabalhar. A mulher negra sempre trabalhou. Não podemos tratar a questão da mulher como universal, porque existem diversas vivências que vão as diferenciar. Mas, de forma geral, a desigualdade de gênero começa dentro do ambiente familiar, na forma como os papéis são

divididos e depois extrapola para o mundo. (FOLEGO, 2020).

A mulher negra sofre o dobro de preconceito que a mulher branca, tendo em vista que além da desigualdade de gênero, pelo Brasil ser um país estruturalmente machista (como observado ao longo deste trabalho), elas também são discriminadas pelo seu tom de pele, como comenta a jornalista Tati Sacramento (2016). Mais da metade dos 13,9 milhões de brasileiros sem trabalho eram do sexo feminino; seis em cada dez (60,0%) se autodeclaravam pretos ou pardos; cerca de 1/3 (35,3%) tinha entre 14 e 24 anos; e quatro em cada dez (40,6%) tinha até o ensino médio incompleto ou equivalente (IBGE 2020). As mulheres negras são o maior grupo demográfico do país (28%), sendo a base da hierarquia social³, e como resultado da dupla discriminação sofrida, apresentam uma situação de sistemática desvantagem em todos os principais indicadores sociais e de mercado de trabalho.

Segundo o filósofo Francis Bacon (citado pela professora Aline, nas aulas de História, no terceiro semestre de 2019 do ensino fundamental II, no Colégio Atheneu), “O conhecimento é em si mesmo um poder”. Entretanto, o conhecimento científico nunca foi proporcionado para 100% dos brasileiros, já que a educação começou sendo elitizada, disponível apenas para uma parcela específica da população (brancos e ricos). Com isso, de acordo com a história, é certo afirmar que as mulheres cultas eram em sua maioria brancas, considerando que mesmo sendo também silenciadas, a herança escravocrata carregada pelas mulheres negras faz com que a dificuldade para serem vistas igualmente perante a sociedade seja maior.

No mundo do trabalho a educação está fortemente vinculada, a julgar pelo fato da alta influência da escolaridade ser uma característica muito requisitada no recrutamento e seleção de novos funcionários, gerando um resultado vigoroso a respeito de todo o caminho posterior dos indivíduos. Contudo, com as implicações com gênero e raça praticados pelo mercado de trabalho, junto com a ausência de escolaridade, se torna extremamente complexo e praticamente impossível o ingresso em ocupações formais, sendo desigual o acesso a certos ramos de atividade.

A taxa de participação das mulheres mais pobres e com menos

³ Conjunto de fatores sociais que determinam oportunidades existentes, de escolhas individuais, formação escolar, evolução em carreiras específicas, em tecnologias e outros aspectos.

escolaridade ainda é muito inferior à taxa de participação das mulheres mais escolarizadas, o que indica a existência de diferenças importantes entre as mulheres relacionadas aos diferentes estratos de renda aos quais elas pertencem, e a dificuldade adicional de inserção das mulheres pobres no mercado de trabalho. (LIMA, 2003).

As mulheres de classe média, por terem melhores oportunidades de educação, caminham para níveis de ocupação superiores, se instalando em prestações de serviços para áreas administrativas, educacionais ou de saúde; adquirindo, desta forma, uma remuneração mais alta. Em contrapartida, há uma concentração elevada de mulheres pretas e pardas trabalhando como domésticas e em indústrias, ou em trabalhos considerados informais, tendo assim renda inferior, já que muitas delas possuem baixa escolaridade. Como comentado por Bruschini e Lombardi (2000, p. 85) e validado com pesquisa de análise de salários por raça e gênero no país, do Instituto Insper (2022), que aponta o fato de entre os médicos formados em universidade pública, as mulheres negras possuem salário em torno de R\$ 6,3 mil enquanto os homens brancos ganham R\$ 15 mil. Já entre os que cursaram medicina em faculdades privadas, a remuneração é de R\$ 3,7 mil para elas e R\$ 8,6 mil para eles.

