

FUCAPE PESQUISA E ENSINO S/A – FUCAPE ES

ADRIANA MARIA CORRÊA RIEDI

MULHERES: trajetórias de resiliência e protagonismo

**VITÓRIA
2025**

ADRIANA MARIA CORRÊA RIEDI

MULHERES: trajetórias de resiliência e protagonismo

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e Administração, da Fucape Pesquisa e Ensino S/A – FUCAPE ES, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Ciências Contábeis e Administração – Nível Acadêmico.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Augusto Pereira Bastos

**VITÓRIA
2025**

ADRIANA MARIA CORRÊA RIEDI

MULHERES: trajetórias de resiliência e protagonismo

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e Administração da Fucape Pesquisa e Ensino S/A – FUCAPE ES, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Ciências Contábeis e Administração.

Aprovada em 11 de junho de 2025.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profº Dr.: SÉRGIO AUGUSTO PEREIRA BASTOS

Fucape Pesquisa e Ensino S/A

Profª. Dra.: AMANDA SOARES ZAMBELLI FERRETTI

Fucape Pesquisa e Ensino S/A

Profº Dr.: JACIR FAVRETTO

Universidade do Contestado UNC

Profº Dr.: WALTER SOUTO DE SOUZA

Fucape Pesquisa e Ensino S/A

Profª. Dra.: ROZÉLIA LAURETT

Fucape Pesquisa e Ensino S/A

AGRADECIMENTOS

À sabedoria divina, que permitiu viver esta vida com capacidade cognitiva e resiliência diante de minhas limitações e obstáculos.

A minha família, Gilberto, meu companheiro de todas as horas, Maria Carolina e Vincenzo, meus filhos, melhores obras de minha existência, motivo primeiro de não me deixar abater, manter o foco e persistir sempre.

A minha mãe, empreendedora da informalidade, gratidão pelo colo, orações e aprendizado para a vida, e ao meu pai, gratidão pelas longas horas de conversa, apoio, confiança e exemplo de determinação.

Meu agradecimento e homenagem ao Professor e Amigo Claudio Semmelmann (in memoriam).

Ao professor Dr. Sérgio Augusto Pereira Bastos pela dedicação, pelas orientações e questionamentos, por socializar seus saberes, cujos de suma importância para o desenvolvimento deste trabalho acadêmico, sentido de direção e foco.

À Liani, Scheila e Iara de forma especial pela sintonia, pelas trocas de energias positivas e experiências diante dos desafios impostos pela dinamicidade que a vida nos impõe.

À FUCAPE pela excelência e a UNC pela oportunidade. Aos professores e professoras do Doutorado muito obrigada pelo aprendizado.

Aos colegas de turma meus sinceros agradecimentos pelo convívio e valiosas discussões.

À todas as mulheres, que participaram com suas histórias e experiências de vida, contribuindo com essa pesquisa, muito obrigada.

“Primeiro faça o necessário, depois faça o possível e, de repente, você vai perceber que pode fazer o impossível.” Luiza Helena Trajano – Empreendedora e Investidora-anjo. (Peres, 2022)

“Mesmo ciente da luta difícil que iria enfrentar tanto na cidade como em meio ao movimento indígena por ser mulher, sabendo que me encontrava numa sociedade que privilegia o domínio político masculino, eu nunca me senti intimidada. Continuamente me incentivei a iniciar minha luta ali decretando para mim mesma que iria enfrentar as dificuldades de cabeça erguida.” - Nelly Duarte – Indígena Marubo e Antropóloga. (Duarte, 2017).

RESUMO

Esta tese investigou o protagonismo feminino em contextos diversos, posicionando a mulher como centro articulador de múltiplas experiências sociais, políticas e econômicas. Assim, a pesquisa foi estruturada em três estudos qualitativos, conduzidos pela metodologia da *Grounded Theory* (GT). O primeiro estudo (Capítulo 2) abordou a influência de pais empreendedores no desenvolvimento do empreendedorismo em filhas empreendedoras, evidenciando que essas mulheres são, de alguma forma, influenciadas pelo ambiente familiar, por meio do *imprinting* e da aprendizagem vicária por meio do empreendedorismo transgeracional. O segundo estudo investigou o protagonismo de mulheres indígenas na construção de identidades políticas coletivas, por meio da articulação entre saberes ancestrais, ativismo digital e resistência cultural. Com base na GT e na Análise de Redes Sociais, a pesquisa destacou o papel dessas mulheres na defesa de direitos, preservação cultural e fortalecimento das redes de pertencimento, sobretudo por meio do uso estratégico de mídias digitais, como a rede Instagram. Já o Capítulo 4 analisou o empreendedorismo feminino sob uma perspectiva comparativa entre formalidade e informalidade, revelando que, embora o empreendedorismo informal represente uma via de superação econômica e emancipação pessoal, ele também impõe desafios relacionados à vulnerabilidade, como a falta de apoio institucional e as limitações de recursos. Em conjunto, os três estudos resultaram na formulação de modelos teóricos próprios, com teorias emergentes e consolidadas, reafirmando a centralidade da mulher na construção de práticas empreendedoras e políticas marcadas pela resiliência.

Palavras-chave: protagonismo feminino; empreendedorismo transgeracional; identidade política indígena; reexistência; empreendedorismo informal; *grounded theory*.

ABSTRACT

This dissertation explores female protagonism across diverse social, political, and economic contexts, positioning women as central agents in the articulation of multiple experiences. The study comprises three qualitative investigations, all grounded in the methodological framework of Grounded Theory (GT). The first study (Chapter 2) examines the influence of entrepreneurial parents on the development of entrepreneurial trajectories among daughters, revealing that these women are influenced—directly or indirectly—by familial environments through mechanisms such as imprinting and vicarious learning through transgenerational entrepreneurship. The second study investigates the role of Indigenous women in constructing collective political identities through the integration of ancestral knowledge, digital activism, and cultural resistance. Drawing on GT and Social Network Analysis, the study highlights the strategic use of digital platforms—particularly Instagram—as tools for rights advocacy, cultural preservation, and the reinforcement of networks of belonging. Chapter 4 offers a comparative analysis of female entrepreneurship in formal and informal contexts, demonstrating that while informal entrepreneurship can serve as a means of economic advancement and personal empowerment, it also entails significant vulnerabilities, including limited institutional support and resource constraints. Collectively, the three studies contribute to the development of original theoretical models, generating both emergent and consolidated theories that reaffirm the centrality of women in shaping resilient entrepreneurial and political practices.

Keywords: female protagonism; transgenerational entrepreneurship; indigenous political identity; re-existence; informal entrepreneurship; grounded theory.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO GERAL.....	11
LEGADO FAMILIAR E EMPREENDEDORISMO FEMININO: DO <i>IMPRINTING</i> À ORIGEM DO PRÓPRIO NEGÓCIO	14
1. INTRODUÇÃO	15
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO	18
2.2 TEORIA DO IMPRINTING	23
2.3 EMPREENDEDORISMO TRANSGERACIONAL	26
3. METODOLOGIA	29
4. ANÁLISE DE DADOS	39
4.1 CATEGORIZAÇÃO	39
4.2 RELAÇÕES E INTEGRAÇÃO TEÓRICA.....	41
4.2.1 Empreendedorismo transgeracional e <i>imprinting</i>	44
4.2.2 Empreendedorismo feminino e interseccionalidade	47
4.2.3 Dificuldades e desafios ao empreendedorismo	50
4.2.4 Estímulos e motivação para empreender	52
4.2.5 Modelo de negócios e estratégias.....	54
4.2.6 <i>Mindset</i> de crescimento	56
4.2.7 Propósito e identidade empreendedora	58
4.2.8 O impacto do empreendedorismo na vida pessoal e familiar.....	60
4.2.9 Autorrealização como um percurso contínuo.....	62
4.3 DISCUSSÃO DOS DADOS.....	64
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS.....	71
APÊNDICE A – TCLE	78
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA	80
SABERES ANCESTRAIS E RESISTÊNCIA DE INDÍGENAS MULHERES: A FORMAÇÃO DE UMA IDENTIDADE POLÍTICA COLETIVA DE REEXISTÊNCIA NO BRASIL	82
1. INTRODUÇÃO	83
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	84
2.1 CONQUISTAS E LIDERANÇA FEMININA NO BRASIL E NO MUNDO	84

2.2 POVOS INDÍGENAS NO BRASIL.....	87
2.3 PROTAGONISMO E LIDERANÇA INDÍGENA FEMININO: UMA TRAJETÓRIA DE INVISIBILIDADE E RESILIÊNCIA NO BRASIL	90
3. METODOLOGIA	96
3.1 GROUNDED THEORY	103
3.2 ANÁLISE DE REDES SOCIAIS	105
4. ANÁLISE DE DADOS.....	107
4.1 CONSTRUÇÃO E ANÁLISE TEÓRICA	107
4.1.1 Raízes epistemológicas e culturais.....	118
4.1.1.1 Oralidade e valorização.....	120
4.1.1.2 Ancestralidade	121
4.1.1.3 Relação com a natureza.....	121
4.1.2 Indígena mulher	122
4.1.3 Preconceito e invisibilização	124
4.1.4 Educação e reexistência	126
4.1.5 Direitos e justiça	126
4.1.6 Ativismo e representatividade.....	128
4.1.7 Identidade política	129
4.1.7.1 A Indígena mulher como centro articulador da identidade política	131
5 CONCLUSÃO	132
REFERÊNCIAS.....	136
APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA	142
APÊNDICE B - TCLE.....	144
IDENTIDADE EMPREENDEDORA EM AÇÃO: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE MULHERES NA INFORMALIDADE E NA FORMALIDADE	146
1. INTRODUÇÃO	147
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	151
2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO	151
2.2 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE	155
2.3 EMPREENDEDORISMO FORMAL OU INFORMAL.....	158
3. METODOLOGIA	160
4. ANÁLISE DOS DADOS	168
4.1 RELAÇÕES E INTEGRAÇÃO TEÓRICA.....	184
4.1.1 Inspiração e modelos	186

4.1.2 Redes de apoio	188
4.1.3 Família	191
4.1.4 Tecnologias sociais.....	193
4.1.5 Motivações	196
4.1.6 Desafios	202
4.1.7 Estratégias e gestão	204
4.1.8 Identidade empreendedora	207
4.1.9 Autonomia e realização pessoal.....	209
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	211
REFERÊNCIAS.....	214
APÊNDICE A – TCLE	220
APÊNDICE B - ROTEIRO PARA A ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO	222
CONCLUSÃO GERAL.....	223

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO GERAL

Historicamente, as mulheres atravessaram os séculos lutando por seu lugar e por seus direitos em um contexto dominado pela figura masculina em todas as esferas sociais (Barreto, 2004). Essa opressão histórica moldou o perfil feminino como símbolo de resiliência, já que as memórias dessa luta se atualizam continuamente diante do machismo e do legado do patriarcado na sociedade contemporânea.

Em função dessa realidade estrutural de desigualdades, as mulheres desenvolvem – ou são socialmente condicionadas a desenvolver – posturas e/ou competências associadas à liderança, como forma de encarar seus compromissos cotidianos. Essa liderança se manifesta em diversas esferas e lugares da sociedade, seja no ambiente familiar, nas trajetórias profissionais, na carreira empreendedora, nos territórios indígenas, nos espaços de representação política, no ativismo sociopolítico, na luta pelos seus direitos ou em qualquer outro lugar que escolham ocupar.

É com foco no protagonismo feminino em múltiplas esferas sociais, mas principalmente nos negócios, que esta tese posiciona a mulher como o centro articulador. A figura e as narrativas de diversas mulheres são transformadas em objeto de teorização. Nesse local de pertencimento, elas são inseridas em construções discursivas que buscam entender, construir, explicar, normatizar ou contestar suas inúmeras atuações sociais, sejam como empreendedoras, como filhas de empreendedores, como mulheres indígenas, como agentes políticos ou em diversas outras existências sociais, políticas e culturais. Diante disso, esta pesquisa abarcou três estudos, organizados em três capítulos. Juntos, eles contribuem para a

construção de histórias de protagonismo e resiliência de mulheres que inspiram e lutam constantemente por seu lugar no mundo.

Assim, o Capítulo 2 aborda o legado familiar como uma forma de *imprinting* no empreendedorismo feminino. Objetivou-se compreender a relação entre filhas e genitores empreendedores no desenvolvimento de uma mentalidade e de ações empreendedoras. O estudo foi embasado pela Teoria do *Imprinting*, que parte da premissa de que características do ambiente impactam as ações futuras ao se decidir criar uma empresa ou iniciar uma carreira empreendedora (Brinkmann & Hoon, 2021; Marques et al., 2023; Stinchcombe, 1967). Da mesma forma, apoiou-se na Teoria do Empreendedorismo Transgeracional, a qual busca explicar como experiências, valores e conhecimentos são transmitidos entre gerações e de que modo contribuem para moldar a personalidade empreendedora, seja nas decisões, seja no comportamento (Al-Dajani et al., 2024; Canovi et al., 2022; Combs et al., 2023; Jaskiewicz et al., 2015).

O Capítulo 3 apresenta um estudo sobre saberes ancestrais e resistência coletiva formada por mulheres indígenas, demonstrando o modo como se constituem suas identidades políticas coletivas de reexistência no Brasil. Buscou-se compreender a articulação das mulheres indígenas com ênfase nas identidades políticas coletivas, promovendo estratégias de reexistência, visibilidade, justiça e defesa dos territórios. Dessa pesquisa emergiram narrativas de mulheres indígenas que lutam diariamente para manter viva a história, o conhecimento e a realidade dos povos originários, frequentemente invisibilizados em diversos contextos sociais (Abílio, 2022; Domingues, 2022).

O Capítulo 4 discorre sobre a identidade empreendedora por meio de uma análise comparativa entre mulheres atuantes na informalidade e na formalidade. O

objetivo que guiou esse estudo foi compreender as trajetórias empreendedoras de mulheres atuantes na formalidade e informalidade, com foco na construção de suas identidades empreendedoras, identificando convergências e divergências entre os dois grupos.

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, e todos os estudos tiveram como fio condutor a metodologia da *Grounded Theory*, que adota uma perspectiva construtivista e se apoia em dados primários decorrentes, principalmente, de entrevistas, a partir de roteiros semiestruturados.

CAPÍTULO 2

LEGADO FAMILIAR E EMPREENDEDORISMO FEMININO: DO *IMPRINTING* À ORIGEM DO PRÓPRIO NEGÓCIO

RESUMO

Em empresas familiares, um dos principais obstáculos enfrentados pelos fundadores é transmitir o espírito empreendedor às próximas gerações. Tradicionalmente, o processo é de que a sucessão passe para membros masculinos da família, e por vezes, somente em segundo caso, as mulheres entram na linha sucessória. Diante da sucessão feminina ocorrer, muitas vezes, pela circunstância, esta pesquisa se posiciona no contexto em que as mulheres são secundárias no círculo familiar. As Teorias do *Imprinting* e do Empreendedorismo Transgeracional discorrem sobre aspectos que tangenciam o fenômeno do desenvolvimento do espírito empreendedor por influência de outros, dentre os quais seus familiares. Partindo desse entendimento, esta pesquisa busca compreender a relação entre filhas e genitores empreendedores no desenvolvimento de uma mentalidade e de ações empreendedoras. A pesquisa tem caráter qualitativo e interpretativo, com perspectiva construtivista, portanto utiliza o método *Grounded Theory* (GT). Foram entrevistadas, em profundidade, 11 empreendedoras filhas em duas rodadas de seis e cinco entrevistas, respectivamente. O uso da GT sugere um modelo teórico derivado das análises dos dados e teoria emergente, culminando na Codificação Teórica “Empreendedorismo Feminino como Legado, Propósito e Identidade Empreendedora”. Aponta-se que as filhas de empreendedores que recebem direta ou indiretamente influências de seus genitores empreendedores, podem optar pelo empreendedorismo fora do negócio familiar, resultando em realização pessoal derivada da paixão em escolhas tanto conscientes quanto por afinidade.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; genitores; *grounded theory*; empreendedorismo transgeracional; *imprinting*.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino consolida-se como campo de estudo na literatura acadêmica, sendo abordado sob diferentes perspectivas que envolvem fatores sociais, econômicos e culturais (Duminelli et al., 2017; Samuel, 2014). Apesar dos avanços no reconhecimento da importância do empreendedorismo feminino, as relações de poder ainda impõem barreiras estruturais à equidade de gênero, indicando que esse fenômeno ultrapassa a dimensão econômica e envolve mudanças na dinâmica social e no acesso às oportunidades (Lingappa & Rodrigues, 2023; Marinho & Gonçalves, 2016).

Dentre as barreiras naturais do empreendedorismo, mulheres empreendedoras enfrentam desafios adicionais em relação aos homens, principalmente em economias emergentes. Entre esses desafios, destacam-se: o acesso a recursos financeiros, a cultura patriarcal, os conflitos ao conciliar a vida profissional com questões familiares, a maternidade e o preconceito (Lima et al., 2024). Para superar, em parte, tais dificuldades, mulheres empreendedoras utilizam redes colaborativas, nas quais compartilham recursos e inovações como estratégia para o fortalecimento e crescimento de seus negócios e para o empoderamento feminino (Lingappa & Rodrigues, 2023).

Embora o empreendedorismo e o empoderamento estejam conceitualmente ligados, o empoderamento configura-se como um processo multidimensional relacionado à “autonomia, libertação, participação, autoconfiança, mobilização e autodeterminação” (Ojediran & Anderson, 2020, p. 4). Dessa forma, observa-se o interesse crescente das mulheres pelo empreendedorismo como instrumento

emancipatório frente à pobreza, à discriminação e às restrições patriarcais (Ojediran & Anderson, 2020).

O fenômeno do empoderamento encontra-se em constante evolução e discute a busca por alterações nas relações de poder preexistentes, transcendendo fatores meramente econômicos (Duminelli et al., 2017; Marinho & Gonçalves, 2016). As relações de poder tornam-se evidentes nos estudos sobre a desigualdade de gênero no empreendedorismo, ao se comparar o desempenho entre homens e mulheres, o que evidencia lacunas na pesquisa sobre igualdade de gênero (Ferretti & Souza, 2022; Yadav et al., 2022). Além disso, constata-se a necessidade de estudos qualitativos desagregados que abordem fatores macro e micro do empreendedorismo feminino em países em desenvolvimento (Ferretti & Souza, 2022; Yadav et al., 2022).

Quando realizadas pesquisas desagregadas por gênero, geralmente não se incluem aspectos do círculo familiar e social, fundamentais para a compreensão das motivações das mulheres empreendedoras (Yadav et al., 2022). Tal constatação reforça a necessidade de se investigar diferentes dimensões do empreendedorismo feminino (Azmi et al., 2022). Ademais, fatores culturais e a natureza da indústria em que o empreendimento ocorre continuam a influenciar a preferência por herdeiros do sexo masculino em empresas familiares, perpetuando a exclusão das filhas do processo sucessório (Al-Dajani et al., 2024).

A Teoria do *Imprinting* (Stinchcombe, 1967) sugere que as características do ambiente no momento da fundação de uma empresa ou início de uma trajetória empreendedora impactam ações futuras. Já a Teoria do Empreendedorismo Transgeracional busca explicar como experiências, valores, habilidades, conhecimentos e atitudes transmitidos entre gerações moldam o comportamento empreendedor (Jaskiewicz et al., 2015).

Essas teorias, no contexto do empreendedorismo feminino, contribuem para a compreensão do fenômeno, embora não esgotem o entendimento de como a convivência com pais empreendedores molda a identidade e as escolhas profissionais das filhas (Al-Dajani et al., 2024). A importância da família no surgimento de novos empreendedores é amplamente reconhecida (Jaskiewicz et al., 2015); entretanto, não se concentra na análise da convivência das filhas com pais empreendedores e sua influência no desenvolvimento de mentalidades empreendedoras femininas.

Diante disso, esta pesquisa busca compreender a influência da dinâmica da convivência das filhas com pais empreendedores no desenvolvimento de mentalidades e ações empreendedoras. O fenômeno torna-se ainda mais complexo ao se considerar casos em que não há suporte familiar para o ato de empreender, assim a trajetória empreendedora feminina ocorre com maior autonomia.

Para tal, adota-se uma abordagem qualitativa baseada na metodologia da Grounded Theory (GT), conforme desenvolvida por Charmaz (2006, 2009, 2014), para a coleta, organização, análise e produção de conhecimento. A relevância da abordagem qualitativa com o uso da GT confirma-se diante da necessidade de estudos que explorem as influências familiares na condução de negócios por mulheres (Corrêa et al., 2022). Empreendedores frequentemente relatam terem sido influenciados por modelos como colegas, pessoas famosas e familiares, que figuram como referências e inspiram suas decisões de carreira e objetivos profissionais (Bosma et al., 2011; Cardella et al., 2020; Corrêa et al., 2022).

Globalmente, observa-se o avanço das mulheres no protagonismo econômico, ocupando posições anteriormente inacessíveis e reduzindo a disparidade de gênero na criação de novos negócios (Corrêa et al., 2022; Jaskiewicz et al., 2015; Rodrigues et al., 2022). Todavia, os discursos tradicionais sobre empreendedorismo ainda

retratam esse comportamento como neutro em termos de gênero, estabelecendo, na prática, o homem como padrão e a mulher empreendedora como exceção (Ferretti & Souza, 2022; Souza, 2023).

Apesar desse contexto, a atividade empreendedora feminina apresenta dados expressivos: para cada grupo de 100 mulheres que empreendem por necessidade, outras 120 o fazem por oportunidade (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2023, p. 5). Esses números reforçam a importância da presença feminina no ambiente de negócios e a necessidade de realização de estudos sobre o empreendedorismo feminino, especialmente em países em desenvolvimento (Azmi et al., 2022; Lingappa & Rodrigues, 2023; Ojong et al., 2021; Yadav et al., 2022).

Esta pesquisa traz uma contribuição teórica para o entendimento da experiência familiar como fator inspirador e influenciador das decisões de carreira das filhas de empreendedores. A análise considerou o impacto da convivência direta ou indireta com pais empreendedores em negócios familiares, tomando as Teorias do Imprinting e do Empreendedorismo Transgeracional, sob uma perspectiva de gênero, como pontos de partida. De forma prática, os resultados podem auxiliar nas melhores escolhas sucessórias em empresas familiares.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

A literatura existente revela a multiplicidade de fatores que determinam o processo empreendedor; no entanto, esse processo depende da ação humana, sendo a motivação apontada como o início de todo esse percurso (Lingappa & Rodrigues, 2023). O empreendedorismo feminino tem apresentado crescimento em escala

mundial, com o aumento do número de pesquisas dedicadas ao tema (Cardella et al., 2020). A atividade empreendedora feminina destaca-se por gerar contribuições relevantes para o desenvolvimento econômico (Hechavarria et al., 2019).

As mulheres empreendem por diversas razões, refletindo sua realidade social e econômica. Enquanto algumas encontram no empreendedorismo uma escolha alinhada a seus objetivos e aspirações, outras veem nessa alternativa uma forma de atender a uma necessidade, garantindo sua sobrevivência e independência diante de circunstâncias adversas (Lima et al., 2024; Lingappa & Rodrigues, 2023). O empreendedorismo feminino pode proporcionar autonomia econômica e poder de decisão sobre a vida e os negócios, estando relacionado ao empoderamento social e econômico das mulheres (Hechavarria et al., 2019), o que se confirma quando essas se sentem realizadas ao criar e gerir seus próprios negócios (Duminelli et al., 2017).