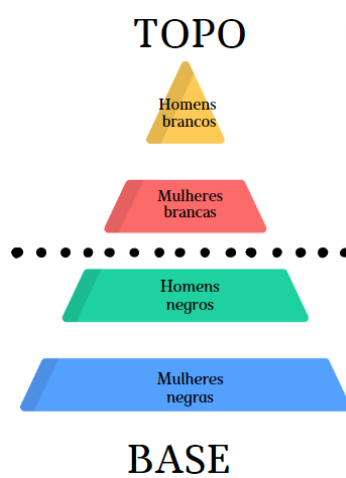
Nessa perspectiva, os padrões divergentes da participação na educação e no mercado econômico continuam abalando as mulheres, os negros, e em específico as mulheres negras. Para qualquer pessoa se desenvolver, seja profissionalmente ou na vida escolar, é fundamental ter tempo, mas com diversos serviços domésticos para serem realizados, muitos contratam profissionais como diaristas para limpar a casa e babás para cuidar de seus filhos. Nesses casos, a maioria das pessoas que exercem esses trabalhos são negras, como explica Agência Brasil (2022), além da maioria estar acima dos 40 anos e ter renda média inferior a um salário mínimo. Com isso, é visível perceber que as mulheres negras que trabalham como empregadas domésticas abdicam de realizar seu sonho profissional para sustentar sua família e dar um futuro melhor para seus filhos, ademais ao suprir as necessidades dos contratadores estão automaticamente dando a oportunidade dessas pessoas de crescer no âmbito profissional; sendo assim, por ter muitas barreiras, dificuldades, preconceitos, escassez de recursos e confrontos, a mais prejudicada é a mulher negra.

A cada dia, em cada cidade, milhares de mulheres negras, racializadas, 'abrem' a cidade. Elas limpam os espaços que o patriarcado e o capitalismo neoliberal precisam para funcionar.

(VERGÉS, 2019).

Nesse sentido, é visto que a desigualdade de gênero de forma alguma se refere a grupos pequenos, mas sim pela maior parte da população brasileira. Com todas as problemáticas que as mulheres pretas carregam, por conta do desprezo da sociedade, elas acabam aceitando o primeiro trabalho disponível para se sustentar, normalmente os de menor salário e que são mais desvalorizados na sociedade, por exemplo, babás/diaristas e garçonetes. Como descrito pela Organização Internacional do Trabalho (2017), o Brasil é o país com mais empregadas domésticas no mundo; e os dados de 2018 do IPEA (Instituto de Pesquisas Econômicas) afirmam que 68% das mulheres nesse setor são negras.

As mulheres negras empreendedoras, como parte das minorias, podem ser vítimas de discriminação, hostilidade e isolamento, o que resulta em maior probabilidade de se concentrarem em setores de serviços marginalizados e de forte solidariedade. (GIBBS, 2014).



Fonte: Autoras desta pesquisa (2022)

Portanto, é evidente que se comparar em uma hierarquia social³, os homens brancos são privilegiados (estando no topo), sempre com a razão e com os créditos de conquistas que nem sempre são deles; as mulheres brancas estão logo abaixo, sendo menosprezadas, contudo ainda muito privilegiadas. Já quando se trata de raça, os homens negros ficam no espaço antecessor da base, são julgados pelo preconceito instalado, porém por serem homens ficam acima das mulheres. E por último, as mulheres negras que por sua raça e gênero são desvalorizadas, excluídas, inferiorizadas e discriminadas.

As mulheres negras arcam com todo o peso da discriminação de cor e de gênero, e ainda mais um pouco, sofrendo a discriminação setorial-regional-ocupacional que os homens da mesma cor e a discriminação salarial das brancas do mesmo gênero. (SOARES, 2000, p. 51).

Nessa lógica, as mulheres negras necessitam de mais oportunidades e, sobretudo, voz, circunstância e liberdade para fazer suas próprias escolhas.

2.3. EQUIDADE DE GÊNERO

2.3.1 Empoderamento

Com 150 anos, o Movimento Feminista é responsável por auxiliar as mulheres a conquistarem os seus direitos. A busca por resultados eficientes e situações melhores persiste; contudo, com a evolução das ideias da sociedade muito já se foi conquistado, surgindo coragem entre as mulheres para contrapor os conceitos que as inferiorizam. Atualmente, muitas mulheres colocam como prioridade sua liberdade, seu trabalho e melhores condições de vida, sendo elas donas de si; fazendo com que haja uma mudança de visão das mulheres do passado para as de hoje em dia. Dessa forma,/ o empoderamento feminino começou a surgir e se tornar parte da vida de diversas mulheres. (ROSS e GOMES, 2019).

Empoderar: 3. Promover a conscientização e a tomada de poder (esp. o de influência) de (pessoa ou grupo social). Int e p. 4. Adquirir consciência e/ou conquistar poder e influência para realizar mudanças na ordem social, política, econômica e cultural. (MINI AURÉLIO, 8ª EDIÇÃO, 2010).

Empoderamento nada mais é do que uma gama de tarefas de acertos pessoais até a resistência; é criar um poder dentro de si em que nada e nem ninguém é capaz de tirar, ter autoconfiança e autoestima, não permitir ser inferiorizada, identificar a opressão e agir para converter as relações de poder existentes. Está ligado a uma consciência coletiva pelas mulheres, sendo constituído por atitudes contrárias ao machismo e possui como objetivo o fortalecimento da igualdade entre os gêneros, de tal forma que as mulheres tenham o direito de tomar qualquer decisão e participar de diversos debates sobre qualquer assunto, influenciando na religião,

sociedade, e o país como um todo. (BATLIWALA,1994, p.130 apud SARDENBERG, 2006).

Quando a mulher é capaz de lidar com suas emoções, ela começa a ter clareza do potencial que tem, de onde quer chegar, o que ela não abre mão e quais são seus pontos fortes para se reconectar com ela mesma e se fortalecer. Com essa clareza, ela consegue entender qual vai ser a estratégia para alcançar seus objetivos. (GOMES, 2020).

Constata-se então, que o empoderamento abriu caminho para a construção e fortalecimento do empreendedorismo feminino, dando voz às mulheres para minimizar a desigualdade referente ao gênero oposto e trazendo como efeito a transformação no mundo mercadológico. A partir disso, elas conquistaram o reconhecimento de suas trajetórias e conquistas, todas realizadas por conta da independência que carregam. A iniciativa da mulher é individual, toda via a expansão dela é em grupo, pois tudo que já foi vencido com sua batalha deve ser também vista de forma ampla, deixando clara a força que as mulheres portam quando unidas e a proporção eminente de espaço que já dominaram. Logo, o empoderamento é posto em prática quando o indivíduo, conhecendo seus direitos e a si próprio, decide ter poder sobre a própria vida sem permitir ser diminuído. A partir disso, ao ser posto em prática diariamente, ele ocorre como consequência e de forma despercebida. (AZEVEDO, 2019).

2.3.2. Liderança

A destruição parcial do estereótipo da mulher submissa, culturalmente situada na sociedade, fez com que elas construíssem uma nova personalidade, proporcionando a ampliação, instalação e o aumento crescente da participação feminina no meio empreendedor. A sede por equidade de gênero fez da mulher independente e pronta para mostrar que é capaz de ser igual ao homem e gerir de maneira confiante e visionária as mesmas atividades. Nesse contexto, Munhoz (2000) afirma, sobre a importância de passar pelos obstáculos enfrentados pelas mulheres, que este ato se mostra agente para que elas estabeleçam a vontade de buscar a independência financeira, valorização pessoal, social e familiar mediante ao seu próprio negócio, convencendo a si e aos outros sua capacidade de assumir o lugar de liderança. Complementa Rodrigues (2020): “Mesmo que a pessoa tenha experiência,

ela necessita percorrer um caminho de enfrentamentos para ocupar cargos maiores”.

De acordo com Chiavenato (2004, p. 446) “Liderança é, de certa forma, um tipo de poder pessoal. Através da liderança uma pessoa influencia outras pessoas em função dos relacionamentos existentes”. Os cargos de liderança são competitivos para serem preenchidos por ganhar um salário maior, pelo mérito de se destacar e pela possibilidade de promover um ótimo rendimento para a empresa. Apesar disso, eles exigem mais esforço, responsabilidade e um perfil específico para ocupá-los; dessa forma, as mulheres estão se destacando nesses papéis por possuírem habilidades que promovem um ambiente de trabalho mais cooperativo e, conseqüentemente, mais eficiente, conforme afirma Loden (1988).

A mulher vive com a dificuldade de exercer seu trabalho por causa do preconceito diariamente presente, porém com suas competências interpessoais de ouvir, se comunicar, ter empatia, ser perceptível, entre outros, aproveita dessas habilidades para se privilegiar, conquistando uma alta visibilidade em cargos pertencentes ao topo hierárquico. Contudo, essas características também podem estar presentes nos homens, o que não altera, de forma alguma, a relevância das mulheres, como comprova Loden (1988), que diz que as mulheres incentivam a comunicação aberta, colocam a cooperação acima da competição, encorajam a criatividade e a autonomia entre as pessoas.

As qualidades que definem a liderança feminina não são, de forma alguma, características limitadas exclusivamente às mulheres. Estes traços certamente podem ser encontrados entre os homens. Também é verdade que existem algumas mulheres que se sentem mais à vontade dentro de um estilo de liderança predominantemente masculino, da mesma forma que existem homens que acreditam que a abordagem feminina seja mais natural. Mas a diferença chave é que as mulheres, enquanto uma classe, exibem estas características particulares de liderança de uma forma muito mais acentuada do que os homens. O fato da liderança feminina ser uma generalização, e pode não ser aplicável a todos os indivíduos, não a torna menos válida, relevante ou significativa. (LODEN, 1988, p.16).