Entretanto, o empoderamento não é fornecido de forma automática, sendo conquistado por meio de atitudes individuais e não ocorrendo de maneira uniforme para todas as mulheres (Duminelli et al., 2017). Governantes do Sul Global apontam o empreendedorismo como possibilidade para o empoderamento das mulheres, especialmente na melhoria de suas condições econômicas (Ojediran & Anderson, 2020). Ainda que essa perspectiva seja otimista, não se pode negligenciar as desigualdades de gênero (Bastian et al., 2019), as condições precárias de trabalho, os obstáculos criados e as atitudes hostis de homens que veem as mulheres como concorrentes em seus espaços de trabalho (Al-Dajani et al., 2024; Rodrigues et al., 2022).

O termo gênero descreve pessoas com base em características biológicas, enquanto a identidade de gênero “se refere claramente à autoimagem de alguém em relação a pertencer a um sexo específico” (Stoller, 1964, p. 1). Ressalta-se que esta

pesquisa se pauta no conceito de gênero, considerando o conjunto de papéis sociais e estereótipos culturalmente atribuídos a homens e mulheres (Cardella et al., 2020). Mesmo com o aumento da participação feminina no mercado de trabalho, persistem as desigualdades de gênero em todas as áreas da sociedade, interferindo também no campo do empreendedorismo (Rodrigues et al., 2022).

O continente africano possui a maior taxa de empreendedorismo do mundo, destacando-se como o único em que as mulheres representam a maioria entre os empreendedores totais, além de possuir uma longa tradição de mulheres empresárias (Gaye, 2018). As mulheres africanas, a exemplo da togolesa Maggy Lawson em 1970, com a venda de tecido de algodão de estampas brilhantes, da zimbabueana Divine Ndhlukula, que em 1999, fundou a primeira empresa de segurança certificada com ISO, e em 2005, a etíope Bethlehen Tilahun Alemu fundou uma das mais renomadas fabricantes de calçados da África, mulheres que ao escreverem suas próprias narrativas, transformam a economia e o futuro do continente, contribuindo para a inovação, a criação de empregos, a geração de riquezas, a redução da pobreza e o bem-estar familiar (Ojong et al., 2021).

Ainda assim, na África Subsaariana, a condição social e econômica das mulheres permanece como uma barreira à sua ascensão na sociedade. Nessa realidade, a cidadania é construída segundo os termos masculinos, e a não obtenção da cidadania plena pelas mulheres impacta negativamente sua autoconfiança, prejudicando sua empregabilidade (Etim & Iwu, 2019). Nos países africanos, os contextos político, econômico e cultural moldam o desenvolvimento do empreendedorismo feminino. A combinação desses fatores resulta em diferenças regionais, dificultando o acesso a recursos e a implementação de ações inovadoras,

o que gera heterogeneidade no empreendedorismo feminino no continente africano (Ojong et al., 2021).

Considerando as dificuldades de gênero, a Ásia Meridional oferece exemplos positivos de superação. Na Índia, o empreendedorismo coletivo adotado por mulheres levou à criação da empresa Lijjat, que promove o autoemprego e gera empoderamento social e econômico ao empregar exclusivamente mulheres (Datta & Gailey, 2012). Outro exemplo é o da Jordânia, onde mulheres deslocadas superaram restrições contratuais ao implementar uma rede de trabalho e entrega de produtos artesanais, gerando excedentes e eficiência produtiva. Essa rede, concebida como forma de resistência às restrições contratuais, sociais e patriarcais, evidencia a proatividade, a inovação e a disposição para o risco dessas empreendedoras (Al-Dajani, 2024).

Considerando a dinamicidade da atividade empreendedora, os contextos em que o empreendedorismo feminino se desenvolve nos continentes europeu, africano e latino-americano não são homogêneos. Mesmo que o Estado demonstre intenção em facilitar a inserção das mulheres no mercado de trabalho, enfrenta-se a pressão social para que elas cumpram os papéis culturais e sociais que lhes são atribuídos, sendo o gênero um dos principais obstáculos à sua ascensão profissional (Rodrigues et al., 2022).

No continente eurasiático, Bobrowska e Conrad (2017) destacam o papel da mídia japonesa, dominada por homens, na reprodução do discurso masculino na sociedade, compreendido como uma batalha ideológica contra o movimento de libertação feminina. Dessa dinâmica emergem interações sociais complexas, imbuídas de comportamentos normativos. Assim, nota-se que as diferenças globais

na igualdade de gênero perpassam pela cultura e pelos contextos específicos de cada país (Cardella et al., 2020; Datta & Gailey, 2012; Ojong et al., 2021).

A análise do empreendedorismo sob a perspectiva de gênero evidencia que a experiência feminina é globalmente marcada por desafios distintos, moldados pelas barreiras que persistem no mercado e na sociedade (Santos et al., 2017; Clinton et al., 2024). Embora os discursos de equidade se tornem mais frequentes, a realidade demonstra que muitas mulheres enfrentam dificuldades práticas para acessar recursos financeiros e institucionais, essenciais para o desenvolvimento de seus negócios. Além das limitações estruturais, a discriminação manifesta-se também na falta de reconhecimento e valorização do trabalho e das competências das empreendedoras, tornando sua jornada mais árdua e desafiadora (Santos et al., 2017).

As mulheres são desafiadas a empreender fora de suas zonas de conforto, embora muitas já atuem nesses segmentos desde a juventude, para prover alimentos às suas famílias (Azmi et al., 2022). O que distingue a mulher empreendedora contemporânea daquelas das gerações anteriores é a maior consciência social e a crescente aceitação do papel da mulher empresária (Azmi et al., 2022).

Nos contextos ocidentais, o empreendedorismo ainda é compreendido como conceito de gênero masculino, sendo que o principal obstáculo para os fundadores de empresas familiares consiste em transmitir o espírito empreendedor às próximas gerações (Souza, 2023). A dinâmica, com características estritamente masculinas, ao excluir as mulheres, reforça a norma masculina associada ao comportamento empreendedor, revelando um conflito de gênero no âmbito das empresas familiares (Bobrowska & Conrad, 2017).

As trajetórias empreendedoras podem ser moldadas a partir de influências e comportamentos vivenciados ainda na infância, no seio familiar, inspirando a continuidade desse perfil ao longo das gerações. Esse fenômeno é denominado Imprinting. Stinchcombe (1967) contribui com uma teoria de natureza comportamental ao associar o conceito de Imprinting à pesquisa organizacional, descrevendo como os empreendimentos absorvem características do ambiente no momento de sua fundação, evidenciando a persistência dessas características muito além do estágio inicial de sua criação.

2.2 TEORIA DO IMPRINTING

O imprinting ocorre em um espaço multifacetado, não homogêneo e de força unidimensional (Marquis & Tilcsik, 2013). A Teoria do Imprinting tem suas raízes nos estudos do biólogo inglês Douglas Spalding (1954), que observou o comportamento de aves e verificou que os filhotes seguiam o primeiro movimento visto após a eclosão, geralmente o da própria mãe. Spalding denominou esse fenômeno de “Stamping in”, referindo-se ao fato de que determinados comportamentos ficam marcados na natureza do ser vivo como resultado de suas experiências iniciais (Marques et al., 2023).

Posteriormente, o biólogo Oskar Heinroth, em 1911, retomou o estudo e chegou a observações semelhantes. Na década de 1930, seu discípulo Konrad Lorenz aprofundou a análise e nomeou o fenômeno como imprinting (Marques et al., 2023). Esse fenômeno destaca-se especialmente quando aplicado à natureza humana, pois descreve que experiências iniciais determinam o comportamento social subsequente, distinguindo-se de outros processos de aprendizagem (Marquis & Tilcsik, 2013).

Esses autores salientam duas características centrais do imprinting: a existência de um intervalo sensível de tempo, durante o qual o organismo apresenta maior suscetibilidade às influências do ambiente; e a consequente estabilidade do comportamento moldado durante esse período. A Teoria do Imprinting sugere que, embora breves, essas experiências iniciais exercem uma influência persistente sobre o comportamento humano, sendo altamente resistentes à extinção e impactando decisões futuras (Marques et al., 2023).

Recentemente, estudos têm expandido essa perspectiva ao analisar como os imprints influenciam práticas organizacionais (Brinkman & Hoon, 2021; Marques et al., 2023), preferências de investimento (Cheng et al., 2024; Ye et al., 2022), percepção de identidade (Xiang & Cheah, 2024) e responsabilidade social corporativa (Xu & Dai, 2024). No entanto, é essencial considerar fatores contextuais e moderadores que podem ampliar ou restringir os efeitos desses imprints ao longo do tempo (Fritsch et al., 2021). Um exemplo é o desempenho econômico atual de regiões no sudoeste da Alemanha, que ainda reflete influências do domínio romano ocorrido há cerca de dois mil anos (Fritsch et al., 2021).

A aplicabilidade da Teoria do Imprinting na área de negócios destaca-se pela correlação entre a idade e a estrutura organizacional, visando entender por que organizações fundadas em um mesmo período apresentam características semelhantes (Marquis & Tilcsik, 2013). Essa teoria sugere que forças ambientais externas moldam a formação das estruturas iniciais das empresas, e que certos padrões persistem mesmo diante de mudanças ambientais (Soares, 2020).

A teoria propõe que as condições ambientais no momento da fundação de uma organização determinariam sua estrutura e cultura inicial (Barbera et al., 2018). Entretanto, como organizações são criadas e geridas por indivíduos, os efeitos do

imprinting são internalizados pelas pessoas e transferidos para as empresas, podendo perdurar por longos períodos (Soares, 2020). O imprinting explica, portanto, a resiliência de determinados comportamentos organizacionais, mesmo após reestruturações profundas (Barbera et al., 2018).

Assim, as expertises adquiridas por meio do imprinting contribuem para o surgimento de sucessores empresariais no âmbito familiar, aliadas ao apoio e à motivação familiar, bem como à participação no crescimento dos negócios, sendo fatores fundamentais para o sucesso empresarial (Marques et al., 2023). Empresas familiares carregam imprints de suas origens, que afetam inclusive o perfil investidor, mesmo quando estruturadas com apoio governamental, como demonstram Cheng et al. (2024) ao apresentar evidências da cultura conservadora chinesa.

Ye et al. (2022), ao estudar empresas familiares chinesas, indicam que experiências educacionais e formações internacionais de herdeiros influenciam significativamente suas escolhas financeiras no processo de sucessão intergeracional. O imprinting intergeracional reflete-se ainda na identidade organizacional, perpetuando valores e modelos mentais entre gerações (Brinkmann & Hoon, 2021).

Marques et al. (2023) identificaram diferentes tipos de imprints familiares que moderam a disposição sucessória, destacando: o foco na empresa familiar, a valorização da iniciativa empreendedora e a ênfase na autonomia individual. Essas variações explicam a heterogeneidade na disposição para a sucessão e a continuidade dos empreendimentos familiares.

Além disso, estudos identificam imprints relacionados ao rigor e à disciplina adquiridos no serviço militar chinês, que resultam em uma maior preferência por carreiras estáveis no setor público, em detrimento do empreendedorismo (Wang et al.,

2023). Nessa linha, Abecassis-Moedas et al. (2021) investigaram o papel das motivações empreendedoras como fator de imprinting, moldando práticas e trajetórias de desenvolvimento em empresas criativas no longo prazo.

Considerando o pioneirismo de Stinchcombe (1967) na aplicação da Teoria do Imprinting ao campo dos negócios, estudos posteriores demonstraram que, no nível individual, experiências vivenciadas no início da carreira exercem influência duradoura sobre trajetórias profissionais (Dobrev & Merluzzi, 2018). Fatores como o empreendedorismo no contexto familiar também estimulam indivíduos a iniciarem seus próprios negócios (Tristiyono et al., 2023).

Assim, fundadores de negócios podem deixar legados duradouros, transmitindo experiências e valores por meio de imprinting às gerações subsequentes. Empresas que, historicamente, promoveram a liderança feminina, tendem a replicar essa prática em novos empreendimentos, reforçando rotinas e valores previamente estabelecidos (Marquis & Tilcsik, 2013).

A partir de 2015, a Teoria do *Imprinting* expandiu-se para novos campos, como negócios familiares (Cheng et al., 2024), comportamento empreendedor (Mathias & Williams, 2018), criatividade e inovação (Abecassis-Moedas et al., 2021), performance identitária (Xiang & Cheah, 2024), sucessão em empresas familiares (Marques et al., 2023), trajetórias de carreira (Dobrev & Merluzzi, 2018) e negócios intergeracionais (Brinkmann & Hoon, 2021; Ye et al., 2022), entre outros.

2.3 EMPREENDEDORISMO TRANSGERACIONAL

O empreendedorismo transgeracional (ET), também conhecido como intertransgeracional, refere-se à transmissão de valores, conhecimentos e práticas

empreendedoras dentro de negócios familiares ao longo do tempo, entre gerações. Esse fenômeno tem sido amplamente estudado, com ênfase na importância de fatores culturais, emocionais e estruturais relacionados ao espírito empreendedor (Jaskiewicz et al., 2015; Muigai et al., 2023).

Barbera et al. (2018) definem o ET como o conjunto de processos pelos quais uma família utiliza e aprimora mentalidades empreendedoras, influenciando o uso de recursos e capacidades, e, assim, originando novos fluxos de valor empresarial, financeiro e social ao longo das gerações. A Teoria do Empreendedorismo Transgeracional (TET) propõe que o sucesso e a longevidade das empresas familiares dependem, em grande medida, da combinação entre recursos e a orientação empreendedora das capacidades específicas da família (Calabrò et al., 2022).

Um dos elementos centrais do ET é a transmissão do legado empreendedor às futuras gerações (Combs et al., 2023). O desenvolvimento da identidade empreendedora entre os sucessores envolve quatro ações estratégicas: a redução da centralidade do fundador, a promoção da individualidade dos herdeiros, a satisfação das necessidades de exploração e a aprendizagem experiencial (Canovi et al., 2022). Muigai et al. (2023) ressaltam o consenso de que famílias empresárias fomentam o empreendedorismo, uma vez que pais empreendedores tendem a gerar filhos empreendedores. O legado é construído por meio da retórica dos feitos e conquistas passadas, cuja narrativa estimula o envolvimento da próxima geração nos negócios familiares (Jaskiewicz et al., 2015).

A transmissão de conhecimento não se limita a aspectos técnicos: envolve também educação estratégica, uso de redes e planejamento sucessório, reforçando os vínculos e o comprometimento dos sucessores (Combs et al., 2023). A convivência

com pais empreendedores expõe os filhos a experiências de aprendizagem diversas, tanto vicárias (por observação) quanto ativas, por meio da execução de tarefas familiares rotineiras. Esse processo favorece a escolha do empreendedorismo como carreira (Muigai et al., 2023).

A aprendizagem vicária evidencia a relevância dos modelos parentais empreendedores, os quais transmitem, de forma descomplicada, conhecimentos práticos e contextuais sobre o mundo dos negócios – o chamado know-how (Abbasianchavari & Moritz, 2021). Esse tipo de aprendizado influencia a propensão das futuras gerações ao comportamento empreendedor, seja pela convivência direta com o negócio desde a infância, seja pela presença de avós empreendedores, reforçando o legado familiar (Muigai et al., 2023). A exposição precoce ao empreendedorismo desempenha papel fundamental no compromisso afetivo dos sucessores com a empresa familiar, fortalecendo a orientação transgeracional (Istipliler et al., 2023).

A literatura apresenta três caminhos principais para a definição de carreira entre indivíduos oriundos de contextos empresariais familiares: a sucessão no negócio dos pais; a criação de um empreendimento próprio; e o ingresso no mercado de trabalho fora do ambiente familiar (Marra et al., 2022). Cada um desses caminhos exige habilidades específicas. Em pesquisa realizada na África Oriental com 440 proprietários cujos pais eram empreendedores, constatou-se uma associação positiva com a adesão ao negócio da família e negativa com a abertura de um empreendimento independente (Muigai et al., 2023).

No Brasil, dados do relatório GEM (2024) revelam que a motivação “continuar uma tradição familiar” como razão para iniciar um negócio caiu de 44% em 2022 para 36% em 2023. Com isso, o país passou da 8ª para a 13ª posição entre as economias

com maior proporção de empreendedores motivados por tradições familiares. Índia e Arábia Saudita lideram esse indicador (GEM, 2024).

No contexto brasileiro, o ET em propriedades rurais familiares depende da transmissão de valores e da percepção dos herdeiros sobre a carreira. Elementos como crenças pessoais, valores e a visão da profissão influenciam diretamente a decisão dos jovens de permanecerem ou não na atividade rural (Marra et al., 2022). Observam-se também diferenças de gênero, com estereótipos e expectativas sociais que impactam de maneira distinta homens e mulheres quanto à continuidade do negócio familiar (Marra et al., 2022).

Embora a TET ressalte a relevância das relações familiares e do legado empreendedor (Combs et al., 2023), a dimensão de gênero ainda carece de abordagens mais aprofundadas. Pesquisas indicam que a transmissão intergeracional pode ser influenciada por vieses de gênero, frequentemente favorecendo a sucessão masculina em detrimento da feminina (Marra et al., 2022). Além disso, há diferenças na influência de modelos de referência, pois mulheres tendem a ser mais impactadas por modelos femininos (Abbasi-Chavari & Moritz, 2021). Em razão desses fatores, mulheres apresentam maiores chances de se tornarem empregadas, em vez de assumirem a sucessão nas empresas familiares (Nuradhi & Kristanti, 2020).

3. METODOLOGIA

Com o intuito de atender ao objetivo da pesquisa, foi adotada uma abordagem qualitativa, com base na metodologia da *Grounded Theory* (Glaser & Strauss, 1967; Charmaz, 2009). Essa escolha metodológica está alinhada à necessidade de compreender a influência da convivência direta ou indireta entre filhas e pais empreendedores no desenvolvimento de mentalidades e ações empreendedoras. O

fenômeno adquire maior complexidade ao se considerar casos nos quais não há suporte familiar para o ato de empreender, em que a trajetória empreendedora feminina se desenvolveu com maior autonomia.

Foram entrevistadas, em profundidade, 11 empreendedoras filhas em duas rodadas de seis e cinco entrevistas, respectivamente. Antes do início das entrevistas, foi realizada a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (ver Apêndice A), com o qual as participantes concordaram, sendo todo o processo devidamente gravado. O roteiro semiestruturado (Apêndice B) contou com nove perguntas abertas, além da coleta de dados sociodemográficos das entrevistadas.

Participaram da pesquisa empreendedoras filhas de empreendedores. A coleta de dados foi interrompida após a constatação da saturação teórica, observada ao final de cada etapa de entrevistas. A amostragem em pesquisas qualitativas, frequentemente, constitui um ponto de atenção para os pesquisadores. No entanto, conforme os preceitos da Grounded Theory, trata-se de uma amostragem teórica, cujo foco está na saturação dos dados (Glaser & Strauss, 1967). Dessa forma, a composição da amostra ultrapassa a lógica quantitativa e volta-se à profundidade e recorrência das informações.

A saturação teórica ocorre quando a análise dos dados não mais gera novas informações relevantes para a construção de categorias analíticas, evidenciando que os conceitos estão suficientemente desenvolvidos e as relações entre eles estão claras. Nessas condições, novas entrevistas não acrescentariam elementos inovadores capazes de alterar significativamente o entendimento do fenômeno (Charmaz, 2009). Assumiu-se, portanto, que houve saturação teórica, permitindo a geração teórica a partir dos dados obtidos (Vinuto, 2014; Flick, 2008).

O público-alvo da pesquisa envolveu mulheres empreendedoras que atendessem aos seguintes critérios: a) Ser filha de empreendedores (pai e/ou mãe); b) Ter no mínimo 18 anos; c) Ter convivido direta ou indiretamente, em algum momento da vida, com o ambiente de negócios dos genitores; d) Ter empreendido seu próprio negócio.

O objetivo foi investigar se, e de que maneira, a experiência com pais empreendedores influencia a decisão das filhas de se tornarem empreendedoras, considerando tanto a convivência direta quanto indireta. Também se buscou compreender se essas experiências atuaram como fator motivador ou se a escolha pelo empreendedorismo ocorreu de forma autônoma, sem influência direta do ambiente familiar. As informações foram obtidas por meio de relatos em primeira pessoa, com o intuito de analisar a motivação ou a transferência do desejo de empreender como carreira, a partir do convívio com os pais.

As entrevistas tiveram duração entre 51 e 93 minutos. Duas foram realizadas presencialmente nas empresas das participantes, enquanto as demais ocorreram por meio da plataforma Google Meet. Após sua realização, os áudios foram transcritos e iniciou-se a análise dos dados. O primeiro passo consistiu na identificação de incidentes que compuseram a codificação inicial, resultando no primeiro conjunto de códigos.

A busca pelas participantes começou com mulheres residentes no estado de Santa Catarina (SC), conforme o perfil estabelecido. No entanto, devido à adoção da técnica “bola de neve” (snowball sampling), foram incluídas também empreendedoras dos estados do Paraná (PR) e São Paulo (SP). Essa técnica visa facilitar o acesso a grupos de difícil alcance, por meio de indicações entre participantes (Vinuto, 2014).

Para localizar empreendedoras com o perfil desejado, a pesquisadora realizou visitas a dois estabelecimentos geridos por proprietárias e seus familiares, localizados em municípios distintos de Santa Catarina. Após essa aproximação inicial, foi elaborada uma lista com nomes e contatos de mulheres empreendedoras indicadas que poderiam atender aos critérios da pesquisa.

Cada entrevistada recebeu um código alfanumérico individual. As entrevistas ocorreram em dois momentos, no mês de março de 2024. O primeiro grupo foi composto por seis participantes (EF01 a EF06), cujas entrevistas foram gravadas, transcritas e analisadas. À medida que novas informações surgiam, a pesquisa foi se ajustando, o que levou à inclusão de mais cinco empreendedoras (EF07 a EF11).

Dessa forma, ao longo do estudo, cada participante foi identificada por seu respectivo código. As características das onze empreendedoras entrevistadas estão apresentadas na Figura 1.

Código	Idade	Estado Civil	Genitor Empreendedor	Geração*	Filhos	UF	Nº de Irmãos	Escolaridade
EF01	27	Solteira	Pai	3ª	Não	SC	1	Pós-graduação
EF02	34	Casada	Mãe	3ª	Sim	SC	3	Pós-graduação
EF03	27	União Estável	Pai e Mãe	2ª	Não	SC	4	Ensino Superior
EF04	53	Solteira	Pai e Mãe	2ª	Não	SC	2	Ensino Superior Incompleto
EF05	40	Divorciada	Pai	2ª	Não	PR	3	Pós-graduação MBA
EF06	49	Solteira	Pai e Mãe	2ª	Não	SP	2	Ensino Superior Incompleto
EF07	57	Divorciada	Mãe	2ª	Não	SC	5	Ensino Superior
EF08	43	Casada	Pai e Mãe	2ª	Sim	SC	2	Ensino Médio
EF09	32	Casada	Mãe	2ª	Sim	SC	2	Ensino Médio
EF10	55	Casada	Pai	2ª	Não	SC	2	Ensino Médio
EF11	53	Casada	Mãe	2ª	Sim	SC	4	Mestrado

Figura 1: Características dos perfis empreendedores femininos.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Dentre as onze filhas empreendedoras entrevistadas, três são solteiras e duas são divorciadas. As demais são casadas, com exceção de uma participante que declarou estar em união estável. Quatro entrevistadas possuem filhos. A pesquisa

revelou que nenhuma das mulheres é filha única, sendo todas integrantes de núcleos familiares compostos por um a cinco irmãos. Além disso, todas relataram ter irmãos ou irmãs que também empreendem, ou que já empreenderam em algum momento. Duas das entrevistadas informaram representar a terceira geração de empreendedores na família. As idades variam entre 27 e 57 anos, sendo que seis delas apresentam idade superior à média do grupo.