Segundo a Pesquisa da Organização Internacional do Trabalho – OIT (2017), “[...] empresas com líderes femininas encontram resultados até 20% melhores” e como exemplifica McKinsey Study (2022), quando relacionado com a média da indústria, as organizações com um número maior de mulheres presentes na liderança encontram como resultado operacional o aumento de 48% e um progresso de 70% no faturamento, além diminuir em 20% a probabilidade de falência da empresa. Com isso

e com o que já foi falado no decorrer deste trabalho, as mulheres com suas habilidades interpessoais devem ser vistas nas empresas como portadoras de um potencial eminente e com a devida capacidade para contribuir com uma cultura organizacional mais forte. Mesmo com os sistemáticos obstáculos que as afligem, elas são fundamentais para a transformação digital e o futuro do trabalho, que é o que define pelo que o mercado corporativo está percorrendo.

Ao ser adotado, pela gestão de capital humano, um ambiente de trabalho mais inclusivo, igualitário e diverso, é gerado como efeito resultados além da perspectiva financeira; dando aos funcionários satisfação e engajamento, e para a empresa o fortalecimento e uma boa reputação para a marca. Tendo como consequência uma visão bem-intencionada sobre a organização. Como exemplifica a ONU Mulheres e o Pacto Global (2015), que criaram os Princípios de Empoderamento das Mulheres, que tem como objetivo guiar as empresas a introduzir práticas e atitudes que consolidem a igualdade de gênero.

2.3.3. A importância da mulher no mercado de trabalho

É perceptível, que mesmo com o avanço do empoderamento feminino, houve um atraso no mercado econômico por conta da exclusão do gênero feminino (GASMAN, N. apud BIGARELLI, B., 2018); que por sua vez, ao ganhar a devida visibilidade, mostrou que está à altura de competir com os homens; como exemplifica a Revista Usp (2011), “[...] dentre os brasileiros que trabalham nas últimas seis décadas, as mulheres são praticamente a metade, sendo responsáveis pelo sustento próximo de 33% das famílias brasileiras.” A vista disso, pode-se perceber que o trabalho feminino possui grande valor.

A igualdade agrega valor e diversidade. Em um ambiente em que todas as pessoas conseguem se sentir contempladas e respeitadas, você tem um espaço mais produtivo e é capaz de dialogar com mais públicos, trazendo um produto ou serviço que contemple melhor as demandas sociais. (MENDES, 2020).

A valorização das competências e habilidades de cada funcionário de forma igualitária é fundamental, proporcionando uma evolução para o meio comercial,

econômico, industrial e tecnológico. É imprescindível que toda empresa lide com várias pessoas (funcionários ou clientes) de todos os tipos, seja por raça, gênero, etnia, religião e personalidade. Nessa perspectiva, o desenvolvimento profissional das mulheres é crucial, já que a diversidade é uma ferramenta essencial em qualquer negócio. Como afirma Santiago (2020): “É preciso compreender que colocar as mulheres para dentro não é o ponto de chegada, mas o de partida. É essencial trabalhar as relações de gênero dentro das empresas e nas políticas públicas”. A presença delas dentro das empresas gera diversos impactos positivos, como: inspirar outras mulheres a conquistarem sua independência financeira, estimular a sua autoconfiança e competitividade, incentivar a administrar seu próprio negócio, crescer profissionalmente e contribuir para a redução dos preconceitos de gênero e abusos contra a mulher. Desse modo, a inclusão do sexo feminino e o investimento na qualificação no âmbito profissional, possibilitaria melhores níveis socioeconômicos.

Gráfico 01. Contribuição das mulheres no cenário empreendedor.



Fonte: Alcione L. de Araújo; Plínio G. Fahd; Simone P. Costa

Pode-se perceber, por meio deste gráfico, levando em consideração as experiências de cada empreendedora e suas opiniões de fontes de inspiração para outras mulheres que desejam ingressar no mundo mercadológico, que há diferentes visões do mercado de trabalho e que ter mulheres se desenvolvendo profissionalmente e chegando em cargos de liderança inspiram outras mulheres a fazerem o mesmo; são as motivações de outras para iniciar uma atuação independente. Esses exemplos são de grande relevância por incentivar e credibilizar

a função que a mulher efetua profissionalmente, pois elas são responsáveis por abrirem novos empreendimentos.

2.3.4. A igualdade na prática

Para compreender o que falta a ser feito para a mulher ser vista, não apenas por lei, igual ao homem no mercado econômico é necessário entender que os dois gêneros possuem as mesmas capacidades e direitos, conforme prevê a Constituição de 1988, o documento jurídico mais importante do país, no Art. 5º que diz “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade”. Contudo, a problemática da desigualdade de gênero vive um ciclo infinito difícil de ser quebrado, haja vista que afeta a sociedade no geral, mas é alimentado pela própria (SANTIAGO, 2020).

A Constituição de 1988 também prevê no Art. 7º: “proteção do mercado de trabalho da mulher, mediante incentivos específicos, nos termos da lei” (inciso XX); e a “proibição de diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil” (Inciso XXX). Há também a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT) que assegura os direitos ao trabalho da mulher, como: licença-maternidade, intervalo para amamentação, repouso após aborto e duração, condições e discriminação do trabalho.