Com relação à formação educacional, seis entrevistadas possuem ensino superior completo, das quais duas possuem especialização na área de atuação, uma possui MBA e uma é mestre. Outras duas possuem ensino superior incompleto, e três completaram o ensino médio. Ressalta-se que todas as participantes realizaram cursos profissionalizantes e de atualização voltados às atividades empreendedoras que desenvolvem.

No que se refere à origem empreendedora familiar, três entrevistadas apontam o pai como o empreendedor, quatro indicam a mãe, e as demais quatro possuem ambos os genitores empreendedores. Dentre essas últimas, três relataram que os pais gerenciaram, ao longo da vida, negócios distintos. Uma das filhas informou que os pais empreenderam conjuntamente por mais de 30 anos no mesmo negócio, sendo que a mãe era responsável pela criação e produção de coleções de moda infantil, enquanto o pai atuava como vendedor propagandista, viajando por todo o estado de Santa Catarina para efetuar os pedidos.

Duas das entrevistadas são aposentadas e iniciaram uma nova carreira empreendedora. Três relataram ter abandonado carreiras promissoras para fundar seus próprios negócios. Com base nos relatos, nove das onze entrevistadas planejaram e organizaram financeiramente seus empreendimentos utilizando capital

próprio, enquanto duas contaram com aporte financeiro familiar, mesmo tendo planejado previamente seus negócios.

Os segmentos de atuação das empreendedoras foram diversificados, abrangendo as áreas de direito, saúde, coaching, comércio e indústria de confecção, inseridas nos setores de serviços, comércio e indústria. Quanto às atividades exercidas, foram identificadas as seguintes profissões: massoterapeuta, terapeuta, artesã, advogada, psicóloga, coach, comerciante, estilista (corte e costura) e publicitária. Quatro das entrevistadas fundaram seus negócios em sociedade com uma sócia.

Dentre as onze empreendedoras, seis têm a geração anterior ainda atuante. Duas delas têm os pais à frente de seus respectivos negócios, enquanto quatro possuem mães aposentadas que continuam empreendendo. Dentre essas mães, duas desenvolvem suas atividades de forma individual em espaços próprios dentro de casa: uma atua como artesã e a outra como costureira, realizando consertos. A terceira mãe, com 84 anos, auxilia no setor produtivo do negócio da filha empreendedora. Já a quarta mãe mantém um mercado de bairro há mais de 30 anos no mesmo endereço. Quanto aos dois pais que ainda empreendem, um gerencia seu negócio com o apoio de funcionários, tendo duas filhas que também empreendem em áreas distintas. O outro pai permanece atuando no empreendimento familiar ao lado do filho mais velho. As informações complementares sobre o perfil das entrevistadas encontram-se dispostas na Figura 2.

Código	Descendência		Classe social	Irmão(s) Empreendedor(es)	Setor de Atuação	Profissão
	Mãe	Pai				
EF01	Portuguesa e Indígena Brasileiro	Italiana e Alemã	Alta	Sim	Jurídico	Advogada
EF02	Italiana	Portuguesa e Indígena Brasileiro	Alta	Sim	Saúde	Psicóloga
EF03	Espanhola e Indígena Brasileiro	Italiana	Média Alta	Sim	Publicitário	Publicitária
EF04	Alemã	Alemã e Portuguesa	Média Alta	Sim	Indústria Vestuário Esportivo	Estilista – Corte e Costura
EF05	Italiana	Portuguesa e Italiana	Alta	Sim	Artesanato	Artesã
EF06	Espanhola	Italiana	Média	Sim	Terapêutico	Terapeuta Holística Quântica
EF07	Portuguesa	Espanhola, Italiana e Africana	Média Alta	Sim	Instituto de Desenvolvimento Humano	<i>Coach</i>
EF08	Alemã e Indígena Brasileiro	Italiana e Alemã	Média Alta	Sim	Representação	Comerciante
EF09	Italiana	Italiana	Média	Sim	Saúde e bem estar	Quiroprata/ Massoterapeuta
EF10	Italiana	Italiana	Média Alta	Sim	Representação	Comerciante
EF11	Italiana	Portuguesa e Indígena Brasileiro	Média Alta	Sim	Coaching de Vida	Coach

Figura 2: Características complementares das empreendedoras filhas

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na Figura 2, verifica-se que todas as 11 filhas empreendedoras entrevistadas descendem de imigrantes europeus – italianos, alemães, portugueses ou espanhóis. Dentre essas, 10 são netas ou bisnetas de imigrantes italianos, seja por parte materna ou paterna. Destaca-se que a região Sul do Brasil foi a que mais recebeu imigrantes italianos, alemães e portugueses, que colonizaram as áreas onde se concentrou a maioria das participantes da pesquisa (Santos, 2017). Cinco entrevistadas também possuem ascendência indígena brasileira, e uma relatou descendência africana. Seis participantes descendem exclusivamente de imigrantes europeus, oriundos de casamentos entre portugueses, italianos, alemães e espanhóis.

A análise das Figuras 1 e 2 evidencia a heterogeneidade do grupo entrevistado quanto à faixa etária, com equilíbrio entre mulheres casadas e solteiras. Algumas têm

filhos, e suas narrativas demonstram diferentes arranjos familiares: algumas conviveram exclusivamente com a mãe, outras apenas com o pai, e algumas com ambos os genitores empreendedores. Duas participantes empreenderam no mesmo segmento das respectivas mães – comércio de roupas e fabricação/venda de vestuário –, enquanto as demais iniciaram atividades distintas daquelas desempenhadas por seus pais.

Todas as entrevistadas trabalharam previamente como funcionárias em outras empresas antes de iniciarem seus próprios empreendimentos. Quatro relataram experiências anteriores como sócias em outros negócios, das quais três atuaram em segmentos diferentes dos atuais, e uma comprou a parte dos demais sócios, permanecendo sozinha à frente da empresa. Nenhuma das participantes é filha única, e duas relataram pertencer à terceira geração de empreendedores da família. Dentre essas, uma trabalhou na empresa fundada pelo avô, ao lado do pai, enquanto a outra não chegou a conhecer o avô, já falecido à época de seu nascimento.

A Grounded Theory (GT) considera que a construção do conhecimento decorre da interação entre os participantes da pesquisa e os pesquisadores. Trata-se de uma abordagem aberta e flexível, o que favorece o desenvolvimento teórico por parte do pesquisador (Charmaz, 2009). Para o processo de codificação dos dados, foi adotada a vertente construtivista, utilizando-se, na codificação inicial, verbos no gerúndio para representar ações (Charmaz, 2006; 2009; 2014).

A análise das entrevistas seguiu o método comparativo contínuo, com apreciação incidente por incidente, buscando identificar e compreender padrões entre comportamentos e fenômenos (Charmaz, 2009). Conforme Gil (2021), a pesquisa qualitativa refere-se a qualquer investigação que produza resultados não quantificáveis, especialmente quando se busca compreender a natureza de um

fenômeno por meio da experiência de um grupo, como ocorre em estudos de caso ou abordagens integrativas.

De acordo com Vinuto (2014), o processo de produção de conhecimento pode demandar a inclusão de novas direções e perguntas ao longo das entrevistas, à medida que os dados fornecem novos insights ao pesquisador. No presente estudo, não foi necessário alterar os direcionamentos iniciais, possivelmente porque o roteiro foi elaborado com perguntas abertas e amplas, permitindo que as participantes relatassem suas experiências de forma livre e detalhada, utilizando narrativas em primeira pessoa.

Durante as entrevistas, as entrevistadas foram incentivadas a relatar suas histórias com base em fatos e vivências, o que possibilitou a emergência de dados ricos em detalhes. Intervenções pontuais foram feitas apenas quando alguma informação prevista no roteiro não havia sido abordada espontaneamente. Para a construção das Figuras 1 e 2, a pesquisadora realizou novos contatos com as entrevistadas, a fim de esclarecer dúvidas e complementar informações.

As entrevistas foram gravadas, transcritas literalmente, e os dados foram organizados em planilhas. A pesquisadora realizou as análises ao escutar, transcrever e codificar os relatos. Utilizou-se o método comparativo constante, que permitiu identificar semelhanças e diferenças, facilitando o refinamento e a categorização dos dados em planilhas e tabelas.

Durante todo o processo, foram elaborados memorandos manuscritos em caderno, prática que auxiliou a análise e o registro de insights, incluindo anotações sobre impressões momentâneas e conexões com leituras teóricas, favorecendo a construção conceitual da teoria emergente.

Inicialmente, os incidentes extraídos das entrevistas foram organizados em uma planilha com três colunas: na primeira, à esquerda, listaram-se os incidentes diretamente extraídos dos relatos transcritos; na coluna central, agruparam-se os incidentes em categorias da codificação inicial; na última coluna, à direita, organizaram-se essas categorias com vistas à codificação focada.

Com o avanço das análises, a primeira versão do estudo gerou 337 incidentes, posteriormente agrupados em 30 categorias iniciais e reagrupados em 9 códigos focados. Após uma nova rodada analítica, verificou-se a necessidade de divisão de certos incidentes, resultando em um total de 610 incidentes: 253 derivados do primeiro grupo de seis entrevistas e 357 do segundo grupo de cinco entrevistadas.

É importante destacar que os 253 incidentes do primeiro grupo foram organizados nas mesmas 30 categorias da codificação inicial. Os 357 incidentes do segundo grupo também foram classificados nas mesmas categorias, sem gerar novas codificações iniciais, o que indica padrões similares e repetição de experiências, configurando, assim, a saturação teórica dos dados.

A análise seguiu as três etapas da codificação propostas por Charmaz (2009): codificação inicial, codificação focada e codificação teórica. Após a definição das 30 categorias iniciais, essas foram refinadas e agrupadas em nove categorias de codificação focada. Finalmente, com base nas relações entre essas nove categorias, foi construída a codificação teórica (ver Apêndice C).

4. ANÁLISE DE DADOS

4.1 CATEGORIZAÇÃO

Com o objetivo de elaborar tabelas analíticas mais condensadas, a partir do conjunto de 610 incidentes identificados nas entrevistas, foi realizado um recorte intencional de 115 excertos, contemplando um mínimo de seis a sete incidentes por categoria inicial. Esses excertos foram extraídos das entrevistas com as 11 participantes. Na sequência, apresentam-se os dados, que, após as análises e interpretações, foram organizados em colunas segundo a estrutura metodológica da Grounded Theory, conforme proposta por Charmaz (2009).



Figura 3: Categorização.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na Figura 3 apresenta-se a estrutura de categorização construída com base nas três etapas da Grounded Theory, conforme proposta por Charmaz (2006, 2009, 2014). A figura foi organizada sem a coluna contendo os trechos dos incidentes, de modo a preservar a síntese do modelo analítico. A estrutura contempla 30 subcategorias distribuídas na primeira coluna, denominada Codificação Inicial; na coluna central, constam as 9 categorias agregadas sob a Codificação Focada; e, por fim, na terceira coluna, encontra-se a Codificação Teórica, representando o nível mais abstrato de análise.

4.2 RELAÇÕES E INTEGRAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo configura-se como um processo influenciado por dinâmicas transgeracionais, por lembranças de aprendizagem vicária e por imprints formados ainda na infância, a partir da observação de modelos familiares. Esses elementos se articulam com a busca por autonomia e realização pessoal. Contudo, os empreendedores, de modo geral, enfrentam dificuldades e desafios que, no caso das mulheres, tornam-se ainda mais complexos em razão de questões de gênero e interseccionalidade – como a desvalorização do empreendedorismo feminino, a dupla jornada de trabalho e a maternidade, entre outros fatores.

As análises revelaram que, para enfrentar tais adversidades, as empreendedoras desenvolveram estratégias adaptativas, evidenciando resiliência e um mindset de crescimento. Buscaram parcerias e redes de apoio como mecanismos de fortalecimento. A construção de uma identidade empreendedora orientada por um propósito e pelo desejo de autorrealização mostrou-se central nesse processo, especialmente entre mulheres que rompem com o status quo e desafiam paradigmas de gênero.

A Integração Teórica constitui a junção das categorias focadas em uma narrativa coerente, fundamentada empiricamente nos dados. A Figura 4 apresenta as relações teóricas derivadas das codificações, permitindo compreender como o empreendedorismo é influenciado por fatores transgeracionais e imprints, ao mesmo tempo em que enfrenta desafios específicos impostos às mulheres, sendo impulsionado pela busca por autonomia e autorrealização.

O modelo teórico emergente foi desenvolvido a partir das análises dos relatos de vida e das experiências empreendedoras das filhas no contexto de convivência com genitores empreendedores. Por meio da metodologia da Grounded Theory, chegou-se à categoria central: “Empreendedorismo Feminino como Legado, Propósito e Identidade Empreendedora”. Assim, com base na análise dos dados e na teoria emergente, propõe-se a Codificação Teórica mencionada, que estrutura o Modelo Teórico apresentado na Figura 4.

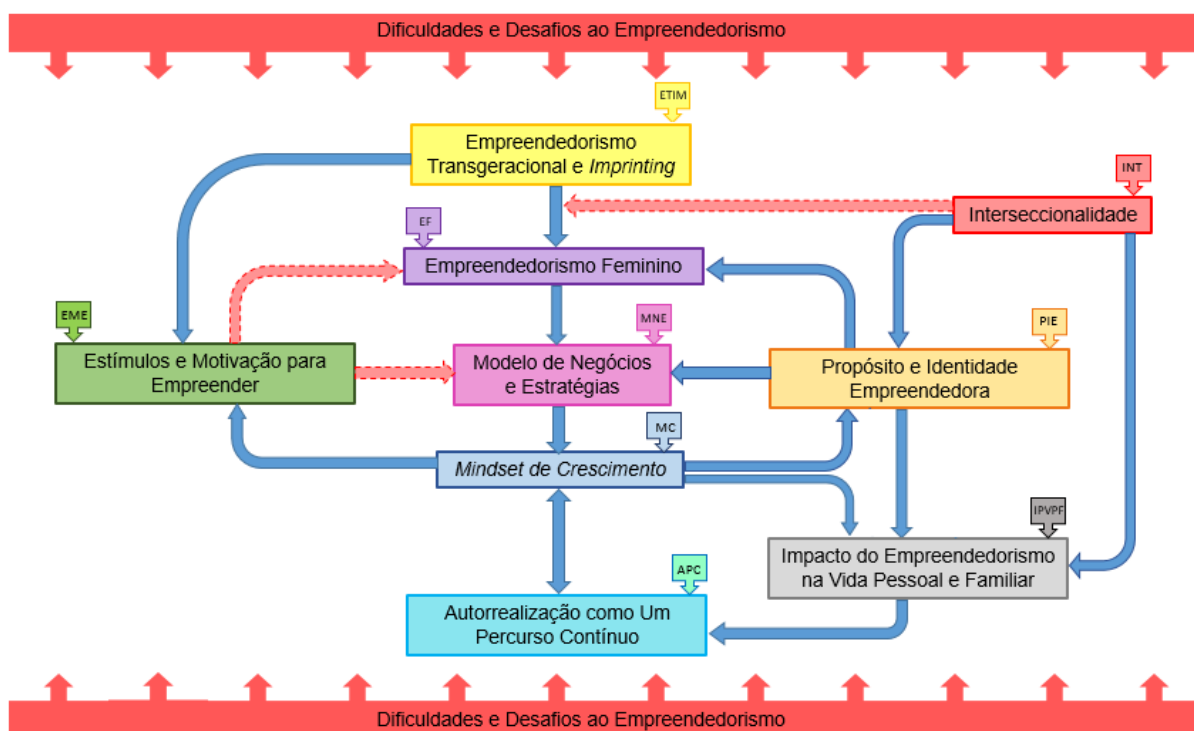


Figura 4: Modelo Teórico: Empreendedorismo Feminino como Legado, Propósito e Identidade Empreendedora

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A partir do Modelo Teórico desenvolvido, é possível constatar conexões e relações entre as principais variáveis, estabelecendo caminhos que interligam as Teorias do Empreendedorismo Transgeracional e do Imprinting, bem como os conceitos de Interseccionalidade, Motivação, Mindset de Crescimento e Autorrealização.

A estruturação de um modelo teórico fundamenta-se nas interpretações dos resultados emergentes da pesquisa, sendo representada como uma rede composta por nós ou pontos conectados, os quais simbolizam eventos e evidenciam as inter-relações complexas entre as variáveis (Miles & Huberman, 1994).

No Modelo Teórico proposto, as Dificuldades e Desafios ao Empreendedorismo permeiam o ambiente como um todo, envolvendo tanto variáveis do macroambiente quanto do microambiente. Além dos obstáculos comuns a qualquer empreendedor, destacam-se aqueles explicados pela Interseccionalidade, especialmente relacionados a gênero, etnia, classe social e acesso a recursos.

O modelo também revela que o Empreendedorismo Feminino não ocorre de forma linear, mas sim como um fenômeno complexo, marcado por interações entre fatores internos e externos ao ambiente de negócios. O acesso a recursos e o apoio familiar, bem como redes de relações sociais e profissionais, influenciam significativamente as trajetórias empreendedoras femininas.

Enquanto algumas mulheres relataram contar com apoio direto, outras vivenciaram experiências de maior autonomia, nas quais a resiliência e a clareza de Propósito foram determinantes para a consolidação de suas trajetórias. Os relatos evidenciam que o principal legado é o comportamento empreendedor construído por meio do Empreendedorismo Transgeracional, fortalecido pelos imprints vivenciados desde a infância.

O empreendedorismo, enquanto escolha de carreira, impacta diretamente a vida pessoal e familiar das mulheres, exigindo flexibilidade e a constante conciliação entre trabalho e família. Em síntese, o Empreendedorismo Feminino, concebido como um legado, é compreendido pelas entrevistadas como um caminho para a Autorrealização – um percurso contínuo de transformação pessoal, fortalecimento da identidade e autoconhecimento.

4.2.1 Empreendedorismo transgeracional e *imprinting*

Para a Teoria do Empreendedorismo Transgeracional, o comportamento empreendedor não depende exclusivamente das características individuais, mas também é influenciado por um legado familiar transmitido entre gerações (Dorsch et al., 2023). Famílias empreendedoras transgeracionais transmitem esse legado por meio de narrativas e exemplos de resiliência vivenciados no ambiente familiar, nas quais “legados empreendedores são impressos nas crianças por meio do envolvimento ativo na empresa familiar” desde a infância (Jaskiewicz et al., 2015, p. 13).

Segundo Jaskiewicz et al. (2015), o imprinting como forma de legado empreendedor é fundamental, pois motiva o empreendedorismo nas gerações seguintes. O comportamento empreendedor tende a se diluir ao longo do tempo, exceto em famílias que imprimem ativamente esse legado em seus sucessores. Mesmo crianças fora da linha sucessória, ao vivenciarem tal ambiente, podem desenvolver propensão ao empreendedorismo na vida adulta (Combs et al., 2023). Esses autores reforçam que valores, práticas e comportamentos empreendedores são transmitidos intergeracionalmente, entre pais, filhos e netos, constituindo um padrão geracional.

Nos relatos das empreendedoras filhas, percebe-se que esse legado foi internalizado de forma quase inconsciente, já que, desde a infância, estiveram inseridas no ambiente empresarial familiar. As narrativas indicam um imprinting comportamental que remete tanto aos pais quanto aos avós, conforme ilustram os depoimentos a seguir.

A entrevistada EF01 afirma:

"(...) quem começou a empreender foi meu avô (...) desde muito pequena, eu lembro que meu pai me levava na empresa e eu via pessoas (...) todo mundo conhecia meu avô (...) meu pai começou a trabalhar com meu avô e a seguir os passos dele."

Seu relato evidencia admiração pelos homens da família e mostra como o ambiente empreendedor esteve presente desde sua infância, sugerindo um imprinting afetivo e comportamental.

As entrevistadas EF08 e EF06 relatam, respectivamente:

"O meu pai também tinha uma carreta, né? E vendeu a carreta e montou o mercado (...) para eu e a minha irmã cuidar, eu com 22 anos e minha irmã com 14."

"Ela [a mãe] ficou muitos anos tendo a loja no porão da casa (...). A mulherada ia lá e ela atendia (...). Hoje tem o mercado e vende roupas (...). Eu cresci com ela vendendo, recebendo (...). Desde pequena a minha vida sempre foi diante disso, né?"

Ambos os relatos confirmam a vivência precoce em contextos empreendedores, reforçando o argumento de Muigai et al. (2023), de que a exposição vicária a esses ambientes promove inclinação à carreira empreendedora.

As Teorias do Empreendedorismo Transgeracional e do Imprinting auxiliam na compreensão de como a convivência, em idade precoce, com o ambiente de negócios familiar contribui para a formação de uma identidade empreendedora. O legado

familiar, nesse sentido, extrapola o campo profissional, abrangendo valores como autonomia, persistência e valorização do trabalho.

A Teoria do Imprinting, formulada inicialmente por Spalding (1954), propõe que experiências formativas geram efeitos duradouros, inclusive na transmissão de culturas empreendedoras ao longo de gerações (Fritsch et al., 2021). Essa teoria explica a persistência de determinados comportamentos, mesmo diante de mudanças estruturais ou temporais (Barbera et al., 2018).

No relato da entrevistada EF02, observa-se essa permanência:

"A minha mãe trabalhava no ramo de bolos e tortas (...). A casa era a nossa empresa (...). Na minha infância inteira ela fez bolos."

A experiência da entrevistada em um negócio doméstico informal, mas constante, estruturou sua percepção sobre o empreendedorismo, reforçando o impacto da vivência no ambiente de trabalho materno na formação de sua identidade profissional.

Os relatos de EF07 e EF04 também expressam esse imprinting vinculado à figura materna:

"Eu via que a mãe estava ensinando a costurar e eu via esse movimento (...). Enquanto criança, eu via, volta e meia tinha alguém lá em casa aprendendo a costurar (...)." (EF07)

"Que me lembro bem, a partir dos seis, mas a minha mãe diz que eu já me metia lá antes (...) depois dos seis eu lembro assim de ganhar como prêmio eu ficar um pouquinho lá (...) E assim eu fui aprendendo como cortar uma roupa, ou separar cores, na parte de embalagens ela deixava eu mexer também." (EF04)

Esses relatos associam a figura materna à transmissão de habilidades empreendedoras, consolidando um modelo de referência feminino. De acordo com Marquis e Tilcsik (2013), empresas com histórico de liderança feminina tendem a reproduzir padrões que promovem a atuação de mulheres em cargos empreendedores, replicando os imprints formativos vivenciados pelas gerações anteriores.

A Teoria do Imprinting sustenta que experiências familiares, sejam observadas ou vivenciadas ativamente, imprimem um conjunto de crenças, valores e habilidades nos filhos (Jaskiewicz et al., 2015). No presente estudo, as entrevistadas internalizaram tais comportamentos como naturais e desejáveis, optando por seguir a carreira empreendedora.

Istipliler et al. (2023) acrescentam que, ao crescerem em ambientes nos quais a família e a empresa se entrelaçam, as crianças tendem a incorporar a identidade da organização como parte de si mesmas. Já a Teoria do Empreendedorismo Transgeracional salienta que o empreendedorismo pode ser transmitido e perpetuado entre gerações, enquanto a Teoria do Imprinting explica como as experiências precoces deixam marcas duradouras nas percepções e decisões profissionais das mulheres entrevistadas.