Como comentado ao longo deste trabalho, a desigualdade de gênero é algo arcaico e estruturado dentro da sociedade, não sendo praticado o que dizem as leis; desse modo, é difícil e complexo mudarmos algo tão instalado e passado de geração em geração. Entretanto, há soluções que se aplicadas podem acabar com essa discriminação, transformando a sociedade.

Nosso papel na busca pela equidade de gênero é desconstruir vieses que estejam enraizados, de forma consciente ou não, em homens e mulheres. Isso parte muito do diálogo e do bom exemplo. Além disso, trabalhar nossa autoconfiança e acabar com a autossabotagem” (MACEDO, 2020).

A princípio, é possível começar a mudança em ações básicas como romper o ciclo estrutural que se institui em pequenas, simples e invisíveis tarefas do cotidiano, que por muitas vezes não são consideradas fatores que contribuem para a

desigualdade, por exemplo ser apenas a mulher a responsável pela educação dos filhos.

Segundo Goldenberg (2020), o combate à desigualdade de gênero deve ser uma pauta importante para as empresas, não apenas pela questão da justiça social, mas também pelo diferencial competitivo que a diversidade oferece; elas precisam saber onde essa questão se concentra e depois traçar um plano tático com ações afirmativas para reverter as questões de gênero e como isso afeta o dia a dia no trabalho.

No âmbito empreendedor deve-se tratar a desigualdade de forma específica fazendo recrutamento por meio de currículo cego, identificar e investir em mulheres com potencial para ascenderem à liderança, adotar uma política formal de compromisso com a equidade de gênero e diversidade, criar um canal de denúncia e combate à discriminação de gênero, incentivar e apoiar o equilíbrio entre vida profissional e pessoal, flexibilizando a jornada de trabalho e promover capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres. (GOLDENBERG, 2020).

Solucionar a desigualdade de gênero não é um ataque de ódio contra os homens, pelo contrário, é uma dinâmica social que exclui as mulheres; é trazê-los para a conversa e torná-los agentes de mudança. A desigualdade de gênero afeta toda a sociedade, portanto, para obtermos um ambiente em equilíbrio sem a superioridade e a autoridade pressuposta na masculinidade, os homens são essenciais (SANTIAGO, 2020). Como justifica Goldenberg (2020), “eles também precisam se atentar a vieses inconscientes, que muitas vezes levam as pessoas a dar oportunidades para outros que sejam parecidos com elas, e neutralizá-los”.

Essas questões também oprimem os homens, mas de forma diferente. O sexismo não é bom para nós enquanto sociedade. De forma prática, os homens colaboram quando elogiam o trabalho de uma mulher, não só para ela, mas para os pares, superiores e para a empresa em geral. (FOLEGO, 2020).

Um empecilho na construção da equidade de gênero é a masculinidade tóxica, nela os homens são fadados a prisões sociais e possuem a necessidade de se impor como “homem de verdade” estabelecido e esperado pela sociedade patriarcal, não permitindo que eles demonstrem seus sentimentos e se expressem genuinamente, conforme afirma o grupo de pesquisa Movimento +Mulher360 (2022). Em vista disso, para desconstruir essa masculinidade tóxica, é fundamental encorajar

o sexo masculino a se manifestarem sem julgamentos e novos estereótipos, por meio de diálogos profundos e mostrando a eles novas possibilidades de ser homem em meio a população (+MULHER360, 2022). Essas ações podem ser realizadas por empresas de forma afirmativa ou por projetos sociais, por exemplo, o Instituto Promundo (uma organização não governamental brasileira), que atua em diversos países com o objetivo de promover a equidade de gênero através de diversos programas de incentivo à paternidade equitativa e não violenta, desconstrução das normas rígidas associadas à masculinidade, justiça econômica, entre outros. Com isso, há diversas práticas que os homens podem adotar para proporcionar a equidade de gênero, como assumir a causa (conversar com outros homens sobre a responsabilidade de criar um ambiente inclusivo), incentivar a participação das mulheres, posicionar-se perante as situações de preconceito e dar o crédito às mulheres. (+MULHER360, 2022).

A representatividade é outro fator indispensável, por meio deste há o reconhecimento e o compromisso entre igualdade e diferença de direitos individuais e em grupos. A comparação entre os sexos feminino e masculino é desigual e injusta, dessa forma, quando as mulheres se juntam e se unem, surge um princípio chamado sororidade que envolve empatia, solidariedade e respeito. Quando há representatividade muitas mulheres se veem inspiradas e tomam coragem para se manifestarem e conquistarem seus lugares de liderança, de voz. (MELO, 2022).