4.2.2 Empreendedorismo feminino e interseccionalidade

Crenshaw (1989) criou o termo Interseccionalidade em 1989, definindo-o como um “problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação” (p. 177). A autora destaca como racismo, patriarcalismo, opressão de classe e outros sistemas discriminatórios estruturam desigualdades, posicionando diferencialmente mulheres, grupos raciais,

étnicos e sociais. Além disso, enfatiza a forma como ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo desses eixos, compondo os aspectos dinâmicos do desempoderamento (Crenshaw, 1989, p. 177).

O estudo da interseccionalidade no campo do empreendedorismo é uma área emergente (Dy & Agwunobi, 2019). Nesse sentido, investigar a interseccionalidade permite compreender como múltiplos marcadores sociais se entrecruzam e influenciam as trajetórias empreendedoras femininas. Nas entrevistas, relatos evidenciam interseções entre gênero e responsabilidades familiares, revelando a busca pelo equilíbrio entre vida profissional e pessoal:

“Consigo atender e cuidar da casa, e da minha filha também.” (EF09)

“Eu cuido da minha casa, cuido da minha família, então eu tenho um tempo livre para mim.” (EF10)

Outro ponto de interseção refere-se à pressão para conformidade aos papéis tradicionais de gênero. Em alguns relatos, a vivência familiar empreendedora aparece como elemento crucial para legitimar a atuação das mulheres no mundo dos negócios, permitindo romper barreiras sociais impostas ao gênero:

“Eu me vi com 12 anos já lidando com as questões financeiras do negócio, com as finanças da casa e isso me gerou responsabilidade, pois desde cedo eu já via o trabalho da minha mãe, o que ela fazia, e eu queria também estar ali e fazer parte disso.” (EF03)

O depoimento de EF03 revela como o convívio com a mãe foi fundamental para o desenvolvimento precoce da identidade empreendedora, incluindo a aquisição de competências financeiras. O acúmulo de responsabilidades desde jovem sugere uma

interseção entre gênero e classe social, em um contexto que incentivou o protagonismo feminino desde a infância.

Algumas entrevistadas demonstram o desejo de construir uma identidade empreendedora própria, superando estigmas sociais e expectativas familiares. Muitas expressam a necessidade de redefinir o papel das mulheres no empreendedorismo, preservando sua identidade feminina em ambientes historicamente masculinos. Esse esforço aparece nos seguintes relatos:

“Eu comecei a fazer tudo o que o meu pai fazia, mas tinha que colocar a minha cara, meu estilo, minha identidade (...) não é só chegar e copiar.” (EF05)

“Aí eu notei que eu precisava de um espaço que tivesse a minha identidade, sabe? (...). E hoje eu optei por estar buscando um espaço que eu consiga dizer que é o meu espaço.” (EF02)

A busca por afirmação profissional e reconhecimento social também está presente, como exemplificado em:

“Então, eu me vejo daqui cinco anos. Eu me vejo um diamante da Amway ganhando aproximadamente R\$ 20.000,00 por mês. E não importa o que acontecer. Mas a gente não pode desistir. Eu não quero desistir. Jamais!” (EF10)

Esse relato evidencia o desejo de ascensão financeira e validação de competências, em resposta às desigualdades impostas pelas expectativas sociais de gênero.

O apoio familiar, ou a ausência dele, também aparece como fator crítico. No relato a seguir, observa-se como a valorização do trabalho feminino, em alguns casos, depende do sucesso econômico visível:

“Meu marido, depois que eu comecei ele começou a ver o meu trabalho, ele começou a me apoiar mais quando a coisa começou a fluir. Mas eu acho que (...) não valorizava meu trabalho.” (EF09)

Esse trecho reflete uma interseccionalidade que envolve gênero, relações conjugais e validação social, em que a mulher precisa demonstrar viabilidade financeira para conquistar apoio e reconhecimento.

Outro exemplo significativo é apresentado por EF10:

“Meu pai (...) não tinha terra, ele deixou para meus irmãos muita terra.”

A fala expõe a persistência de práticas patriarcais na sucessão patrimonial, reforçando desigualdades de gênero naturalizadas culturalmente.

No mesmo relato, EF10 menciona:

“Ele [pai] sempre me ajudou financeiramente, quando dava as quedas era ele o meu amparo (...) nunca me deixou na mão. Eu até pagava o juro pra ele, mas ele nunca me deixou na mão.”

Embora o pai tenha oferecido apoio em momentos críticos, a prática de cobrar juros da filha, ao mesmo tempo em que transfere propriedades para os filhos homens, revela uma diferenciação de tratamento enraizada em práticas socioculturais tradicionais, muitas vezes naturalizadas e invisibilizadas tanto por quem pratica quanto por quem vivencia.

4.2.3 Dificuldades e desafios ao empreendedorismo

As dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras estão associadas às barreiras estruturais de gênero no campo do empreendedorismo, que vão além dos desafios financeiros e incluem também a falta de apoio familiar, ilustrando situações

recorrentes entre mulheres empreendedoras. Essas barreiras estão evidenciadas no seguinte relato:

“Eu acho que eu fui indo tudo sozinha sempre. Não tive muita inspiração e nem muito apoio. Fui eu mesma (...) sem apoio de pai e mãe. O marido muito pouco também (...) ele começou a me apoiar mais quando a coisa começou a fluir.” (EF09)

Nesse caso, a interseccionalidade de gênero manifesta-se nas dificuldades enfrentadas por uma mulher que persistiu sozinha na construção de sua identidade empreendedora, buscando validação profissional inclusive dentro da família e do relacionamento conjugal. A ausência de apoio financeiro e emocional, ainda que desafiadora, pode ser compreendida como um fator que impulsionou sua autonomia e fortalecimento pessoal, promovendo maior independência e resiliência.

Outro exemplo é o relato de EF04:

“(...) um dia eu cheguei e disse assim: peguem os meus 25% dividam entre vocês três, porque não tem dinheiro que pague minha sanidade mental e minha alegria.”

Esse depoimento revela as dificuldades enfrentadas em se afirmar e ser respeitada em uma sociedade entre familiares, composta pela irmã, o noivo e o cunhado. A entrevistada relata a pressão constante para demonstrar sua competência na gestão, o que gerou sofrimento emocional significativo. Sua decisão de romper com a sociedade representa um ato de autonomia e preservação da saúde mental, destacando a complexidade emocional das relações empreendedoras femininas.

Outros desafios referem-se à falta de conhecimento técnico em áreas administrativas, como marketing e finanças, conforme ilustram os seguintes trechos:

“Mas é um ponto onde não tem estacionamento. (...) o que eu investi na loja física, em aluguel, em móveis (...) talvez hoje eu estaria bombando. Mas tudo é aprendido, né?” (EF09)

“A partir do momento que eu comecei a me ver como empreendedora (...) as coisas começaram a fluir (...) eu precisei de ajuda nesse sentido de entender como que é o marketing de um psicólogo, como que funciona e o financeiro, né?” (EF02)

Tais relatos revelam dificuldades gerenciais que impactam diretamente na performance dos negócios, especialmente entre empreendedoras iniciantes que não possuem formação específica na área empresarial.

Outro aspecto recorrente diz respeito à conciliação entre trabalho e vida doméstica, apontado como um dos maiores desafios no empreendedorismo feminino:

“O meu trabalho aqui não me cansa. A casa me cansa, o meu trabalho é prazeroso.” (EF09)

A partir da interseccionalidade, compreende-se que as mulheres empreendedoras enfrentam múltiplas demandas simultâneas, pois, além da gestão dos negócios, são responsáveis pelo cuidado com a casa e os filhos. Essa sobrecarga afeta diretamente o bem-estar emocional e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos.

4.2.4 Estímulos e motivação para empreender

A presença de figuras de apoio e incentivo exerce um papel fundamental na trajetória do empreendedorismo feminino, especialmente ao oferecer validação emocional e motivacional. O suporte proveniente da família ou de pessoas próximas

impacta positivamente a jornada empreendedora, uma vez que fortalece a autoconfiança e auxilia na superação de desafios cotidianos.

As falas de EF08 e EF01 ilustram como a figura paterna pode representar esse suporte emocional e financeiro:

“O meu pai também tinha uma carreta, né? E vendeu a carreta e montou o mercado para eu e minha irmã cuidar.” (EF08)

“Eu falei pro meu pai: Pai! Penso em abrir um negócio, eu tenho uma amiga e quero ver se ela aceitaria também abrir comigo.” (EF01)

Ambos os relatos evidenciam a importância do papel do pai na transmissão de confiança e oportunidades concretas, que impulsionaram a inserção no universo dos negócios.

Na fala da EF05, destaca-se a madrinha como figura de apoio feminino, revelando, por contraste, a ausência de suporte masculino naquele contexto específico:

“Eu recebi muito apoio da minha madrinha. Vai dar certo, você é muito corajosa e elogiou meu trabalho (...) ela me incentivou muito.”

Esse tipo de incentivo positivo, especialmente em momentos-chave, pode exercer efeito duradouro no comportamento empreendedor, conforme aponta a Teoria do Imprinting (Fritsch et al., 2021).

De acordo com essa teoria, experiências precoces influenciam padrões de comportamento ao longo da vida. Aplicando esse entendimento ao empreendedorismo feminino, compreende-se que impressões positivas criadas por figuras de apoio — ao oferecerem validação, incentivo e reconhecimento — reforçam a autoconfiança e fortalecem o ímpeto empreendedor (Barbera et al., 2018).

Esse efeito pode ser observado no relato de EF03:

“Eu me vi com 12 anos já lidando com as questões financeiras do negócio (...), pois desde cedo eu já via o trabalho da minha mãe, o que ela fazia, e eu queria também estar ali e fazer parte disso.”

Nesse caso, o envolvimento precoce com a atividade da mãe contribuiu diretamente para a formação de uma identidade empreendedora ativa, demonstrando como o estímulo familiar molda positivamente a motivação e o engajamento com os negócios.

4.2.5 Modelo de negócios e estratégias

Diversas empreendedoras relataram a necessidade de reconfigurar o espaço de trabalho e adaptar suas estratégias às realidades e limitações pessoais. Algumas foram impulsionadas por circunstâncias externas, como o período de isolamento social durante a pandemia de Covid-19; outras, motivadas pelo desejo de maior liberdade, autonomia e flexibilidade.

Três relatos exemplificam empreendedoras que adaptaram parte de suas residências para instalar seus negócios:

“(...) na época da pandemia, quando fechou tudo. Aí eu cheguei em casa, falei pro meu esposo assim: [nome] vou fechar minha loja, e vou arrumar a nossa garagem.” (EF10)

“Montei a minha empresa na minha casa. Eu conto com a ajuda da minha mãe, que tem um know-how, ela lida com máquinas de costura desde os 14 anos.” (EF04)

“Eu nunca consegui durar mais que um ano dentro de um emprego formal. Nunca! Sempre me estressava muito, via muita injustiça, ou com um colega, ou

ganhava pouco e trabalhava muito (...) estou desde 2020 nesse negócio, já vão ser quatro anos.” (EF03)

Essas adaptações evidenciam como estratégias empreendedoras são moldadas pela realidade individual, revelando criatividade, resiliência e uma abordagem personalizada na estruturação dos negócios.

Outra estratégia relatada por algumas participantes foi o uso de parcerias e redes de apoio, muitas vezes formadas por outras mulheres. A seguir, a fala de EF01 demonstra esse movimento: “Por ser uma mulher, uma amiga minha e por ser competente, eu foquei nela, ela aceitou entrar nesse barco comigo. Está dando certo e estou bastante feliz.”

Também se destaca o relato de EF03, que exemplifica a construção de redes colaborativas entre pares profissionais: “A gente tem um grupo de seis amigas no WhatsApp, e todas são publicitárias, né? Então, (...) eu e a minha sócia estamos nesse grupo, e também temos duas outras amigas que têm a sua própria agência.”

Até mesmo redes de apoio espiritual, como no caso da igreja, foram mencionadas como relevantes no suporte emocional: “Então, o que me deu muita força foi o meu espiritual, foi ir na igreja, conhecer pessoas que estão me ajudando, me incentivando.” (EF08)

Algumas entrevistadas também relataram estratégias ligadas à diferenciação e posicionamento de mercado, com foco na fidelização de clientes e na melhoria da percepção de valor dos produtos. EF04 relata: “Daí eu pensei comigo: eu tenho que ter um diferencial. Então eu pensei: vou procurar o melhor tecido que existe. Só que o melhor tecido é uma fortuna. Mas eu meti a cara e fui.”

Já EF02 destaca a importância da personalização dos serviços: “Tá sempre inovando, tá sempre buscando novas práticas, né? (...) Tem que fazer uma terapia sob medida.”

Esses relatos demonstram que, para além das condições estruturais, a formulação do modelo de negócio pelas empreendedoras está diretamente conectada a sua realidade de vida, valores e rede de apoio, revelando uma abordagem estratégica adaptativa e centrada na autonomia.

4.2.6 *Mindset* de crescimento

A psicóloga social Carol S. Dweck (2017) foi responsável pelo desenvolvimento da Teoria do Mindset, também conhecida como Teoria da Mentalidade. A autora investigou como diferentes mentalidades influenciam as reações diante do fracasso e o alcance do sucesso, conforme evidenciado no seguinte relato: “(...) o empreendedor não pode se apavorar. O empreendedor tem que saber voltar para trás.” (EF10)

Segundo essa teoria, as pessoas adotam diferentes perspectivas sobre suas próprias capacidades cognitivas. Aqueles com Mentalidade Fixa acreditam que a inteligência é inata e imutável; já os indivíduos com Mindset de Crescimento compreendem que a inteligência pode ser desenvolvida por meio de esforço, aprendizado e persistência (Dweck, 2017). A fala de EF07 expressa claramente essa segunda perspectiva: “Agora, pra ser uma palestrante, já que gosto de falar, vamos dar um jeito nessa fala aí, nessa postura. Hoje, participo de mentorias e estudo para ser palestrante.”

Dweck (2017) defende que as habilidades e características das pessoas são desenvolvíveis, e que a mentalidade de crescimento é desejável justamente por

promover resiliência, superação de obstáculos e realização pessoal. Em contrapartida, a mentalidade fixa tende a limitar o potencial individual, ao impedir o enfrentamento de desafios e a evolução. Como aponta Dweck, as crenças que o indivíduo nutre sobre si mesmo influenciam diretamente a forma como ele se posiciona frente ao mundo. Essa compreensão está presente no relato de EF02: “Eu nunca gostei assim, de estar fazendo uma coisa que eu não tô bem, que eu não tô feliz. Eu não consigo ficar muito tempo fazendo aquilo. Aquilo me adoece. Eu acabei indo fazer outras coisas e estudando outras coisas e buscando novas formas de me sentir bem.”

No contexto empreendedor, o Mindset de Crescimento é visto como um elemento essencial, pois alimenta a disposição para aprender com os erros, adaptar-se às mudanças e persistir frente às adversidades. Empreendedores com essa mentalidade tendem a transformar dificuldades em oportunidades de aprendizado, o que impulsiona a inovação. Isso é perceptível no relato de EF04: “Foi um processo de autoconhecimento. Eu fui entendendo melhor o que eu queria e me permitindo explorar diferentes caminhos.”

A literatura reforça que motivação e confiança são aspectos que favorecem o desenvolvimento da mentalidade empreendedora. Jan et al. (2023, p. 13) destacam que “se as mulheres empreendedoras estiverem adequadamente motivadas e confiantes, isso pode melhorar significativamente sua mentalidade empreendedora”. Essa perspectiva aparece no relato de EF01: “Então, eu estava nessa busca por saber o que eu queria. Aí, eu fiquei um ano estudando e pesquisando, e (...) eu falei pro meu pai: Pai! Penso em abrir um negócio. Eu tenho uma amiga e quero ver se ela aceitaria também abrir comigo pra gente tocar um negócio juntas.”

Ainda que a educação empreendedora tenha papel relevante na formação de competências, estudos apontam que a autoeficácia empreendedora exerce influência direta no desenvolvimento de uma mentalidade voltada ao empreendedorismo (Abdelwahed & Alshaikhmubarak, 2023). Chang et al. (2022, p. 6) afirmam que “a competência empreendedora, por meio de uma mentalidade empreendedora, impactará positivamente a intenção empreendedora”.

Além disso, Abdelwahed e Alshaikhmubarak (2023, p. 3) ressaltam que a mentalidade empreendedora é influenciada pelas expectativas, pela identidade e pela autoeficácia. Isso é demonstrado no relato de EF03: “(...) desde os 12 eu já tinha que ir no banco, montar cheque, depositar, né, já tinha que fazer alguma contabilidade também, no Excel. Então, eu, desde cedo, já tinha responsabilidade.”

E também na fala de EF09: “Muito pouco. Eu acho que eu fui indo sozinha sempre. Não tive (...) apoio. Fui eu mesma pela intuição, sem apoio de pai, mãe, e o marido muito pouco também.”

Esses depoimentos mostram que, mesmo em contextos de pouca orientação formal ou suporte familiar, muitas empreendedoras desenvolvem uma mentalidade voltada ao crescimento, construindo uma trajetória de aprendizado contínuo, autoconhecimento e superação.

4.2.7 Propósito e identidade empreendedora

No relato de EF06, observa-se: “Então, eu cresci no meio do comércio (...), eu frequentava com ele [pai] tanto o ambiente do bar quanto da imobiliária, então, eu cresci praticamente nesse meio.” Esse depoimento revela que a convivência com o ambiente empresarial desde a infância favoreceu a formação de uma identidade

empreendedora influenciada por *imprints* familiares, ou seja, práticas observadas que se incorporam ao comportamento ao longo do tempo (Combs et al., 2023; Muigai et al., 2023). A exposição precoce ao comportamento empreendedor de familiares pode moldar decisões futuras e influenciar atitudes, conforme apontado por Jaskiewicz et al. (2015).

A literatura também sugere que o propósito pessoal atua como um vetor estruturante da identidade. Segundo Bronk et al. (2009), a existência de um propósito auxilia jovens a enfrentar e superar crises de identidade, oferecendo clareza sobre seus objetivos de vida. Essa ideia é reforçada nos seguintes relatos: “O meu propósito de vida é fazer o melhor para as pessoas, para a sociedade que você tem para dar.” (EF02); “Começou como um hobby, uma atividade, assim, de realmente introspecção, relaxamento. E acabou virando uma profissão, uma missão, um propósito pra mim.” (EF05)

A identidade empreendedora está relacionada aos significados atribuídos pelo indivíduo à sua própria trajetória, bem como à forma como constrói e legitima seu papel no campo profissional. Shepherd e Patzelt (2018) destacam que a carreira empreendedora oferece múltiplas oportunidades para o desenvolvimento de uma autoidentidade singular e adaptável. Esse aspecto é ilustrado na fala de EF11: “Eu entendi que essa era uma parte que precisava em mim, que eu não tinha desenvolvido ao longo do tempo.”. Esse depoimento evidencia o empreendedorismo como ferramenta de autoconhecimento, promovendo o preenchimento de lacunas identitárias ao longo da trajetória profissional.

A identidade empreendedora é um processo emergente, dinâmico e, muitas vezes, paradoxal, conforme argumentam Kasperová e Kitching (2014). No início da trajetória empreendedora, esse processo é essencial para a busca por legitimidade

no mercado e no meio social (Radu-Lefebvre et al., 2021). Nesse sentido, a apropriação consciente da identidade empreendedora aparece claramente no relato de EF02: “A partir do momento que eu comecei a me ver como empreendedora (...) as coisas começaram a fluir (...).”

Essas narrativas revelam que o reconhecimento de um propósito pessoal e a consolidação de uma identidade empreendedora são componentes centrais na trajetória das mulheres entrevistadas. Tais elementos fornecem sentido, motivação e direção às suas escolhas, sustentando não apenas o ato de empreender, mas também o desejo de transformação pessoal e impacto social.

4.2.8 O impacto do empreendedorismo na vida pessoal e familiar

No relato de EF03, observa-se que a escolha pelo empreendedorismo está associada ao desejo por autonomia no ambiente doméstico e flexibilidade no cotidiano:

“Mas eu percebo hoje que o meu trabalho, ele vai muito melhor sozinha, no conforto da minha casa, tendo o meu tempo de dez minutinhos de pausa e voltar aqui, do que eu compartilhar um dia inteiro fora de casa numa agência, sabe? Num escritório. Então, pra mim, foi fácil de me adaptar. Porque sempre foi uma vontade minha, depois que eu me formei, de trabalhar de casa.” (EF03)

Esse depoimento evidencia como o espaço doméstico pode se tornar estratégico para o desenvolvimento da atividade empreendedora, especialmente para mulheres que buscam conciliar trabalho e qualidade de vida.

A fala de EF09 também revela a adaptação da rotina profissional à vida familiar, especialmente no cuidado com os filhos:

“E eu também trabalhei no comércio. Só que sabe, né? (...) tinha criança pequena (...) aí saí do comércio (...). Consigo atender e cuidar da casa, e da minha filha também. Eu posso atender à noite, posso atender no sábado.”

Nesse contexto, constata-se a triangulação entre empreendedorismo, vida pessoal e responsabilidades domésticas, com estratégias de organização que possibilitam acompanhar o desenvolvimento dos filhos e, ao mesmo tempo, manter o negócio ativo.

A mesma lógica é encontrada no relato de EF10:

“Eu cuido da minha casa, cuido da minha família, então eu tenho um tempo livre para mim.”

Tais narrativas reforçam como a escolha pelo empreendedorismo está muitas vezes conectada à busca por flexibilidade, autonomia e gestão do próprio tempo, aspectos fundamentais para o bem-estar dessas mulheres.

Em outro relato, EF08 descreve a trajetória de sua mãe como um exemplo inspirador:

“Quando eu era pequena ela [a mãe] trabalhava de doméstica (...) não tava dando conta de trabalhar e me cuidar (...) Ela passou a vender roupa, né?”

O depoimento revela como a mãe, diante da dificuldade de conciliar o trabalho formal com os cuidados da filha, optou por empreender. Essa escolha expressa uma estratégia comum entre mulheres mães, que encontram no empreendedorismo uma via de geração de renda que permite maior presença na vida familiar, prática que muitas vezes é transmitida intergeracionalmente entre mulheres.

As descrições revelam que muitas empreendedoras não veem o empreendedorismo apenas como fonte de renda, mas como um meio de

transformação pessoal, descoberta de talentos e redirecionamento de trajetória de vida. O relato de EF02 sintetiza essa ideia:

“Mas aí eu penso: puxa, é uma coisa que eu gosto de fazer, não é sofrimento pra eu fazer isso. Eu faria bem se eu não fosse remunerada por isso.”

Nesse sentido, o empreendedorismo também se revela como um caminho de autodescoberta, empoderamento e liberdade, possibilitando às mulheres decidir os rumos de sua vida pessoal e profissional em alinhamento com um propósito.

A fala de EF05 confirma essa perspectiva:

“Começou como um hobby, uma atividade assim, de realmente introspecção, relaxamento. E acabou virando uma profissão, uma missão, um propósito pra mim. Eu sou profundamente, imensamente feliz.”

Esses relatos evidenciam como as experiências individuais conduziram essas mulheres ao empreendedorismo não apenas por necessidade ou influência familiar, mas como estratégia de crescimento pessoal, ressignificação de valores e construção de uma identidade profissional alinhada ao sentido de vida.

4.2.9 Autorrealização como um percurso contínuo

A análise do empreendedorismo feminino sob a ótica da transformação pessoal e do autoconhecimento revela que, para muitas mulheres, o ato de empreender vai além da busca por autonomia financeira. Trata-se de um processo de autodescoberta, realização pessoal e alinhamento com um propósito de vida.

A autorrealização envolve a busca por objetivos autodirecionados, incluindo a exploração de novas oportunidades, a realização de atividades inéditas ou o

engajamento em desafios significativos (Kautonen et al., 2023). Esse entendimento é perceptível no relato de EF01:

“Então esse foi um chamado que eu tive, e que eu via que era algo que me realizava no sentido de ter uma empresa de advocacia. Estaria ajudando as pessoas e, ao mesmo tempo, estaria ganhando por isso.”

Em estudo recente, Kautonen et al. (2023) investigaram como a transição do emprego formal para o empreendedorismo pode ampliar a percepção de autorrealização entre trabalhadores com mais de 50 anos, influenciando inclusive a decisão de prolongar suas trajetórias profissionais. Essa dinâmica é observada na fala de EF07, professora aposentada, que encontrou no empreendedorismo um caminho de renovação pessoal:

“Olha, nesse momento exato eu estou muito feliz, porque além de eu ter passado por uma porta que eu estava resistindo em passar, eu atravessei, né?”

O empreendedorismo surpreende não apenas os estudiosos do tema, mas também os próprios sujeitos que o vivenciam, como revela EF03:

“(...) o que mais me motiva é perceber que foi o único negócio, o único trabalho que eu tive até hoje que eu consegui me manter por mais tempo.”

Esse depoimento ilustra como a vivência empreendedora favorece um processo de autoconhecimento, reforçando a assimilação de uma identidade empreendedora construída ao longo da prática.

Outra constatação recorrente nos relatos é a percepção de que o empreendedorismo possibilita a transformação da trajetória pessoal, permitindo o reconhecimento de novos talentos e a redefinição de projetos de vida. Isso reforça a

ideia de que o trabalho, quando alinhado a um propósito, pode ser prazeroso e emocionalmente gratificante. A fala de EF09 exemplifica esse sentimento:

“Eu me realizo. E quando tô indo pra minha sala de trabalho, aqui eu sou feliz. Às vezes eu tô com algum problema, alguma coisa, mas eu chego aqui, começo a trabalhar, aquilo some.”

As experiências relatadas pelas empreendedoras filhas revelam que a prática empreendedora amplia a compreensão sobre aspectos subjetivos da própria identidade, anteriormente não explorados. Dessa forma, o empreendedorismo passa a ser compreendido como um processo contínuo de construção identitária e de realização pessoal.

Para essas mulheres, o trabalho não se resume à geração de renda, mas representa um espaço de sentido, satisfação e contribuição pessoal, evidenciando que a autorrealização no empreendedorismo é, acima de tudo, um percurso evolutivo e transformador.

4.3 DISCUSSÃO DOS DADOS

O empreendedorismo feminino analisado neste estudo buscou compreender o comportamento de filhas que não sucederam diretamente os negócios familiares, mas que, ainda assim, internalizaram valores, práticas e mentalidades empreendedoras como legado intergeracional (Dorsch et al., 2023). A proposta foi investigar as trajetórias dessas mulheres que, em determinado momento, escolheram o empreendedorismo como carreira, não por continuidade formal, mas por influência e convivência familiar. Duminelli et al. (2017) destacam que muitas mulheres encontram no ato de empreender autonomia econômica, liberdade decisória e senso de

empoderamento e autorrealização – aspectos observados de forma recorrente nos relatos analisados.

A Teoria do Empreendedorismo Transgeracional aponta que famílias empreendedoras influenciam e reforçam mentalidades empreendedoras ao longo das gerações (Barbera et al., 2018), sendo o convívio com pais empreendedores um fator impulsionador na adoção de comportamentos similares pelos filhos (Muigai et al., 2023). As evidências empíricas desta pesquisa corroboram essas proposições teóricas.

Ao longo da análise, emergiram elementos que conectam o empreendedorismo feminino à interseccionalidade de gênero, à cultura e às pressões sociais associadas aos papéis tradicionalmente atribuídos às mulheres (Dy & Agwunobi, 2019; Duarte & Spinelli, 2019). Identificaram-se diversas estratégias de adaptação adotadas pelas empreendedoras, como a instalação do negócio no ambiente doméstico ou a escolha por segmentos percebidos como mais “femininos” (ex.: moda, estética, bem-estar), o que pode ser compreendido como mecanismos – conscientes ou não – de enfrentamento aos estereótipos sociais de gênero.

As narrativas revelam histórias permeadas por desigualdade, desvalorização e ausência de apoio, mas também por resiliência, coragem e reinvenção. Muitas dessas mulheres trilharam caminhos sem suporte de cônjuges ou familiares, enfrentando dúvidas e inseguranças, enquanto outras encontraram no apoio de figuras significativas – como pai, mãe, madrinha ou irmãos – a força necessária para sustentar seus empreendimentos. Tais experiências revelam trajetórias complexas, marcadas por renúncias e superações que deixaram marcas emocionais, mas também conquistas significativas.

A importância do Mindset de Crescimento (Dweck, 2017) emergiu como uma categoria central para explicar a postura dessas mulheres frente às adversidades. A capacidade de distinguir entre a visão externa (o que dizem sobre si) e a visão interna (o que sentem e sabem sobre si mesmas) se revelou determinante para a construção de identidades empreendedoras mais autônomas e resilientes. A busca por propósito e o autoconhecimento associaram-se a essa mentalidade de crescimento, evidenciando o empreendedorismo como um percurso contínuo de desenvolvimento pessoal e profissional.

As análises revelaram que as entrevistadas enfrentam desafios que extrapolam as barreiras típicas do empreendedorismo, envolvendo fatores socioculturais, estruturais, emocionais e familiares. A dupla jornada, por exemplo, apareceu como um tema recorrente, refletindo a sobrecarga entre gestão empresarial e responsabilidades domésticas. Ainda assim, aquelas que adotaram uma mentalidade de crescimento demonstraram capacidade de adaptação e disposição para transformar os desafios em oportunidades de aprendizado, conforme descrito por Dweck (2017) e confirmado por Heslin & Keating (2016).

Outro aspecto central diz respeito à interseccionalidade (Crenshaw, 1989), em que se entrelaçam gênero, classe, acesso a recursos e papel social. Mesmo diante de avanços sociais, os relatos mostram que o apoio no seio familiar ainda é desigual, sendo fundamental a presença de redes de apoio, parcerias estratégicas, mentorias e políticas públicas. Durante a pandemia de Covid-19, por exemplo, muitas mulheres relataram ter contado com suporte emocional e logístico essencial para manterem seus negócios ativos.

A persistência da responsabilidade quase exclusiva pelas tarefas domésticas e cuidados infantis reforça a necessidade de políticas públicas de suporte psicossocial,

como a ampliação de creches, capacitação empreendedora e acesso a crédito. Tais medidas poderiam equalizar condições e promover um ambiente mais favorável ao crescimento sustentável de empreendimentos liderados por mulheres, além de fomentar iniciativas inclusivas no ecossistema empreendedor.

Por fim, destaca-se o papel da transmissão intergeracional do comportamento empreendedor, evidenciado nas falas das filhas que cresceram em ambientes onde a autonomia financeira, a criatividade, a resiliência e a iniciativa foram naturalizadas. Esse convívio favoreceu a internalização de valores empreendedores, refletidos na forma como lidam com a inovação, os desafios e a gestão de seus próprios negócios. A conciliação entre o trabalho e a vida pessoal, o peso das expectativas familiares e a desconfiança enfrentada por parte de cônjuges ou sócios masculinos foram destacados como obstáculos. No entanto, o apoio familiar, quando presente, foi decisivo para a segurança emocional, a tomada de decisões e a continuidade dos empreendimentos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo que norteou o desenvolvimento da presente pesquisa foi compreender se, e de que forma, a convivência de mulheres com seus genitores empreendedores influencia o desenvolvimento de mentalidades empreendedoras, considerando tanto os casos em que houve suporte e incentivo familiar, quanto aqueles em que as trajetórias foram construídas com maior autonomia. Analisou-se também como essas mulheres articulam recursos e capacidades herdadas ou adquiridas ao longo da vida para empreenderem seus próprios negócios.

Partindo do pressuposto de que o universo do empreendedorismo é multifacetado, e que cada indivíduo é o protagonista de sua própria trajetória, os

resultados da pesquisa — baseada em entrevistas em profundidade com mulheres empreendedoras — demonstram que as filhas empreendedoras sofrem, em alguma medida, influências diretas ou indiretas de seus genitores empreendedores, sejam eles pai ou mãe.

Adicionalmente, o ambiente de negócios familiar atua como espaço de aprendizagem informal, promovendo vivências que impactam tanto na vida pessoal quanto profissional. No entanto, ressalta-se que essa convivência não é um fator determinante ou exclusivo para explicar a escolha pelo empreendedorismo como carreira, tampouco garante sua não adoção. A internalização de comportamentos por meio de imprints ou da aprendizagem vicária não exclui o exercício do livre arbítrio, sendo as decisões de carreira influenciadas por múltiplas variáveis contextuais e subjetivas.

A proposta teórica emergente, construída com base na metodologia da Grounded Theory (GT), contribui para a ampliação das teorias sobre o empreendedorismo, em especial no campo do empreendedorismo feminino, transgeracional e comportamental. Reconhece-se que os resultados aqui apresentados não esgotam o tema, tampouco encerram o debate, mas oferecem subsídios para aprofundamentos futuros e reforçam a importância da GT como ferramenta metodológica relevante nas ciências sociais aplicadas.

As principais contribuições desta pesquisa incluem:

- A utilização da GT para análise de trajetórias de mulheres empreendedoras sob a ótica do empreendedorismo transgeracional, da Teoria do Imprinting e da Teoria do Mindset;

- A articulação entre empreendedorismo, identidade, legado familiar, propósito e autorrealização;
- A compreensão da identidade empreendedora feminina como um processo contínuo, moldado por influências familiares, culturais, sociais e emocionais.

Entretanto, a pesquisa apresenta limitações que merecem ser reconhecidas. Em primeiro lugar, a amostra concentra-se majoritariamente no estado de Santa Catarina, região com características geográficas e socioculturais específicas, o que limita a generalização dos achados. Em segundo, a análise qualitativa carrega consigo o viés interpretativo do pesquisador, o que significa que outros estudos, a partir das mesmas entrevistas, poderiam gerar categorias distintas. Essa subjetividade é uma característica da abordagem qualitativa, que valoriza a interpretação ancorada nos dados, mas exige transparência na explicitação do processo analítico.

Outra limitação relevante diz respeito à ausência de um grupo comparativo, como mulheres empreendedoras que não descendem de empreendedores, o que poderia auxiliar na mensuração mais precisa do impacto do legado familiar. Por tratar-se de uma pesquisa qualitativa, os resultados não devem ser generalizados, mas interpretados como representativos de um grupo específico de mulheres. Ainda que a amostra apresente certa heterogeneidade, as experiências relatadas são contextualizadas por condições regionais e culturais específicas, não sendo universalmente aplicáveis.

Diante dessas considerações, sugere-se que futuras investigações possam ampliar e aprofundar o tema em diferentes direções, conforme proposto a seguir:

- Estudos comparativos entre filhas e filhos de empreendedores(as), com foco nas trajetórias e escolhas de carreira;

- Análise da diferença entre filhas de pais empreendedores que empreenderam e aquelas que não seguiram essa trajetória;
- Investigações interseccionais, incluindo mulheres de diferentes classes sociais, raças, regiões e religiões;
- Estudos de caso sobre políticas públicas e programas de apoio ao empreendedorismo feminino, com análise de impacto;
- Comparação entre mulheres que herdaram redes de contatos familiares e aquelas que construíram suas próprias conexões;
- Entrevistas com psicólogas(os) e empreendedoras para analisar a relação entre carga mental, saúde emocional e empreendedorismo;
- Estudos sobre irmãs que empreendem em conjunto versus irmãs que seguiram trajetórias independentes;
- Análise de casais empreendedores, explorando a divisão de tarefas e responsabilidades sob a ótica da triangulação entre trabalho, casa e família.

Em suma, esta pesquisa evidencia que o empreendedorismo feminino, quando analisado sob a lente do legado familiar e da identidade pessoal, se mostra como um percurso contínuo de construção, aprendizado e transformação, no qual as marcas do passado convivem com as aspirações do futuro, impulsionando mulheres a construírem seus próprios caminhos com autonomia, propósito e resiliência.

REFERÊNCIAS

- Abbasianchavari, A., & Moritz, A. (2021). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: A review of the literature. *Management Review Quarterly*, 71, 1–40. <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>
- Abecassis-Moedas, C., BenMahmoud-Jouini, S., Manceau, D., & Pereira, J. (2021). Imprinting of founders' entrepreneurial motivations on enterprises' practices and processes: The context of creative industries. *Creativity and Innovation Management*, 30(1), 182-197. <https://doi.org/10.1111/caim.12421>
- Abdelwahed, N. A. A., & Alshaikhmubarak, A. (2023). Developing female sustainable entrepreneurial intentions through an entrepreneurial mindset and motives. *Sustainability*, 15(7), 6210. <https://doi.org/10.3390/su15076210>
- Al-Dajani, H., Bang, N. P., Basco, R., Calabrò, A., Cheng, J. C. Y., Clinton, E., & Welter, F. (2024). A multi-voiced account of family entrepreneuring research: Expanding the agenda of family entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 1-98. <https://eprints.kingston.ac.uk/id/eprint/54459/1/lmas-M-54459-AAM.pdf>
- Azmi, N. A., Thangal, T. B. T., & Rahim, M. H. L. (2022). Human and social factors among woman entrepreneur: A systematic literature review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 1310-1322. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i10/14921>
- Barbera, F., Stamm, I., & DeWitt, R. L. (2018). The development of an entrepreneurial legacy: Exploring the role of anticipated futures in transgenerational entrepreneurship. *Family Business Review*, 31(3), 352–378. <https://doi.org/10.1177/0894486518780795>
- Bastian, B. L., Metcalfe, B. D., & Zali, M. R. (2019). Gender inequality: Entrepreneurship development in the MENA region. *Sustainability*, 11(22), 1-26. <https://doi.org/10.3390/su11226472>
- Bobrowska, S., & Conrad, H. (2017). Discourses of female entrepreneurship in the Japanese business press – 25 years and little progress. *Japanese Studies*, 37(1), 1-23. <https://doi.org/10.1080/10371397.2017.1293474>
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2011). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410–424. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/86685/1/11-061.pdf>
- Brinkmann, J., & Hoon, C. (2021). Intergenerational imprinting and identification in family businesses: A narrative analysis. *Academy of Management Proceedings*, 2021(1), 14566. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2021.70>

- Bronk, K. C., Hill, P. L., Lapsley, D. K., Talib, T. L., & Finch, H. (2009). Purpose, hope, and life satisfaction in three age groups. *The Journal of Positive Psychology*, 4(6), 500–510. <https://doi.org/10.1080/17439760903271439>
- Calabrò, A., Torchia, M., Kallmuenzer, A., Yezza, H., & Feng, C. (2022). Transgenerational entrepreneurship in family firms: A configurational approach. *Review of Managerial Science*, 17, 1–20. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00592-y>
- Canovi, M., Succi, C., Labaki, R., & Calabrò, A. (2022). Motivating next-generation family business members to act entrepreneurially: A role identity perspective. *Journal of the Knowledge Economy*, 14, 1–28. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-00919-w>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–18. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Chang, A., Chang, D.-F., & Chen, T.-L. (2022). Detecting female students transforming entrepreneurial competency, mindset, and intention into sustainable entrepreneurship. *Sustainability*, 14(20), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su142012970>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage Publications.
- Charmaz, K. (2009). *A construção da teoria fundamentada: Guia prático para análise qualitativa*. Artmed.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.
- Cheng, C., Zhang, S., & Liu, G. (2024). Family business origin and investment preference: An empirical study of imprinting theory. *The British Accounting Review*, 56(5), 101273. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2023.101273>
- Clinton, E., Ahmed, F. U., Lyons, R., & O’Gorman, C. (2024). The drivers of family business succession intentions of daughters and the moderating effects of national gender inequality. *Journal of Business Research*, 184, 114876. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114876>
- Combs, J. G., Jaskiewicz, P., Rau, S. B., & Agrawal, R. (2023). Inheriting the legacy but not the business: When and where do family nonsuccessors become entrepreneurial? *Journal of Small Business Management*, 61(4), 1961–1990. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1883038>
- Corrêa, V. S., Lima, R. M. de, Brito, F. R. da S., Machado, M. C., & Nassif, V. M. J. (2022). Female entrepreneurship in emerging and developing countries: A systematic review of practical and policy implications and suggestions for new

- studies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(2), 366-395. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2022-0115>
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–167. <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8/>
- Datta, P. B., & Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 569–587. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>
- Dobrev, S. D., & Merluzzi, J. (2018). Stayers versus movers: Social capital and early career imprinting among young professionals. *Journal of Organizational Behavior*, 39(1), 67–81. <https://doi.org/10.1002/job.2210>
- Dorsch, T., Jaskiewicz, P., Combs, J. G., & Wulf, T. (2023). Uncertainty around transgenerational control: Implications for innovation prior to succession. *Family Business Review*, 36(4), 402–425. <https://doi.org/10.1177/08944865231203047>
- Duarte, G., & Spinelli, L. M. (2019). Estereótipos de gênero, divisão sexual do trabalho e dupla jornada. *Revista Sociais e Humanas*, 32(2), 126–146. <https://doi.org/10.5902/2317175836316>
- Duminelli, M. V., Topanotti, M. B., & Yamaguchi, C. K. (2017). Análise dos estudos sobre o empreendedorismo e o empoderamento feminino. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 1-17. <https://www.eumed.net/rev/cccss/2017/01/emprendedorismo.html>
- Dweck, C. S. (2017). *Mindset: A nova psicologia do sucesso*. Objetiva.
- Dy, A., & Agwunobi, A. J. (2019). Intersectionality and mixed methods for social context in entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1727–1747. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2017-0498>
- Etim, E., & Iwu, C. G. (2019). A descriptive literature review of the continued marginalisation of female entrepreneurs in sub-Saharan Africa. *International Journal of Gender Studies in Developing Societies*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.1504/IJGSDS.2019.096755>
- Ferretti, A. S. Z., & Souza, E. M. D. (2022). Teoria queer e os discursos sobre empreendedorismo: Desigualdades de gênero e alternativas de análise a partir do *entrepreneurship*. *Cadernos EBAPE.BR*, 20, 276–288. <https://doi.org/10.1590/1679-395120210100>
- Flick, U. (2008). *Introdução à pesquisa qualitativa* (3ª ed.). Grupo A. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788536318523>
- Fritsch, M., Wahl, F., & Wyrwich, M. (2021). Cultural imprinting: Ancient origins of entrepreneurship and innovation in Germany (No. 2021-012). *Jena Economic*

Research Papers, 2021(12), 1-44.
https://pure.rug.nl/ws/portalfiles/porta/202555387/wp_2021_012.pdf

Gil, A. C. (2021). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (7ª ed.). Atlas.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1965). Discovery of substantive theory: A basic strategy underlying qualitative research. *American Behavioral Scientist*, 8(6), 5–12.
<https://doi.org/10.1177/000276426500800602>

Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2023). *Empreendedorismo no Brasil: Recorte temático – sexo*. DataSebrae. <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/06/BR-RT-Sexo-2023-2024-v2.pdf>

Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2024). *Pesquisa GEM: Apresentação PPT*. Agência Sebrae. <https://agenciasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/04/Apresentacao-PPT-GEM-BR-2023-FINAL-V3-3.pdf>

Hechavarria, D., Bullough, A., Brush, C., & Edelman, L. (2019). High-growth women's entrepreneurship: Fueling social and economic development. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 5–13. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12503>

Heslin, P. A., & Keating, L. A. (2017). In learning mode? The role of mindsets in derailing and enabling experiential leadership development. *The Leadership Quarterly*, 28(3), 367-384. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2016.10.010>

Istipliler, B., Hauer, A., Keese, D., Woywode, M., & Ahrens, J. P. (2023). Childhood exposure to family firm and transgenerational orientation: Moderated mediation of affective commitment. *Journal of Small Business Management*, 1–44.
<https://doi.org/10.1080/00472778.2023.2246060>

Jan, S. Q., Junfeng, J., & Iqbal, M. B. (2023). Examining the factors linking the intention of female entrepreneurial mindset: A study in Pakistan's small and medium-sized enterprises. *Heliyon*, 9(11), 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21820>

Jaskiewicz, P., Combs, J. G., & Rau, S. B. (2015). Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 29–49.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.001>

Kasperová, E., & Kitching, J. (2014). Embodying entrepreneurial identity. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 438–452.
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2013-0108>

Kautonen, T., Halvorsen, C., Minniti, M., & Kibler, E. (2023). Transitions to entrepreneurship, self-realization, and prolonged working careers: Insights from the English Longitudinal Study of Ageing. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00373. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00373>

Lima, R. M. de, Corrêa, V. S., Melo, P. L. de R., Nassif, V. M. J., & Arruda, M. C. S. (2024). Female entrepreneurship in a developing context: Motivations, challenges,

- and drivers to succeed in Brazil. *BAR - Brazilian Administration Review*, 21(2), 1-15. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2024220157>
- Lingappa, A. K., & Rodrigues, L. L. (2023). Synthesis of necessity and opportunity motivation factors in women entrepreneurship: A systematic literature review. *SAGE Open*, 13(1), 1-25. <https://doi.org/10.1177/21582440231159294>
- Mathias, B. D., & Williams, D. W. (2018). Giving up the hats? Entrepreneurs' role transitions and venture growth. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 261-277. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.12.007>
- Marinho, P. A. S., & Gonçalves, H. S. (2016). Práticas de empoderamento feminino na América Latina. *Revista de Estudios Sociales*, (56), 80–90. <https://doi.org/10.7440/res56.2016.06>
- Marques, P., Bikfalvi, A., & Busquet, F. (2023). A family imprinting approach to nurturing willing successors: Evidence from centennial family firms. *Family Business Review*, 35(3), 246–274. <https://doi.org/10.1177/08944865221098316>
- Marquis, C., & Tilcsik, A. (2013). Imprinting: Toward a multilevel theory. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 195–245. <https://doi.org/10.1080/19416520.2013.766076>
- Marra, N. R., Felix, B., & Laurett, R. (2022). Antecedentes do processo de escolha de carreira de produtores rurais brasileiros. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 24, 1-16. <https://doi.org/10.48142/2420221852>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Muigai, S. W., Mungai, E., & Velamuri, R. (2023). Intergenerational transmission of entrepreneurship: An East African perspective of SME owner's choice of joining the family business or independent own founding. *Cogent Business & Management*, 10(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2195023>
- Nuradhi, L. M., & Kristanti, L. (2020). Opportunity recognition: Gender and family business background comparison. *International Journal of Family Business Practices*, 3(2), 18-32. <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/5494>
- Ojediran, F., & Anderson, A. (2020). Women's entrepreneurship in the global south: empowering and emancipating? *Administrative Sciences*, 10(4), 87. <https://doi.org/10.3390/admsci10040087>
- Ojong, N., Simba, A., & Dana, L. P. (2021). Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. *Journal of Business Research*, 132, 233–248. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.032>
- Radu-Lefebvre, M., Lefebvre, V., Crosina, E., & Hytti, U. (2021). Entrepreneurial identity: A review and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(6), 1550–1590. <https://doi.org/10.1177/1042258721101379>