Existem diversos casos de mulheres que conseguiram deixar a sua marca e irem contra os padrões misóginos da sociedade defendendo suas convicções e lutando para ascender profissionalmente. Dentre elas, alguns exemplos são:

- Cristina Junqueira (38), cofundadora do Nubank; executiva saiu de instituição tradicional para ajudar a estruturar o banco mais valioso da América Latina e atualmente se encontra na lista das mulheres mais poderosas do Brasil.
- Luiza Helena Trajano (74), a empresária à frente da Magazine Luiza, transformou a empresa familiar em uma das mais importantes para a bolsa de valores brasileira, e em 2021 foi considerada pela Forbes uma das mulheres mais ricas do Brasil, com um patrimônio de 1,4 bilhões de dólares.
- Maria Júlia Coutinho Portes (44), conhecida como Maju Coutinho, é uma jornalista e apresentadora da Rede Globo. Atualmente é um

grande símbolo de representatividade sendo a primeira mulher negra na bancada do Jornal Nacional.

- Zica de Assis (62), é dona do Beleza Natural, a rede de salões que de forma revolucionária e com produtos exclusivos, alcançou o faturamento de 250 milhões em 2015. (OGLOBO, 2016)

3. Considerações Finais

No decorrer do desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso, tivemos uma ruptura no grupo do qual fazíamos parte, no planejamento da pesquisa, em meados de concluí-lo; pois nós duas, autoras deste artigo, queríamos trazer uma outra temática para esta oportunidade de pesquisa. Mesmo com a ansiedade e preocupação de ter que começar tudo do zero, tivemos grande auxílio da nossa orientadora, Profa. Tânia, que nos ajudou muito a concluí-lo da melhor forma possível, baseado na nossa empolgação de falar, pesquisar e escrever sobre este tema que é tão atual e afeta tanto a sociedade.

Agora, ao chegar ao fim deste artigo, leva-se em consideração que foram apresentados fatos e dados, através de pesquisas bibliográficas, mostrando que a problemática da desigualdade de gênero está enraizada na sociedade, fazendo com que as pessoas do sexo feminino tenham um espaço histórico de desvalorização e restrições. Apesar do grande avanço em direção à igualdade até aqui, a mulher ainda está sujeita a estereótipos de onde deve estar e de como agir, resultando em uma diferença de oportunidades e crescimento da misoginia. Em vista disso, por não vivermos em uma sociedade plenamente igualitária, a desigualdade de gênero ainda é um assunto recorrente, fazendo do feminismo importante e indispensável, proporcionando diversas realizações femininas; pois enquanto tivermos a opressão de gênero será necessária a luta para reivindicar os direitos das mulheres, que não devem ser respeitados somente por força de lei, todavia na prática. Sendo talvez, no futuro, desnecessário esse movimento, vivenciando finalmente o pleno direito ao próprio corpo, à própria identidade e à igualdade com os homens.

No que diz respeito à hipótese de pesquisa: ela se confirmou: foram apresentadas diversas atitudes que podem ser aplicadas tanto individualmente, pela

própria população (inclusive homens e mulheres), quanto pelas empresas que tem papel fundamental na solução da desigualdade. Foi exposta também a relevância da representatividade que manifesta o resultado do empoderamento e da luta a favor da equidade de gênero. Desta forma, o objetivo geral foi alcançado.

Vale salientar que, pelo conhecimento do tema Igualdade de gênero no mercado econômico, ser dinâmico (não está pronto, está sendo construído), a pesquisa se torna inconclusiva no sentido de que outras tantas contribuirão para esta luta. Porém ansiamos que este artigo sirva como fonte de referência para futuras pesquisas que olhem para a mulher de forma igual ao homem, uma figura também importante no mercado econômico, contribuindo para o crescimento do empreendedorismo feminino e prosperidade de uma sociedade justa.