- Rodrigues, C. O., Lopes, M. L. B., & Santos, M. A. S. dos. (2022). Empreendedorismo feminino e agricultura: Uma revisão sistemática da literatura. *Research, Society and Development*, 11(3), 1-9. <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i3.26741>
- Samuel, L. (2014). O contributo do empreendedorismo feminino no empoderamento socioeconômico da mulher: Estudo de caso. *Revista Eletrônica de Investigação e Desenvolvimento*, (2), 1-17. <https://reid.ucm.ac.mz/index.php/reid/article/view/16/16>
- Santos, C. M. M., Carvalho Neto, A., Caeiro, M., Versiani, F., & Martins, M. G. (2017). As mulheres estão quebrando as três paredes de vidro? Um estudo com empreendedoras mineiras. *Revista Economia & Gestão*, 16(45), 126–149. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2016v16n45p126>
- Santos, M. O. (2017). Reescrevendo a história: Imigrantes italianos, colonos alemães, portugueses e a população brasileira no sul do Brasil. *Revista Tempo e Argumento*, 9(20), 230–246. <https://doi.org/10.5965/2175180309202017230>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2018). Entrepreneurial identity. In *Entrepreneurial cognition: Exploring the mindset of entrepreneurs* (pp. 137–200). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71782-1_5
- Soares, C. S. (2020). *O processo de imprinting em start-ups numa perspetiva de redes: Um caso exploratório* [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/20622/1/DM-CSS-2020.pdf>
- Souza, H. C. (2023). O empreendedorismo e suas principais vertentes teóricas: Uma visão crítica. *Revista de Estudos e Pesquisas em Administração*, 7(1), 72-98. <https://doi.org/10.30781/repad.v7i1.14558>
- Spalding, D. A. (1954). Instinct: With original observations on young animals. *The British Journal of Animal Behaviour*, 2(1), 2–1. [https://doi.org/10.1016/S0950-5601\(54\)80075-X](https://doi.org/10.1016/S0950-5601(54)80075-X)
- Stinchcombe, A. L. (1967). *Social structure and organizations*. Bobbs-Merrill.
- Stoller, R. J. (1964). A contribution to the study of gender identity. *International Journal of Psychoanalysis*, 45(2–3), 220–226. https://transreads.org/wp-content/uploads/2024/10/2024-10-10_6707cf13748e0_1964_Stoller_AContributiontotheStudyofGenderIdenti.pdf
- Tristiyono, B., Ustazah, E. N., Hasti, F. A., & Lopatka, A. (2023). Entrepreneurship determinants: A literature review. *Procedia Computer Science*, 225, 4167-4176. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.413>
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: Um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 203–220. <https://doi.org/10.20396/tematicas.v22i44.10977>

- Wang, H., Wang, Y., Lyu, B., Yang, Y., & Huang, H. (2023). Military experience and individual entrepreneurship—Imprinting theory perspective: *Empirical evidence from China*. Sage Open, 13(1), 21582440231159866. <https://doi.org/10.1177/21582440231159866>
- Xiang, K., & Cheah, H. C. W. (2024). “I am who I am:” individual imprints and identity performance outcomes. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58, 244-255. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.01.005>
- Xu, J., & Dai, Y. (2024). Are academic spin-offs more socially responsible? The influence of origin on entrepreneurial behaviors. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123066. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123066>
- Yadav, V., Unni, J., Naik, R., & Dutta, S. (2022). Gender differentials in entrepreneurship: Insights from a multi-method study. *The Journal of Entrepreneurship*, 31(1), 30–64. <https://doi.org/10.1177/09713557211069283>
- Ye, S., Wang, W., Li, Y., Wang, H., & Zhou, X. (2022). The intergenerational succession and financialization of Chinese family enterprises: Considering the influence of heirs’ growing experience. *Frontiers in Psychology*, 13, 1004. Doi: 10.3389/fpsyg.2022.1004997

APÊNDICE A – TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Olá, você está sendo convidada a participar da pesquisa intitulada “Legado Familiar e Empreendedorismo Feminino: do Imprinting à Origem do Próprio Negócio”, sob a responsabilidade da professora e pesquisadora Adriana Maria Corrêa Riedi, doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis e Administração da FUCAPE Pesquisa e Ensino SA., que integra o seleto grupo das cinco melhores instituições de ensino do Brasil, conforme o INEP. Esta pesquisa tem por objetivo compreender se, e como, a convivência das mulheres com seus genitores empreendedores influencia o desenvolvimento de mentalidades empreendedoras, considerando tanto os casos em que houve suporte e incentivo familiar quanto aqueles em que as trajetórias foram construídas com maior autonomia. Além disso, busca-se analisar como essas mulheres combinam recursos e capacidades, herdadas ou adquiridas ao longo da vida, para empreenderem seus próprios negócios. A pesquisa tem caráter qualitativo, e fará uso para a coleta, organização, análise e produção de conhecimento a metodologia da Teoria Fundamentada em Dados.

A sua participação nesta pesquisa acontecerá na etapa de coleta de dados por meio desta entrevista, que será gravada e transcrita para análise. Todas as respostas serão analisadas em conjunto, preservando a identidade do participante. Em nenhum momento você será identificada, os resultados da pesquisa serão publicados e a sua identidade continuará preservada. Sendo divulgados dados sociodemográficos para apresentar o perfil do participante e da organização, dados como formação acadêmica, idade, setor que atua, entre outros. No transcorrer da entrevista, a entrevistadora poderá fazer uso de notas, e por alguns instantes não olhará para a entrevistada. Se necessário, a pesquisadora solicitará informações complementares por telefone, *whatsapp*, e-mail, *google meet*, ou pessoalmente.

Esta pesquisa tem duração estimada de 60 minutos. A sua participação é voluntária, não havendo quaisquer incentivos, com a finalidade exclusiva em colaborar com o sucesso da pesquisa e da ciência. Ao estar de acordo com o TCLE, na sua participação será solicitado o seu relato das suas percepções e experiências vivenciadas relacionadas ao objetivo da pesquisa. Sua participação incorrerá em

riscos mínimos, como insegurança ou indecisão quanto a melhor resposta. Você é livre para desistir da pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo ou coação.

Após esses esclarecimentos, você aceita de forma voluntária participar desta pesquisa?

() Sim

() Não

Assinatura da Entrevistada

Data: ____/____/2024

Em caso de alguma dúvida entre em contato com:

1. Pesquisadora responsável

Adriana Maria Corrêa Riedi – Doutoranda

E-mail: adriana.riedi@gmail.com

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1832840468334327>

2. Orientador

Professor Dr. Sérgio Augusto Pereira Bastos

E-mail: sbastos@fucepe.br

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2741589118056146>

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

ARTIGO 1:	LEGADO FAMILIAR E EMPREENDEDORISMO FEMININO: DO IMPRINTING À ORIGEM DO PRÓPRIO NEGÓCIO	
ENTREVISTA: _____	DATA: ____/____/____	HORA: _____
Nome Fictício: _____	Identificação: _____	

Obs.: O nome da entrevistada será mantido no anonimato, sendo substituído por códigos de identificação, exceto os dados do relato.

A seguir questões macro norteadoras para a pesquisa (*Grounded Theory*), que auxiliarão na condução da entrevista:

1. Relate suas experiências de aprendizado e convívio com familiares, que influenciaram na sua trajetória profissional e empreendedora.
2. Como as experiências vivenciadas pela observação e envolvimento com o negócio da família, influenciam na sua prática de gestão e liderança na condução do próprio empreendimento?
3. Ao iniciar o próprio negócio ou optar por essa carreira ou setor, você contou com uma rede de apoio (familiares, amigos, profissionais, especialistas)? De que maneira essa rede impactou ou impacta na sua forma de pensar e tomar decisões?
4. Você identifica desafios e obstáculos que caso não fosse filha de empreendedor(a) não os teria?
5. Na sua rede de relações você tem algum(ns) mentores? Discorra sobre como isso acontece e em que momento você recorre a eles(as)?
6. Quando e qual (quais) experiência(as) foi (foram) decisiva (s) para que você fosse em busca de oportunidades independentes ou aproveitasse uma oportunidade, vindo a iniciar o próprio negócio ou a trabalhar na própria empresa?

7. Você identifica em seu perfil valores e crenças familiares, que influenciam seu modo de pensar e agir na condução de seu empreendimento ou própria carreira?
8. Como você lida com o (in) sucesso no negócio, considerando as expectativas da família?
9. Você aliou um chamado à abertura do próprio negócio, ou a trajetória da própria carreira? (Obs.: “Um Chamado” diz respeito às pessoas que têm prazer em realizar suas funções e colocam suas realizações pessoais como principal ganho).
10. Por gentileza nos indique dois ou três nomes de empreendedoras, para participarem dessa pesquisa. Socialize conosco uma forma de contato (e-mail, celular ou *whatsapp*).

CAPÍTULO 3

SABERES ANCESTRAIS E RESISTÊNCIA DE INDÍGENAS MULHERES: A FORMAÇÃO DE UMA IDENTIDADE POLÍTICA COLETIVA DE REEXISTÊNCIA NO BRASIL

RESUMO

Alterar um modelo social antigo já estruturado, por si só é um desafio. Quando se considera tal mudança paradigmática para uma realidade sociológica e antropológica historicamente patriarcal, mudanças na condição das mulheres e de públicos minorizados, são ainda mais desafiadoras. Desmistificando essas tendências, e indo ao encontro da evolução social e modernização das dinâmicas relacionais, a cada dia vê-se mais mulheres conquistando direitos, voz e protagonismo. Não seria diferente na sociedade indígena. A liderança e o protagonismo indígena feminino desafiam estereótipos de gênero e contribuem para o empoderamento de mulheres não apenas dentro de suas comunidades, uma vez que ao se destacarem como líderes, inspiram outras mulheres a assumirem papéis de liderança e a buscarem por seus direitos e lugar. Esta pesquisa teve por objetivo compreender de que forma as indígenas mulheres se articulam e protagonizam identidades políticas coletivas, promovendo estratégias de reexistência, visibilidade, justiça e defesa dos territórios no atual contexto brasileiro. Para isso, foi conduzido um estudo qualitativo de formulação de teoria por meio de dados - Grounded Theory - com o auxílio da metodologia da Análise das Redes Sociais. Os dados foram obtidos de entrevistas com roteiro semiestruturado e fontes públicas. Foram considerados três grupos de indígenas mulheres, totalizando 18 participantes. O modelo teórico emergente reconheceu a mulher indígena como centro articulador da Identidade Política dos Povos Originários, em dinâmica que cobre defesa de direitos, preservação cultural, enfrentamento ao preconceito e o fortalecimento das redes de pertencimento e resistência. O estudo ampliou a compreensão a respeito da identidade política indígena feminina, aglutinando epistemologias originárias, ativismo contemporâneo e o uso de redes digitais, representando a coletividade de suas etnias e lutas sociais.

Palavras-chave: indígena mulher; liderança; identidade política; reexistência; grounded theory.

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo foca em figuras femininas, especificamente indígenas mulheres. Adota-se a orientação de Soares (2021), optando pelo uso do termo “indígena mulher” em lugar de “mulher indígena”. Ele defendeu que a palavra “indígena” anteceda a palavra “mulher”, tendo em vista que, por entendimento das próprias mulheres, primeiro se nasce indígena, e o “ser mulher” é algo construído posteriormente. O “ser indígena” nasce com a identidade de um povo, seja ele Guajajara, Tembé ou outro, e só mais tarde a identidade do “ser mulher” é agregada. Assim, o povo a que pertence a indígena mulher passa a ser um marcador de suas especificidades de trajetórias e narrativas subjetivas (Soares, 2021).

Estudos sobre a questão indígena têm inspirado pesquisadores internacionalmente (Croce, 2020; Tretiakov, 2020), mas sem focar especificamente sobre a construção do espírito de liderança na indígena mulher (Collis-Janes, 2023). No entanto, a liderança feminina indígena desempenha papel relevante em organizações comunitárias e envolvidas com a preservação do meio ambiente, sendo fundamental na preservação dos ecossistemas locais, moldando políticas e programas a fim de enfrentar problemáticas ambientais (Oliveira, 2023), sendo reconhecida internacionalmente por defender os direitos dos povos indígenas, os Territórios Indígenas (TIs) e causas socioambientais (Brasil, 2023b).

Esta pesquisa tem por objetivo compreender de que forma as indígenas mulheres se articulam e protagonizam identidades políticas coletivas, promovendo estratégias de reexistência, visibilidade, justiça e defesa dos territórios no atual contexto brasileiro. O estudo proposto, tem como sujeito de pesquisa indígenas mulheres, que evidenciam em suas atitudes e comunicação, um perfil de liderança e

protagonismo, identificadas em publicações, entrevistas e desenvoltura no uso de redes sociais e engajamento virtual.

Estudar o fenômeno do indígena feminino, não apenas reconhece a importância das indígenas mulheres em suas respectivas comunidades, como propicia entendimentos e ensinamentos valiosos sobre inclusão, empoderamento e sustentabilidade, de forma a favorecer a sociedade como todo (Oliveira, 2023; Brasil, 2023b).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONQUISTAS E LIDERANÇA FEMININA NO BRASIL E NO MUNDO

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) alarmou o mundo ao caracterizar a Covid-19 como uma pandemia (OMS, 2023), o que se tornou um marco histórico em função do número de mortes e do desemprego causado. Diante de tal impacto, emergiu o importante papel da presença feminina nas ações de combate à doença, posto que, segundo métricas, 70% dos atendimentos em saúde e serviços sociais, mundialmente, são realizados por mulheres (Silva, 2020). Wittenberg-Cox (2020) destaca que, até junho de 2020, os países que apresentaram as melhores respostas à pandemia tinham em comum a liderança de mulheres, que mostraram ao mundo como administrar uma situação altamente complexa em prol do bem-estar da família humana.

Nesse cenário, destacaram-se nomes como Angela Merkel, chanceler da Alemanha; Tsai Ing-wen, presidente de Taiwan; Jacinda Ardern, da Nova Zelândia, entre outras, que implementaram políticas eficazes e humanizadas durante a

pandemia (Wittenberg-Cox, 2020). Coincidentemente, tais países estão entre os mais igualitários do mundo em termos de gênero (Silva, 2020).

No Brasil, do ponto de vista histórico, para aqueles que acompanham a luta das mulheres por direitos, algumas conquistas são relativamente recentes. Em 24 de fevereiro de 1932, as mulheres conquistaram o direito de se envolver na vida política da nação e de votar (TSE, 2022). O Código Eleitoral Brasileiro assegurou o direito ao voto feminino, posteriormente incorporado à Constituição. Enquanto isso, em países considerados desenvolvidos, como a França e a Suíça, o voto feminino tornou-se realidade apenas em 1944 e 1971, respectivamente (TSE, 2022).

Se por um lado houve avanços, por outro, dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) colocam o Brasil em 5º lugar no ranking mundial de feminicídios, atrás de El Salvador, Colômbia, Guatemala e Federação Russa (Moreira, 2019). Pesquisa do IPEA (2020) aponta que, entre 2013 e 2018, houve um aumento de 8,3% na taxa de assassinatos de mulheres dentro do ambiente doméstico. Levantamento do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), divulgado em 2018, indicou que, a cada hora, 536 mulheres foram vítimas de agressão, incluindo violência física, sexual e verbal, ocorrida em casa, no trabalho e nos transportes públicos (Moreira, 2019).

Destaca-se, em 2006, a criação da Lei nº 11.340/06, conhecida como Lei Maria da Penha, que possibilitou a denúncia de diversas formas de violência e é considerada uma das legislações mais avançadas do mundo (Moreira, 2019). Ainda nessa vertente, em 2015, foi promulgada a Lei nº 13.104/15, que alterou o Código Penal Brasileiro ao tipificar o feminicídio como qualificadora do crime de homicídio, enquadrando-o entre os crimes hediondos (Moreira, 2019).

Em 2021, o plenário do Supremo Tribunal Federal (STF, 2023), por unanimidade, declarou a inconstitucionalidade da tese de “defesa da honra”, sob a

justificativa de que fere o respeito à dignidade humana, à proteção da vida e à igualdade de gênero, não podendo ser utilizada em nenhum momento do processo penal ou julgamento. Tal decisão extinguiu a tese que, comumente, era usada em crimes cometidos contra mulheres, justificando agressões e assassinatos com base no comportamento da própria vítima.

Outra conquista recente diz respeito à Lei nº 14.611, de 3 de julho de 2023, que estabelece a igualdade salarial e critérios remuneratórios entre mulheres e homens, resultado de uma luta de mais de 35 anos (Brasil, 2023a). Ressalta-se, ainda, a observação dessa tendência nas eleições de 2020, quando, com o fim das coligações, cada legenda passou a ter que respeitar a cota de 30% de candidaturas femininas no ato de registro (TSE, 2019).

Nas eleições de 2022, foram eleitas quatro mulheres para o Senado, totalizando 15 senadoras (entre eleitas e suplentes), o maior número de mulheres na história da Casa. Na Câmara dos Deputados, das 513 vagas, 91 foram ocupadas por mulheres (Agência Senado, 2022). Conforme dados da União Interparlamentar (UIP), que reúne informações de 193 países, o Brasil ocupa a 146ª posição no ranking global de participação feminina na política (Agência Senado, 2022; Siqueira, 2022).

Assim sendo, observa-se que, no Brasil, as conquistas femininas ocorreram de forma tardia e gradual, ainda enfrentando desafios estruturais — a exemplo dos enfrentados pelas mulheres indígenas, permeados por aspectos mais complexos e por formas interseccionais de opressão — de gênero, étnica, territorial e cultural —, as quais demandam análise específica e aprofundada.

2.2 POVOS INDÍGENAS NO BRASIL

A questão indígena é simultaneamente social, cultural, econômica, política, nacional, internacional, humana e ambiental. Deveria, portanto, ser compreendida como uma responsabilidade coletiva, na medida em que representa símbolo de luta, resiliência e respeito à identidade, cultura e vida dos povos originários, acompanhando paralelamente a história da sociedade brasileira desde seus primórdios (Apurinã & Scandola, 2020).

Não há dados precisos sobre o número de indígenas que habitavam o território brasileiro antes da chegada dos portugueses, mas há registros arqueológicos em praticamente toda a extensão territorial do país (Barnabé et al., 2021). Estima-se que em solo brasileiro habitam cerca de 900.000 indígenas, de 305 etnias e 274 línguas nativas, sendo, por estimativa, 114 povos indígenas isolados (Peñafiel & Mello, 2020).

O choque cultural entre os colonizadores portugueses e os povos originários levou à construção de uma percepção de que os indígenas seriam povos “selvagens”, o que motivou esforços para “civilizá-los” por meio da conversão ao cristianismo (Barnabé et al., 2021). Com o objetivo de implantar um sistema escravista, os portugueses desconsideraram a resistência dos indígenas à submissão, iniciando, a partir de 1530, um processo de dominação com a fundação das primeiras colônias, com vistas à exploração da mão de obra indígena para a estruturação da colônia (Barnabé et al., 2021).

Barnabé et al. (2021) argumentam que a resistência indígena à escravização contribuiu para a substituição progressiva dessa mão de obra por africanos escravizados, uma vez que os indígenas, familiarizados com o território, possuíam maior facilidade de fuga. Ainda assim, a dominação não se deu de forma pacífica, mas

mediante intensa luta e resistência pela defesa de seus territórios (Barnabé et al., 2021).

Com a promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, os povos indígenas passaram a contar com proteções legais que asseguram o usufruto perpétuo das terras tradicionalmente ocupadas, com o objetivo de garantir a preservação de seus modos de vida. Essa proteção reconhece os povos originários como grupos vulneráveis, ameaçados por fatores que também colocam o meio ambiente em risco, dada sua estreita relação com os recursos naturais para fins de subsistência (Peñafiel & Mello, 2020).

A despeito das interferências culturais impostas pelos colonizadores portugueses, é inegável a contribuição das práticas indígenas na formação da cultura brasileira, resultado da resistência e da contínua luta pela preservação de seus territórios e tradições (Barnabé et al., 2021). A sociedade indígena foi capaz de conter os impactos da colonização, superando o despovoamento, os massacres e a incompreensão histórica, reinventando-se e mantendo vivos os Territórios Indígenas (TIs), a cultura e os saberes ancestrais (Barnabé et al., 2021).

Nos últimos anos, observa-se o fortalecimento do protagonismo dos povos originários, impulsionado por grupos e movimentos comprometidos com a proteção dos seus direitos, alterando novamente o curso de sua história (Barnabé et al., 2021). Esse protagonismo é visível especialmente na atuação das indígenas mulheres, que, a partir de suas experiências, articulam ações coletivas voltadas à conservação do meio ambiente e à transformação de seus contextos locais, com foco na proteção da biodiversidade e das gerações futuras (Carvalho, 2024). O Brasil, nesse sentido, representa um paradoxo: desafio e oportunidade na luta contra a crise climática, tendo 49% de seu território coberto pela Floresta Amazônica, que desempenha papel crucial

na absorção de dióxido de carbono e na regulação climática global (Peñafiel & Mello, 2020).

A Floresta Amazônica, além de deter a maior biodiversidade do planeta, transfere umidade para toda a América do Sul e exerce função essencial na estabilidade climática regional e global. Há consenso científico de que, uma vez superado o "ponto de não retorno" — estimado entre 20% e 40% de desmatamento —, a floresta poderá entrar em colapso ecológico irreversível, transformando-se em uma savana e comprometendo todas as iniciativas ambientais voltadas à sua preservação (Peñafiel & Mello, 2020).

Em 2019, um grupo de indígenas mulheres do Oiapoque fundou a chamada Farmácia Verde, iniciativa que conferiu protagonismo às detentoras tradicionais dos saberes sobre plantas medicinais, responsáveis pela produção de ervas e óleos (Carvalho, 2024). Em 2023, o grupo publicou um livro a partir das experiências acumuladas, contribuindo para reverter, ainda que parcialmente, a baixa representatividade das mulheres indígenas em espaços de decisão e liderança, além de fortalecer seu papel como provedoras do sustento familiar (Carvalho, 2024).

Para Carvalho (2024), ao se falar de conservação deve-se incluir as Terras Indígenas. Isso porque são as principais protetoras da biodiversidade, sendo que as indígenas mulheres são as figuras proeminentes nas atividades de sua conservação (Carvalho, 2004). A degradação dos ecossistemas, da fauna e da flora exige reflexões que incorporem o princípio da justiça ecológica, compreendida como o direito de todos os seres — humanos e não humanos — de completarem naturalmente seus ciclos de vida (Peñafiel & Mello, 2020).

2.3 PROTAGONISMO E LIDERANÇA INDÍGENA FEMININO: UMA TRAJETÓRIA DE INVISIBILIDADE E RESILIÊNCIA NO BRASIL

No contexto de lutas, conquistas e resiliência das mulheres no Brasil e no mundo, emergem as indígenas mulheres, muitas vezes invisibilizadas aos olhos da sociedade, mas que vêm reescrevendo suas histórias e descortinando a realidade vivida pelos povos originários (Abílio, 2022; Domingues, 2022). São mulheres que, em determinados momentos, são silenciadas pela violência (Tozze, 2021; Zank & Yxapary, 2021), mas que, em outros, se fazem ouvir, superando barreiras culturais, étnicas e de gênero, tornando-se sujeitos políticos ativos, aptas a transitar por diferentes esferas e a reivindicar demandas vinculadas a projetos coletivos de vida (Peñañiel, 2020).

Exemplo desse protagonismo são as indígenas mulheres que ultrapassam os limites territoriais de suas aldeias, arriscam suas vidas na defesa de pautas coletivas e constroem pontes entre as demandas dos povos a que pertencem e as questões de gênero, afirmando-se como protagonistas em um cenário de profundas desigualdades (Peñañiel, 2020).