Referências

- ABRAMO, L. **Desigualdades de Gênero e Raça no Mercado de Trabalho Brasileiro.** *Ciência e Cultura*. dez. 2006. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252006000400020#:~:text=A%20porcentagem%20de%20mulheres%20ocupadas,a%20uma%20cifra%20de%2033%25>. Acesso em: 20 out. 2022.
- AGUIAR, H. **Mulheres negras empreendedoras no Brasil: suas barreiras e comportamento de superação para empreender.** *Universidade Nove de Julho*. fev. 2022. Disponível em: <<http://bibliotecatede.uninove.br/handle/tede/2903>>. Acesso em 23 out. 2022.
- AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendimento.** *Uniesp Revistas*. out. 2011. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 20 out. 2022.
- ARAÚJO, A. L. DE; FAHD, P. G.; COSTA, S. P. **Empreendedorismo Feminino: O Empoderamento da Mulher no Mercado de Trabalho na cidade de Santa Inês - MA.** *Open Science Research III*. out. 2020. Disponível em: <<https://downloads.editoracientifica.com.br/articles/220308193.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2022.
- AZEVEDO, A. **Empoderamento: o que significa esse termo?** *Politize*. jul. 2019. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/empoderamento-o-que-significa-esse-termo/>>. Acesso em: 08 nov. 2022.
- BIGARELLI, B. **Precisamos criar um ambiente onde as mulheres não precisam trabalhar mais do que os homens.** *Época Negócios*. mar. 2018 Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Vida/noticia/2018/03/precisamos-criar-um-ambiente-onde-mulheres-nao-precisem-trabalhar-mais-do-que-os-homens.html>>. Acesso em: 1 dez. 2022.
- BOLOGNESI, N. **Liderança Feminina no ambiente corporativo: importância e exemplos.** *Marketup*. Disponível em: <<https://marketup.com/blog/lideranca-feminina/>>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- BOX 1824. **Potências (in)visíveis.** *Indique uma preta*. out. 2020. Disponível em: <<https://readymag.com/u1818798514/2293759/6/>>. Acesso em 21 out. 2022.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Art. N°5**. In: Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. 29. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

CAMPOS, K. **Mulher no mercado de trabalho: evolução, importância e desafios a superar**. *Linkedin*. jun. 2022. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/mulher-mercado-de-trabalho-evolu%C3%A7%C3%A3o-import%C3%A2ncia-e-desafios-campos?trk=pulse-article>>. Acesso em: 11 nov. 2022.

CAMPOS, M; **Empreendedorismo como desenvolvimento pessoal**. *O TEMPO*. jan. 2020. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/opiniao/matheus-vieira/empreendedorismo-como-desenvolvimento-pessoal-1.2280803>>. Acesso em: 20 out. 2022.

CARVALHO, B. **Desigualdade no mercado de trabalho é ainda mais nociva para mulheres negras**. *Expresso Estadão*. maio. 2022. Disponível em: <<https://expresso.estadao.com.br/naperifa/desigualdade-no-mercado-de-trabalho-e-ainda-mais-nociva-para-mulheres-negras/>>. Acesso em: 11 nov. 2022.

CULTURE AMP. **Liderança feminina: a importância das mulheres em cargos mais altos**. *BWG*. Disponível em: <<https://www.bwg.com.br/lideranca-feminina-importancia/>>. Acesso em: 14 nov. 2022.

DE, G.; MUNHOZ, S. **Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras?** out. 2000. Disponível em: <<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/GPE2000-01.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

DORNELAS, J; **Empreender não é sinônimo de criar empresa**. Disponível em: <<https://www.josedornelas.com.br/blog/empreender-nao-e-sinonimo-de-criar-empresa>>. Acesso em: 28 set. 2022.

FAHS, Ana C. Salvatti. **Movimento feminista: história no Brasil**. *Polítize*. Set. 2016. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/movimento-feminista/>>. Acesso em 28 set. 2022.

FIA Business School. **Empreendedorismo: o que é, vantagens e como se tornar um empreendedor**. jun. 2021. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/empreendedorismo/>>. Acesso 09 de out.

INSTITUTO FEDERAL SUL RIO GRANDENSE. **Teoria comportamental empreendedora**. Disponível em: <[http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/~ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedor%20a%20\(1%C3%A2minas\).pdf](http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/~ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedor%20a%20(1%C3%A2minas).pdf)>. Acesso em: 9 nov. 2022.

LIMA, L. **Quantas mulheres (negras) garantem seu sucesso? Nós, mulheres da periferia**. 05 maio. 2022. Disponível em: <<https://nosmulheresdaperiferia.com.br/quantas-mulheres-negras-garantem-seu-sucesso/>>. Acesso em: 21 out 2022.

MARCONDES, M. M.; PINHEIRO, L.; QUEIROZ, C.; QUERINO, A. C.; VALVERDE, D. **Dossiê Mulheres Negras: retrato das condições de vida das mulheres negras no Brasil**. *Universidade de São Paulo (USP)*. abr. 2018. Disponível em: <https://www.fenasps.org.br/images/stories/pdf/dossie.ipea.condi.vida.mulheres.negras_abril-2018.pdf#page=55> Acesso em: 23 out. 2022.

MENDES, T. **Estudo estima mais de 250 anos para igualdade entre homens e mulheres no mercado**. *Revista NaPrática*. jan. 2020. Disponível em: <<https://www.napratica.org.br/equidade-de-genero-no-mercado-de-trabalho/#:~:text=%E2%80%9C colher%20para%20dentro%20mesmo%2C%20para>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MENDONÇA, Camila. **Movimento social em apoio às mulheres**. *Educa mais Brasil*. jan. 2019. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/historia/feminismo>>. Acesso em 28 set. 2022.