Nas eleições de 2018, Joenia Wapichana foi eleita deputada federal, tornando-se a primeira indígena mulher a ocupar um assento na Câmara dos Deputados em 194 anos de história (Abílio, 2022). Para as eleições de 2022 quatro indígenas mulheres foram eleitas, dentre as quais Sônia Guajajara, destacada pela revista Time no grupo das 100 pessoas mais influentes do mundo no ano de 2024, e a candidata a deputada federal indígena mais votada no pleito de 2022 (Abílio, 2022). Célia Xakriabá, professora e ativista do povo Xakriabá, foi eleita primeira deputada federal indígena por Minas Gerais. Juliana Cardoso, por sua vez, educadora e ativista dos

movimentos sociais e sindicais, destacou-se como a primeira afro-indígena mulher a exercer mandato na Câmara Municipal de São Paulo.

Se pelos fatos acima se tem motivos para comemorar, por outro lado, tem-se a realidade dos feminicídios indígenas, que evidenciam, no mínimo, a negligência do Estado (Tozze, 2021). Em agosto de 2022, foram veiculadas tristes notícias aos povos indígenas Kaingang do Rio Grande do Sul (RS) e Kaiowá do Mato Grosso do Sul, dando conta que nas primeiras semanas do mês, duas meninas foram encontradas mortas, uma de 11 e a outra de 14 anos (Abílio, 2022).

Há consenso entre lideranças femininas indígenas de que é urgente ampliar os mecanismos de proteção, como a presença de tradutoras nas delegacias e a criação de casas de acolhimento para vítimas que não dominam o português, a fim de evitar que permaneçam convivendo com seus agressores (Tozze, 2021).

Uma professora da aldeia São João de Iraquá (RS) relatou que a mãe da menina de 11 anos revelou que sua filha mais velha também havia sido violentada e estava sob risco de morte. Segundo a polícia, o crime não foi formalmente registrado por medo e por pressão de lideranças locais, que preferem resoluções baseadas nas normas internas da comunidade, o que frequentemente acarreta impunidade aos agressores. O desconhecimento dos direitos legais agrava ainda mais a situação (Abílio, 2022).

A mesma professora informou que a mãe das meninas foi vítima de violência doméstica por 18 anos, e mesmo tendo denunciado, foi pressionada a retirar a queixa por lideranças da comunidade. Fora da aldeia, sofreu preconceito étnico. Após oito meses da denúncia, ao procurar o Fórum, descobriu que o processo havia sido arquivado sob o argumento de se tratar de uma prática cultural, evidenciando a persistência de interpretações enviesadas e racistas (Tozze, 2021).

A antropóloga Pietra Dolamita (Kowawa Kapukaja Apurinã) denuncia que a omissão estatal nesses casos é uma forma de racismo, pois a violência contra indígenas mulheres não é cultural, mas histórica e estrutural, advinda de séculos de dominação e violação, desde os bandeirantes e jesuítas até as ações do extinto Serviço de Proteção ao Índio (SPI) e do aparato militar (Tozze, 2021).

Dolamita também critica o silenciamento por parte das lideranças indígenas diante da violência de gênero: “não me sinto representada por lideranças que não punem os agressores”, afirma. Ressalta ainda que, quando as mulheres participam dos espaços de liderança comunitária, a tendência é resolverem os casos coletivamente, e denuncia a subnotificação dos feminicídios de indígenas no Brasil (Tozze, 2021).

A Constituição Federal de 1988 inaugurou uma nova concepção sobre os povos originários, e o protagonismo indígena tem se fortalecido nas últimas décadas. Hoje, homens e mulheres indígenas atuam em diversas frentes profissionais e políticas, como ambientalistas, médicos, advogados, escritores, professores, artistas e parlamentares, sendo agentes fundamentais na luta por direitos, demarcação de terras e preservação das culturas ancestrais (Domingues, 2022).

Entre essas lideranças, destaca-se Maria de Lourdes da Conceição Alves, conhecida como Cacique Pequena, a primeira mulher indígena a assumir o cacicado de seu povo, os Jenipapo Kanindé, no Ceará. Sua atuação foi decisiva na conquista do reconhecimento do Território Indígena Lagoa da Encantada. A partir de sua liderança, foram construídos uma escola, um posto de saúde, uma pousada, um museu e uma casa de farinha, ações que expressam seu compromisso com a qualidade de vida de sua comunidade (Alves, 2022).

Mesmo enfrentando resistência por ser mulher, Cacique Pequena consolidou-se como referência nacional. Em uma reunião em Minas Gerais, esteve ao lado de 39 caciques homens, sendo a única mulher a exercer essa liderança em um espaço até então dominado por homens (Alves, 2022).

Outra figura de destaque é Sônia Bone de Sousa Silva Santos, ou Sônia Guajajara, do povo Guajajara/Tentehar, que habita a Terra Indígena Araribóia. Com trajetória marcada por atuação em defesa dos povos indígenas e das causas socioambientais, Sônia Guajajara tornou-se Ministra dos Povos Indígenas em 1º de janeiro de 2023, consolidando sua posição como uma das mais influentes lideranças indígenas da contemporaneidade (Brasil, 2023b).

A presença do protagonismo político e social das mulheres indígenas (Andrade, 2023) tem ganhado visibilidade ao se impor frente a estruturas coloniais historicamente excludentes e permeadas por preconceitos contra os povos indígenas, mantidos pela cultura dominante do colonizador (Andrade, 2023; Costa, 2020; Grosfoguel, 2008). Emergem modos plurais de liderança indígena feminina que articulam ancestralidade, territorialidade e resistência (Costa, 2020). Assim sendo, há carência de teorias que compreendam, em profundidade, como se dão os processos identitários e de atuação política, os quais, frequentemente, se pautam pelo paradigma ocidental, desconsiderando as particularidades, os modos de vida e as práticas culturais de reexistência dos povos indígenas (Andrade, 2023; Segato, 2012).

Ainda que fundamentais, as teorias vigentes sobre identidade, em seus contextos, não abarcam as nuances interseccionais que permeiam as distintas experiências das mulheres indígenas (Flores, 2021; Segato, 2012; Grosfoguel, 2008), cujas trajetórias políticas carregam vínculos com seus territórios, com a oralidade na

transmissão de saberes ancestrais e com a espiritualidade, como prática de cuidado coletivo e sustentabilidade ambiental (Andrade, 2023; Flores, 2021; Costa, 2020).

Para Hall (2016), a identidade se forma em meio a rupturas históricas, em um processo discursivo de construção instável e contínua. O autor pontua que a cultura não é neutra, ou seja, articula-se por meio das relações de poder, principalmente no que se refere a raça, gênero e classe (Hall, 2016). No que diz respeito à resistência por meio das redes, Castells (1999) reconhece o embate entre o poder das redes e a resistência identitária, representando formas de reapropriação política do espaço digital por sujeitos historicamente marginalizados, no anseio por novas formas de pertencimento, visibilidade e transformação social.

No contexto indígena, a identidade política emerge da coletividade, do território, da ancestralidade e da interdependência dos seres com a natureza. Em sua luta, as mulheres indígenas, de geração em geração, passam o bastão umas às outras. A exemplo da Cacika Irê, que recebe da mãe muito além do bastão da liderança, herdando seu capital político como referência direta, trazendo consigo o legado de luta coletiva e formas de reexistência (Andrade, 2023). A política não é algo novo na vivência das mulheres indígenas, referindo-se a uma dimensão mais ampla do que a política partidária. Desde cedo, aprendem a negociar e administrar fronteiras e a expandi-las nas relações, pois nem sempre é estratégico realizar embates diretos. Portanto, para elas, a política é também uma arte, aprendida e exercida desde o seio familiar (Andrade, 2023).

A exemplo do que ocorre nas Aldeias Tukum e Kamanawá, com as etnias, respectivamente, Tupinambá e Katukina, observa-se que a influência das mulheres indígenas ocorre, por vezes, de forma indireta na condução da comunidade, evidenciando que a participação feminina tem sido cada vez maior na luta pelos

direitos de seus povos e na política nacional desenvolvida pelo Estado brasileiro (Flores, 2021). Nessa perspectiva, emerge um movimento nas comunidades que busca a igualdade política, com a participação direta ou indireta das mulheres indígenas, estimulando seu protagonismo aliado à governança comunitária, na criação de negócios que reforcem a economia local, na promoção de ações de manejo e reparação ambiental, entre outras, com vistas à proteção dos recursos naturais (Flores, 2021).

A indígena Andressa Runi Shanenawa destaca-se pelo protagonismo ao criar uma farmácia viva, com um viveiro que abriga mais de 180 espécies de plantas medicinais, na aldeia Mora Nova, às margens do rio Envira, no Acre (Terras Indígenas no Brasil, 2024). Com o objetivo de “preservar o conhecimento de cura ancestral de sua avó Runi, uma xamã de 85 anos” (p. 1), que cura indígenas e não indígenas com o saber sobre remédios florestais, Andressa constitui-se como uma verdadeira biblioteca viva. Após estudar enfermagem e aprender sobre a medicina não indígena, acredita que os conhecimentos ancestrais podem contribuir com a cura, como nos rituais praticados dentro das aldeias. Com esse centro de saúde na floresta, oferece medicamentos que atendem cerca de 700 moradores das 12 aldeias. A ideia é atender tanto indígenas quanto não indígenas, por meio de medicamentos manipulados (Terras Indígenas no Brasil, 2024).

O protagonismo e a valorização da mulher indígena em suas respectivas comunidades demonstram que, por vezes, tornam-se responsáveis por estratégias para ampliar a renda de suas famílias, encontrando soluções para o bem viver e tornando-se interlocutoras com a sociedade não indígena na oferta e comercialização de seus produtos (Terras Indígenas no Brasil, 2024; Andrade, 2023; Flores, 2021).

Partindo desse contexto, esta pesquisa fundamenta-se no uso da Grounded Theory na vertente construtivista (Charmaz, 2009), para a construção de teoria a partir das narrativas das próprias mulheres indígenas, contribuindo para a ampliação dos referenciais sobre liderança, protagonismo e identidade política coletiva. Portanto, a adoção da Grounded Theory em pesquisa voltada à construção da identidade política de mulheres indígenas mostra-se metodologicamente apropriada, dada sua capacidade de gerar teoria a partir de dados empíricos. Parte-se, assim, da flexibilidade analítica dessa metodologia, que permite a triangulação entre diferentes tipos de dados primários e secundários, oriundos de entrevistas e mídias sociais (YouTube e Instagram), conforme será detalhado no capítulo seguinte.

3. METODOLOGIA

Gil (2021) afirma que os objetivos da pesquisa qualitativa envolvem um processo de interpretação não matemático, em que se descobrem conceitos e as relações entre os dados, os quais são organizados de modo a resultar em um esquema explicativo. O presente estudo tem por objetivo compreender de que forma as indígenas mulheres se articulam e protagonizam identidades políticas coletivas, promovendo estratégias de reexistência, visibilidade, justiça e defesa dos territórios no atual contexto brasileiro.

Portanto, para alcançar o objetivo da pesquisa, foi conduzido um estudo qualitativo segundo o método Grounded Theory (Charmaz, 2009; Gioia et al., 2012; Glaser & Strauss, 1967). O método adotado visou explorar o contexto em que as experiências foram vivenciadas e compreender os processos e caminhos que conduziram as indígenas mulheres ao protagonismo, instigando a reflexão sobre sua

habilidade de transitar entre mundos distintos e construir relações que reivindicam seus projetos coletivos de vida (Peñafiel, 2020, p. 801).

Para o desenvolvimento dessa pesquisa foram selecionadas indígenas mulheres maiores de 18 anos, que pertencessem a algum povo ou etnia e utilizassem ao menos alguma rede social. A coleta de dados da pesquisa ocorreu a partir de três fontes distintas, uma fonte primária e duas secundárias, contemplando três grupos de mulheres:

a) O primeiro grupo – fonte primária – foi composto por indígenas mulheres que responderam diretamente a uma entrevista semiestruturada, encaminhada por meio da plataforma Google Forms. Esse grupo foi identificado pela letra “F”;

b) O segundo grupo – fonte secundária – incluiu indígenas mulheres com carreiras públicas, cujas entrevistas estavam disponíveis publicamente na internet, especificamente na plataforma YouTube. Esse grupo foi identificado pela letra “Y”;

c) O terceiro grupo – fonte secundária - foi formado por indígenas mulheres que utilizassem as redes sociais e que, de alguma forma, atuassem em posição de liderança, seja por meio de política, ativismo, carreira artística, acadêmica, luta por direitos humanos. Dessa maneira, optaram-se por perfis públicos na rede social Instagram. Esse grupo foi denominado de “R”. Considerando que a rede social Instagram foi amplamente mencionada nas entrevistas realizadas com o primeiro grupo (F), constatou-se que essa plataforma apresenta forte aderência ao perfil investigado, destacando-se como um meio relevante de visibilidade para a defesa de bandeiras sociais e lutas por causas diversas. Diante disso, o Instagram foi definido como o foco de análise para o Grupo “R”.

As entrevistas do grupo “F” foram realizadas por meio de roteiros semiestruturados compostos por 15 perguntas descritivas (conforme Apêndice A). O instrumento foi submetido a um pré-teste com uma indígena mulher com perfil semelhante ao da pesquisa, a qual validou tanto os questionamentos quanto a relevância do estudo. Esta etapa contou com a participação de seis indígenas mulheres, de diferentes etnias, distribuídas pelo território brasileiro. A seleção das participantes foi feita por abordagem direta via mensagens nas redes sociais, contendo o convite para participação. Após o aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (Apêndice B), as participantes responderam ao questionário por meio do Google Forms.

Na segunda fase da coleta de dados, foram utilizadas entrevistas públicas disponíveis no YouTube. Inicialmente, foram identificadas 40 indígenas mulheres com perfis públicos relevantes e com entrevistas disponíveis na plataforma. Após análise do conteúdo e da diversidade étnica, foram selecionadas seis participantes para compor o grupo “Y”, excluindo aquelas que já haviam participado do grupo “F”. Priorizou-se a escolha de personalidades com influência reconhecida por meio de cargos políticos, ativismo, produção artística ou atuação acadêmica. Ao todo, 27 entrevistas foram utilizadas, totalizando 12 horas e 25 minutos de gravações. Os dados referentes aos vídeos das entrevistas estão apresentados na Figura 1. As transcrições foram realizadas com o uso do site Notta, uma ferramenta que converte gravações em texto. Após a transcrição, as falas foram analisadas com base no mesmo roteiro semiestruturado utilizado para o grupo “F” (Apêndice A).

Entrevistada	Título Do Vídeo	Autor
IND7-Y	Dia dos Povos Indígenas: Entrevista da ministra Sonia Guajajara à ONU News	ONU News (2024)
	Poder Entrevista: Sonia Guajajara, coordenadora-executiva da Apib	Poder360 (2022)
	Roda Viva - Sonia Guajajara - 20/03/2023	Roda Viva (2023)
	Ministério traz indígenas para alto escalão do governo, diz Sonia Guajajara CNN PRIME TIME	CNN Brasil (2022)
	Metrópoles Entrevista - Sonia Guajajara, ministra dos Povos Indígenas	Metrópoles (2023)
	"Hoje o índio não está só no mato", diz Sônia Guajajara	Agência Pública (2018)
IND8-Y	Território como pertencimento, resgate, corpo e ancestralidade - Katú Mirim - TEDxJundiaí	TEDx Talks (2023)
	Cultura Indígena: Uma conversa com a Rapper Katú Mirim Papo Kabelo Karol Pinheiro	SalonLineBrasil (2020)
	Sabe seus ANCESTRAIS? Papo sobre INDÍGENAS com Katu Mirim e Lucas Silveira Conversas Desconfortáveis	Canal GNT (2020)
IND9-Y	Série Guardiães da Floresta - Episódio Joenia Wapichana	Mídia Ninja (2021)
	Poder Entrevista: deputada federal Joenia Wapichana (Rede-RR)	Poder360 (2021)
	Joenia Wapichana quer terras indígenas livres de invasões	Mongabay Brasil (2023)
	Joênia Wapichana no Entre Vistas – VIDAS INDÍGENAS IMPORTAM	Rede TVT (2020)
IND10-Y	Eliane Potiguara – culturas indígenas (2016)	Itaú Cultural (2017)
	Eliane Potiguara – Escritora, professora e ativista indígena	Lascene Produções (2021)
	Entre um Café, uma Prosa com Eliane Potiguara	RTV Caatinga Univasf (2018)
	Programa 2 - Acessibilidade. Originárias: Eliane Potiguara e Sandra Benites	Mulher com a Palavra (2021)
	Horizonte Aberto - A mulher, a luta e a criação do mundo - Eliane Potiguara	Centro Cultural Vale Maranhão (2022)
IND11-Y	Entrevista com Célia Xakriabá "O futuro é ancestral ou não será"	O Tempo (2023)
	CÉLIA XAKRIABÁ: Um chamado por justiça socioambiental	Célia Xakriabá (2022)
	A Pauta do Dia, com Célia Xakriabá	Meteoro Brasil (2023)
	Célia Xakriabá é a nova presidente da Comissão da Amazônia - 15/03/23	Câmara dos Deputados (2023)
	Célia Xakriabá é liderança indígena, defensora da cultura e dos direitos dos povos	Mídia Ninja (2020)
	Célia Xakriabá anuncia projeto de combate à violência contra indígenas - 11/09/2023	Câmara dos Deputados (2023)
IND12-Y	Lideranças Femininas com Puyr Tembê	Tribunal Regional Eleitoral do Pará. (2023)
	Puyr Tembê Secretaria de Estado dos Povos Indígenas do Pará (SEPI)	Super Marajoara TV50.1 (2023)
	The Female Activist of the Tembe Tribe (Excerpt from 'Fighting the Amazon's Illegal Loggers')	VICE News (2015)

Figura 1: Dados das entrevistas do Grupo “Y”

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Para o terceiro grupo, “R”, os dados foram extraídos de perfis públicos na rede social Instagram, respeitando os critérios previamente estabelecidos. Considerando a mesma lista inicial de 40 nomes e excluindo as participantes do grupo “Y”, chegou-se a seis indígenas mulheres distintas para compor o grupo “R”. A coleta de dados incluiu a análise da rede interativa de “seguindo” e “seguidores”, informações pessoais como idade e estado civil (quando disponíveis) e a natureza das publicações, incluindo bandeiras defendidas, volume de curtidas, comentários e visualizações.

Dessa forma, a Figura 2 resume as principais características das participantes da pesquisa.

Grupo	Identificação	Etnia	Localização
F	IND1-F	Tupinambá	BA
	IND2-F	Kariri-Sapuyá e Terena	BA
	IND3-F	Kaingang	PR
	IND4-F	Baré	AM
	IND5-F	Kaingang	PR
	IND6-F	Pankararu	PE
Y	IND7-Y	Guajajara	MA
	IND8-Y	Boe Bororo	MT
	IND9-Y	Wapichana	RR
	IND10-Y	Potiguara	PB
	IND11-Y	Xakriabá	MG
	IND12-Y	Tembé	PA
R	IND13-R	Pataxó	BA/MG
	IND14-R	Wapichana	RR
	IND15-R	Pankara	PE
	IND16-R	Tikuna	AM
	IND17-R	Tupinambá	BA/PA
	IND18-R	Guarani	MS/PR/RS/SC/SP/ES/RJ/MG

Figura 2: Características das participantes da pesquisa

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A localização espacial dos Territórios Indígenas (TIs) das participantes da pesquisa no Brasil está disposta na Figura 3. Ressalta-se que, para aquelas participantes que não informaram a localização exata de seus territórios, foram utilizados os dados disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

(IBGE), referentes às demarcações de terras ou aos processos demarcatórios em andamento.

Observa-se que as etnias das participantes possuem territórios distribuídos pela maior parte dos estados brasileiros. Importa destacar que algumas indígenas relataram que os territórios aos quais pertencem ainda se encontram em processo de demarcação, o que pode limitar a visibilidade e reconhecimento formal dessas áreas.

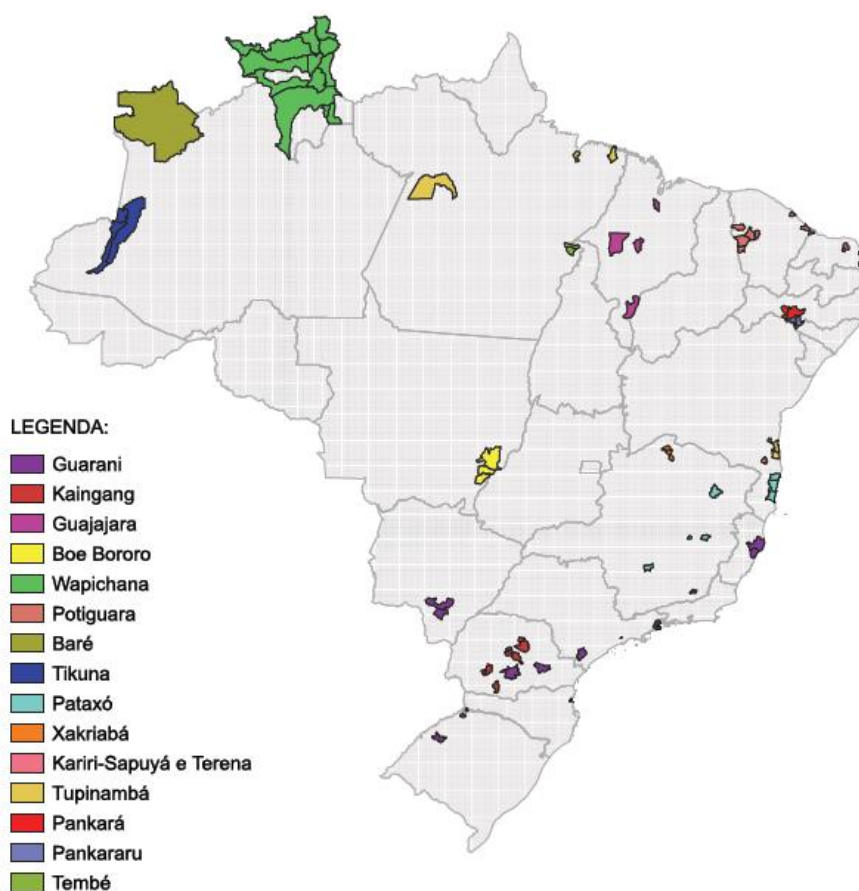


Figura 3: Localização dos territórios indígenas das participantes.
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A Figura 4 apresenta a distribuição etária das participantes da pesquisa, agrupadas em quatro faixas etárias distintas.

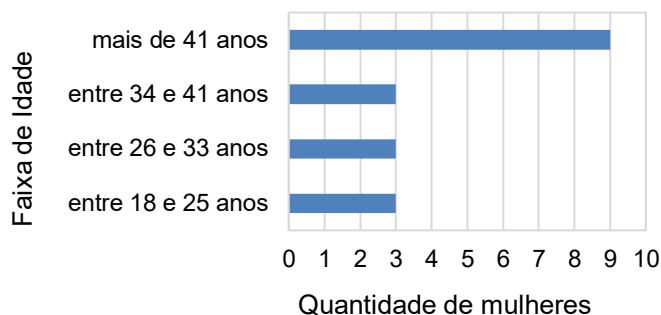


Figura 4: Idades das participantes
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Verificou-se que a maioria das mulheres indígenas participantes da pesquisa encontram-se na faixa etária acima de 41 anos de idade. Esse dado sugere, que devido as experiências de luta e violências sofridas, essas mulheres mais experientes estão servindo de exemplos, que por vezes são seguidos por indígenas mulheres mais jovens. No que tange ao restante, a proporção ficou igualmente distribuída nos grupos com 16,7% (3 mulheres), respectivamente.