MULHERES 360. **O papel do homem na equidade de gênero**. 2022. Disponível em: <https://movimentomulher360.com.br/wp-content/uploads/2021/08/AF_eBooksMM360_PapelHomemEquidadeGe%CC%82nero.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2022.

NASCIMENTO, M. A. DO. **Gestão feminina: a liderança feminina nas organizações brasileiras.** *Ideias e Inovação - Lato Sensu*. jun. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/5608/2831>>. Acesso em: 07 nov. 2022.

PERES, S. B. D.; GOMES, E. H. **Estudo sobre o empoderamento feminino através de comunidades de tecnologia.** *SBC-OpenLib*. jun. 2020. Disponível em: <<https://sol.sbc.org.br/index.php/wit/article/view/11298>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

PENZANI, R; **Purl: curta da Pixar discute masculinidade tóxica de forma sensível.** *Lunetas*. abr. 2019. Disponível em: <<https://lunetas.com.br/purl-novo-curta-da-pixar/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

PORTAL EXPONENCIAL. **É da Conta Delas: a importância das mulheres na economia.** fev. 2011. Disponível em: <<https://www.creditas.com/exponencial/e-da-conta-delas-economia/>>. Acesso em: 07 nov. 2022

RAMOS, A.; ALMEIDA, L.; CARMO, D. **DESIGUALDADE NAS ORGANIZAÇÕES: inclusão das mulheres no mercado de trabalho.** mar. 2021. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/5821/1/recursoshumanos_2021_1_anamos_desigualdadenasorganizacoes.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2022.

REDAÇÃO CASHME. **Empreender ou Ser Empregado: Ainda Vale à Pena Empreender?** abr. 2020. Disponível em: <<https://www.cashme.com.br/blog/empreender-ou-ser-empregado/#:~:text=Ser%20um%20empreendedor%20vai%20muito%20al%C3%A9m%20e%20ser%20o%20dono>>. Acesso em: 28 set. 2022.

RIBEIRO, L. **O Sucesso Não Ocorre Por Acaso.** São Paulo, BR: Moderna, 1992.

RODRIGUES, S. **Conheça a história do feminismo no Brasil.** Revista Azmina. jan. 2020. Disponível em: <<https://azmina.com.br/reportagens/feminismo-no-brasil>>. Acesso em: 11 nov. 2022.

SANTOS, R. C.; SACRAMENTO, S. M. P. DO. **O Antes, o Depois e as Principais Conquistas Femininas.** Anagrama. jun. 2011. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35598/38317>> Acesso em: 11 de nov. 2022.

SANTOS, S. J.; JUNIOR, S. J. M. **Empoderamento Feminino: Um estudo de campo com mulheres em diversos espaços da sociedade local.** out. 2019. Disponível em: <<https://dspace.doctum.edu.br/bitstream/123456789/2354/1/EMPODERAMENTO%20FEMININO.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2022.

SILVA, Daniel Neves. **Feminismo no Brasil.** *Brasil Escola* Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiab/feminismo.htm>>. Acesso em: 28 set. 2022.

SOUZA, Emilly; SILVA, Yasmin. **Os desafios do empreendedorismo feminino.** 2021. Disponível em: <<http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/6922>> Acesso em: 20 set. 2022.

TEIXEIRA, S. **Pesquisa revela situação para mulheres negras no mercado de trabalho.** *Nós, mulheres da periferia*. 25 nov. 2020. Disponível em: <<https://nosmulheresdapерiferia.com.br/NEGRAS-NO-MERCADO-DE-TRABALHO/>>. Acesso em: 21 out. 2022.

UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL. **Mulher no mercado de trabalho: atuação e importância.** EAD UNISC. mar. 2020. Disponível em: <<https://ead.unisc.br/blog/mulher-mercado-trabalho>>. Acesso em: 15 nov. 2022.

YOUTUBE. **Aprenda com Elas - 'Feminismo' é tema de programa de estreia.** Videoclipe da entrevista. Disponível em: <<https://youtu.be/0phLcNs8E3c>>. Acesso em: 28 set. 2022.

YOUTUBE. **Desigualdade Social: Desigualdade de Gênero e a Luta por direitos [4/4].** Videoclipe da entrevista. Disponível em: <<https://youtu.be/F8pt6ash2Rk>>. Acesso em: 28 set. 2022.

YOUTUBE. **Aprenda com Elas - Desigualdade de gênero no mercado de trabalho.** Videoclipe da entrevista. Disponível em: <<https://youtu.be/ERL3MF0KeV8>>. Acesso em: 28 set. 2022. -

YOUTUBE. **Purl | Pixar SparkShorts.** Videoclipe do curta. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B6uulHpFkuo>>. Acesso em: 06 ago. 2022.