A Figura 5 apresenta os dados referentes ao estado civil das indígenas participantes. Inicialmente, observa-se que não há informações disponíveis sobre o estado civil de sete participantes, o que representa 38,9% da amostra total. Entre as demais, 33,3% declararam-se casadas, 22,2% solteiras e 5,6% como outros.

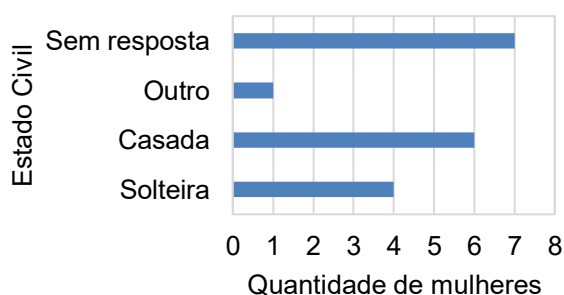


Figura 5: Estado civil das participantes
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Quanto ao número de filhos das indígenas participantes da pesquisa, os dados estão dispostos na Figura 6. Observa-se que 33,3% das entrevistadas (seis mulheres)

aparecem como “sem resposta”, uma vez que tal informação não estava disponível. Entre as demais (66,7%), verificou-se que a maior proporção, correspondente a 27,8%, declarou ter três filhos; 16,7% possuem dois filhos; 11,1% não têm filhos; e 5,6% relataram ter um filho ou mais de três filhos.

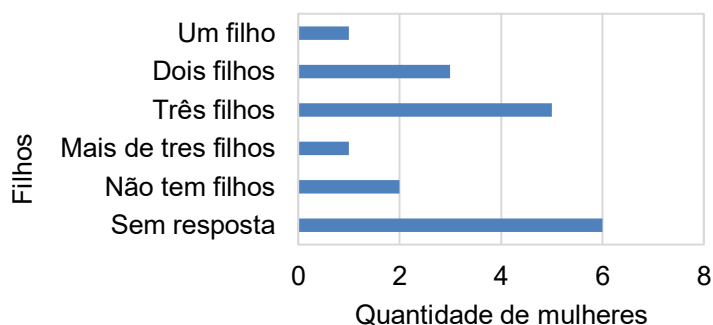


Figura 6: Quantidade de filhos por mulher indígena
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Desse modo, ao se excluir as participantes que não responderam ou cujos dados não estavam disponíveis, verifica-se que o perfil de indígenas mulheres é predominantemente composta por mulheres casadas com filhos, representando 55,6% do total.

3.1 GROUNDED THEORY

Após a coleta de dados, os conteúdos das entrevistas dos grupos “F”, “Y” e “R” foram organizados no software Excel, passando por um processo de separação por pergunta e respectiva resposta. Os dados foram analisados e selecionados por meio de interpretações rigorosas, seguindo as três etapas da Grounded Theory (GT), em um processo que envolveu comparações constantes e a criação de categorias de primeira e segunda ordem. Nessa etapa, identificaram-se similaridades e pontos em comum, bem como o nível de detalhamento das respostas e o contexto geral, o que possibilitou a construção das dimensões agregadas, conforme detalhado a seguir.

Para a análise e codificação dos dados, empregaram-se os procedimentos estabelecidos pela Grounded Theory conforme Charmaz (2009) e Gioia et al. (2012), nos quais os dados brutos foram submetidos às etapas de categorização e codificação de 1ª ordem, 2ª ordem e de dimensão agregada. O processo de codificação ocorre em três fases:

A primeira fase corresponde à codificação inicial, na qual são examinadas as citações dos dados brutos (por meio da leitura e releitura das entrevistas), também denominadas de “códigos in vivo” — fatos e incidentes extraídos diretamente das falas — com o intuito de captar a essência do discurso das participantes. A construção das categorias de primeira ordem busca manter-se o mais próxima possível da linguagem utilizada nas entrevistas (Gioia et al., 2012). Na segunda fase, atribuem-se termos mais conceituais aos códigos iniciais, formando as categorias de segunda ordem. Para esta etapa, as categorias foram formuladas com base nos procedimentos recomendados por Gioia et al. (2012).

Na terceira fase, foram geradas as dimensões agregadas, fundamentadas nas categorias desenvolvidas nas fases anteriores. Embora essas etapas possam sugerir um processo linear, a construção do conhecimento se dá de forma cíclica e iterativa, com revisitas constantes às entrevistas, reanálise dos códigos e refinamento das categorias, garantindo o rigor metodológico e a coerência analítica (Gioia et al., 2012).

Na análise específica das respostas fornecidas pelas indígenas mulheres, identificaram-se 91 códigos iniciais (1ª ordem). A partir desses, foram construídos 20 códigos de segunda ordem. Por fim, emergiram 10 dimensões agregadas, que fundamentaram a elaboração do Modelo Teórico da pesquisa. Esses elementos foram consolidados devido à relevância e recorrência observadas nos dados, resultando em

uma compreensão teórica da trajetória das indígenas mulheres participantes, e indicando a saturação teórica do estudo.

3.2 ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

Conforme argumenta Marteleto (2001), o estudo das redes sociais ainda revela aspectos da sociedade contemporânea que são pouco explorados. Isso implica que os indivíduos, munidos de recursos tecnológicos e dentro de suas capacidades, protagonizam e articulam ações em seus espaços pessoais, transformando-os em ambientes politizados a partir de suas relações sociais e manifestações dentro da própria rede.

Na perspectiva metodológica da Análise de Redes Sociais (ARS), qualquer conjunto de atores — sejam indivíduos, organizações ou instituições — que mantenham entre si algum tipo de vínculo, pode ser analisado como uma rede social. De forma geral, a ARS gira em torno de uma pergunta central: “Quem se relaciona com quem?”. A partir dessa base, é possível identificar características como o tamanho da rede, graus de proximidade ou distanciamento, atores centrais e periféricos, subgrupos, entre outros aspectos comportamentais (Silva & Zanata, 2012).

Com o objetivo de atender às demandas desta pesquisa, a análise buscou compreender como as indígenas mulheres estão organizadas nas redes sociais, especialmente no que diz respeito à existência de conexões e interações entre os grupos participantes. Para tanto, foram utilizados dados extraídos da rede social Instagram, a partir dos perfis das participantes pertencentes aos grupos “Y” e “R”, totalizando 12 indivíduos.

Dentro desse escopo, foram analisados os seguintes aspectos em cada uma das contas observadas:

- a) Interações entre as indígenas mulheres do grupo “Y” — se seguem entre si;
- b) Interações entre as indígenas mulheres do grupo “R” — se seguem entre si;
- c) Interações cruzadas — se indígenas mulheres do grupo “Y” seguem as do grupo “R”, e vice-versa.

Os dados foram organizados em planilhas, sendo que cada linha representava uma participante, e as colunas indicavam que outras participantes ela seguia. A partir dessa matriz de conexões, foi elaborado um diagrama em formato circular, onde os nomes das participantes foram dispostos ao redor do círculo. As setas foram traçadas a partir de cada participante em direção às outras que ela seguia. Setas verdes representaram interações mútuas (seguia e era seguida), enquanto setas vermelhas indicaram interações unilaterais (apenas seguia).

Importa salientar que o diagrama gerado representa um recorte empírico e temporalmente delimitado (Marteleto, 2001). Neste estudo, o espaço analisado foi a rede social Instagram e o período de análise corresponde ao mês de março de 2025. É fundamental reconhecer que as redes sociais são dinâmicas e, portanto, os vínculos ali representados podem ser alterados com o tempo, criando novas conexões ou rompendo outras já existentes.

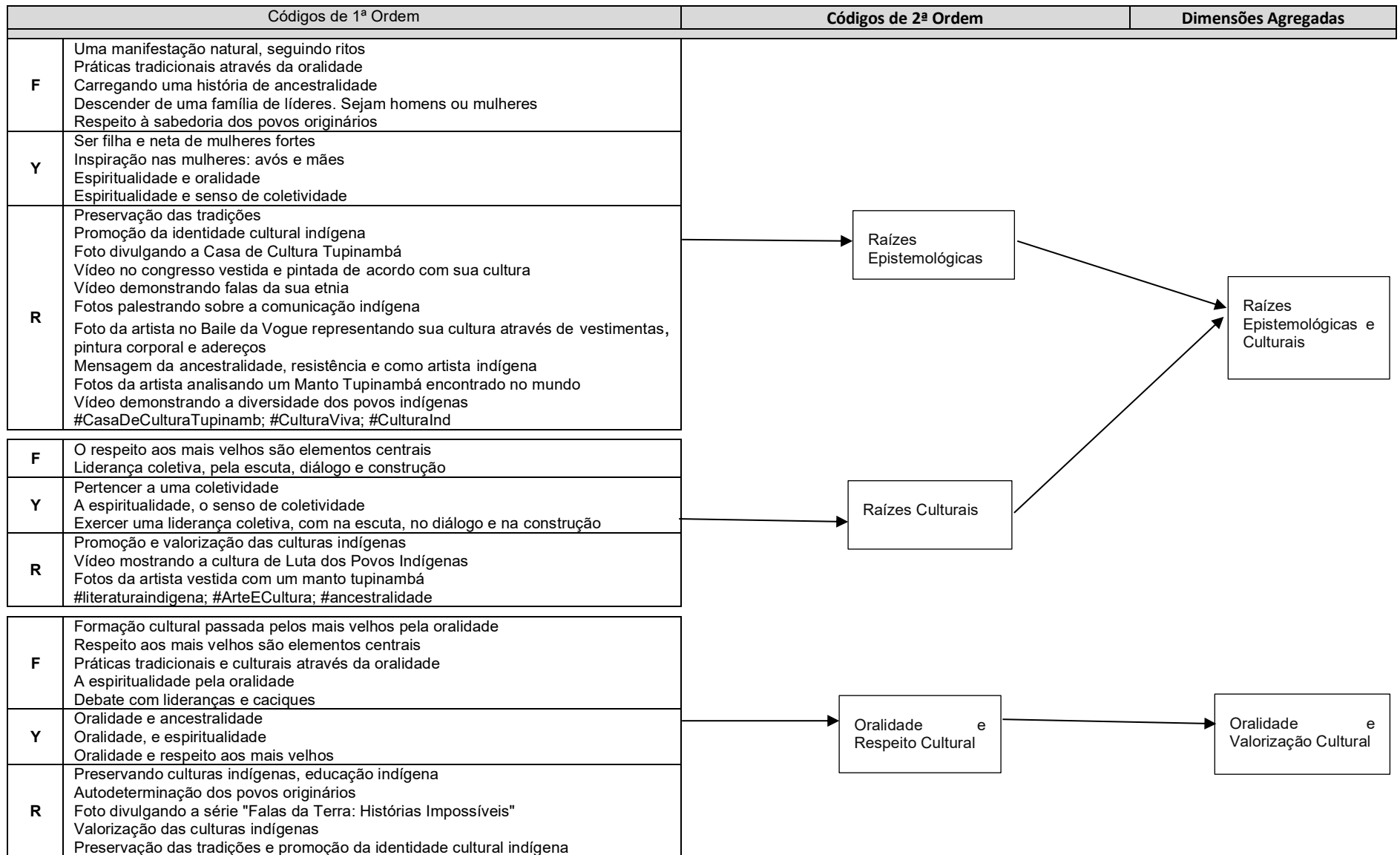
4. ANÁLISE DE DADOS

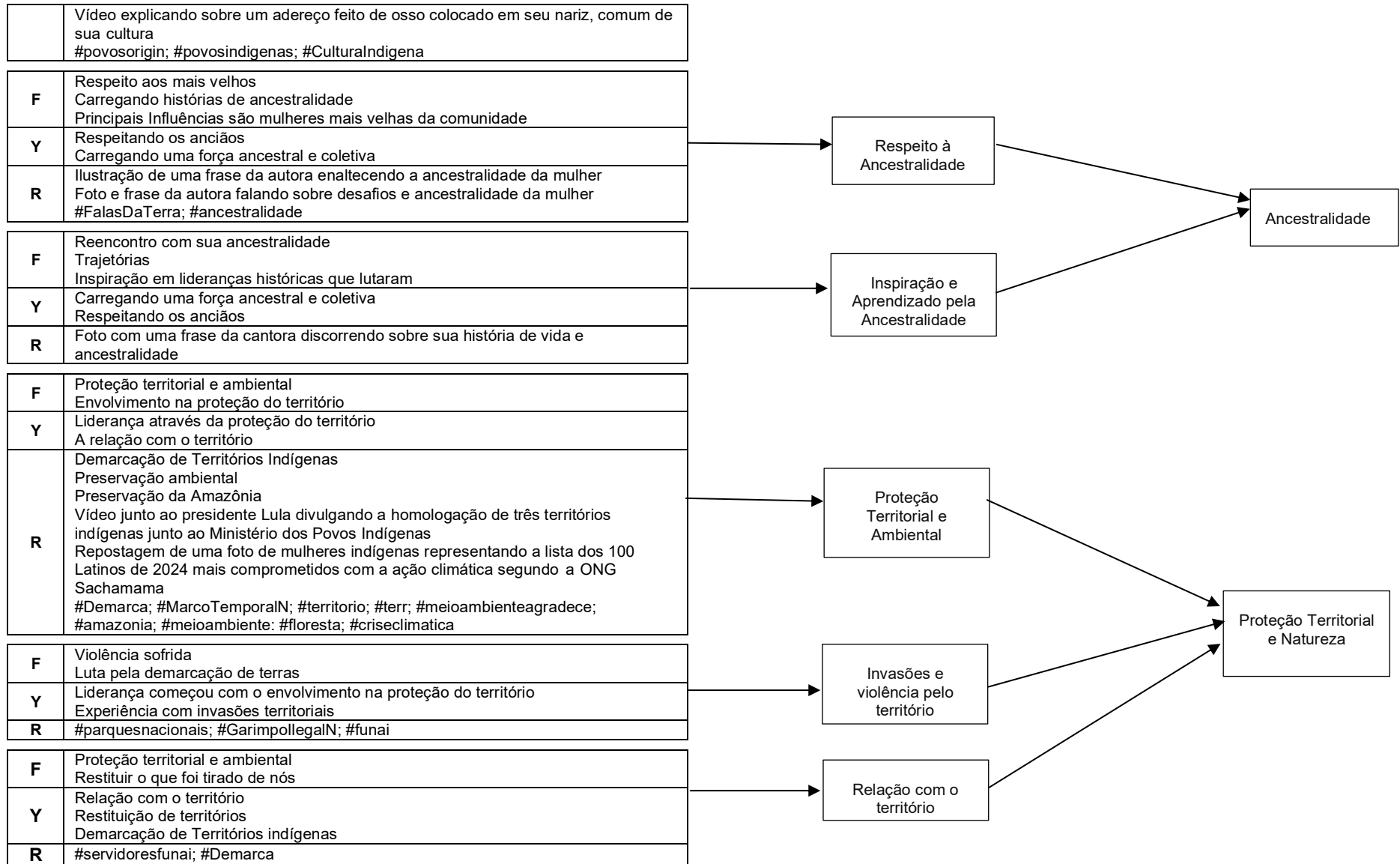
4.1 CONSTRUÇÃO E ANÁLISE TEÓRICA

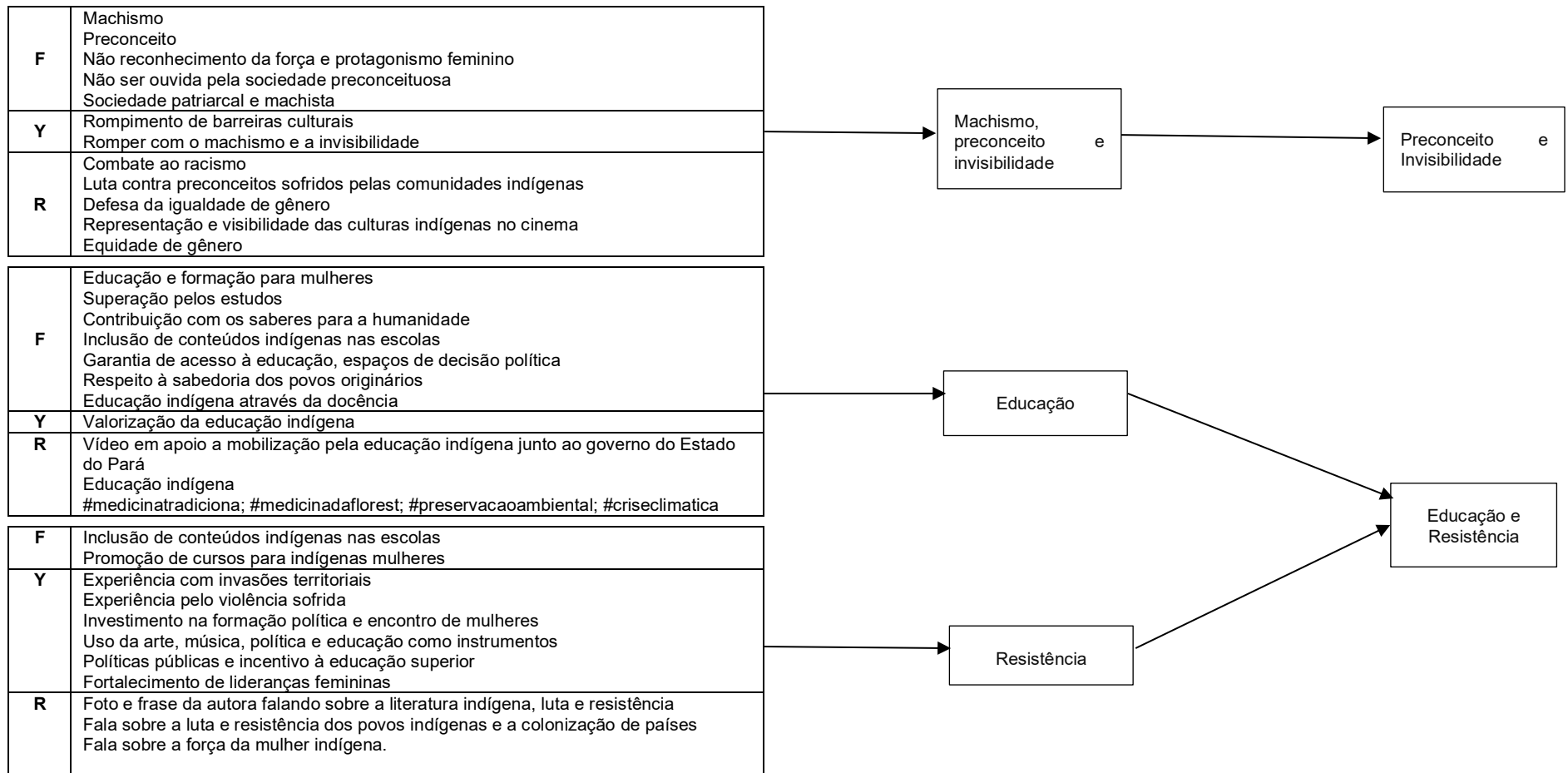
Provenientes de 60 excertos extraídos do grupo “F” e 60 excertos do grupo “Y”, foram gerados 91 códigos de primeira ordem, os quais deram origem a 20 códigos de segunda ordem. Com base na análise integrada dos códigos de 1ª e 2ª ordem, foram consolidadas 10 dimensões agregadas, que fundamentaram o desenvolvimento do Modelo Teórico da pesquisa. As dimensões são as seguintes:

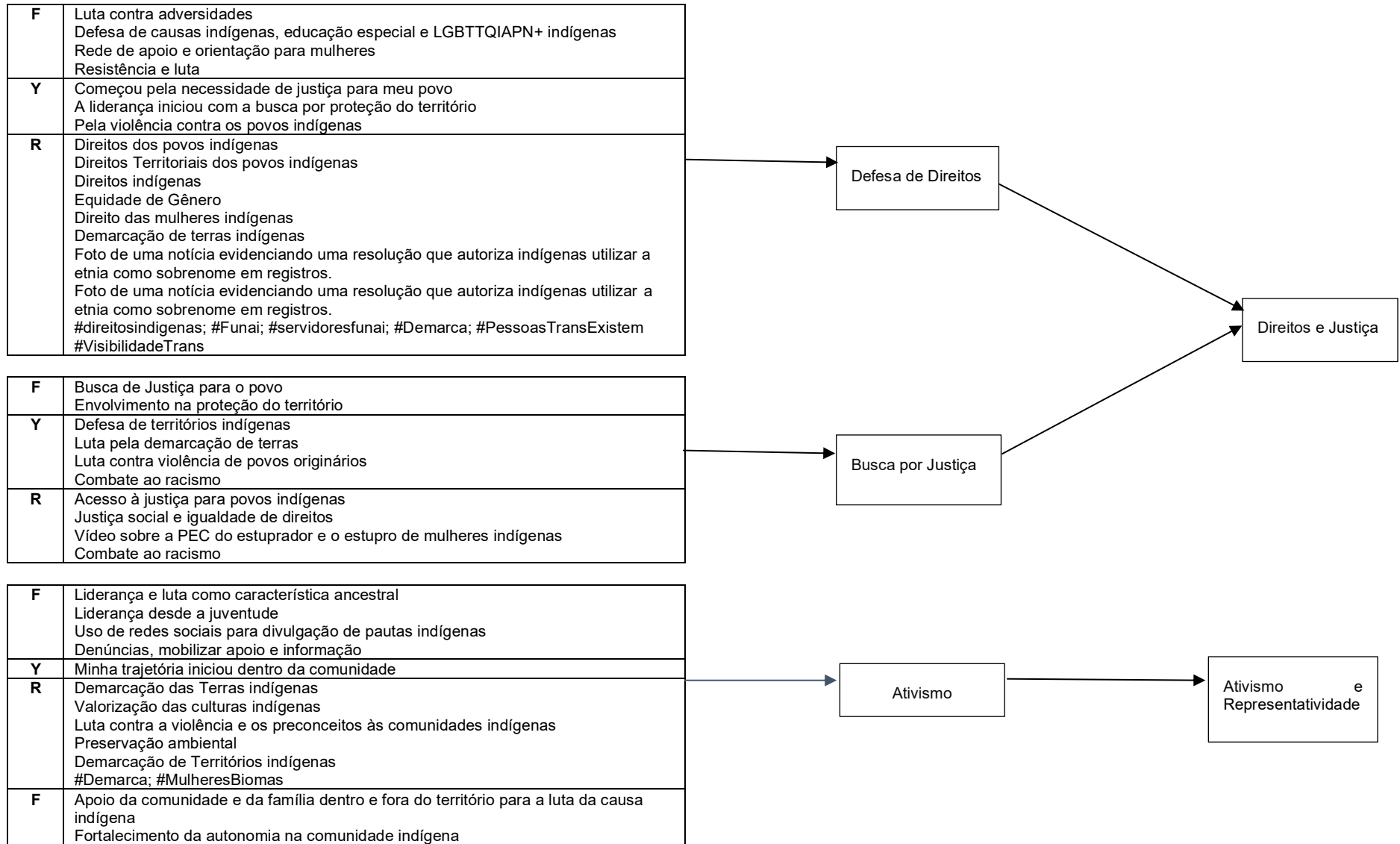
- Raízes Epistemológicas e Culturais
- Oralidade e Valorização Cultural
- Ancestralidade
- Proteção Territorial e Natureza
- Preconceito e Invisibilidade
- Educação e Resistência
- Direitos e Justiça
- Ativismo e Representatividade
- Identidade Política

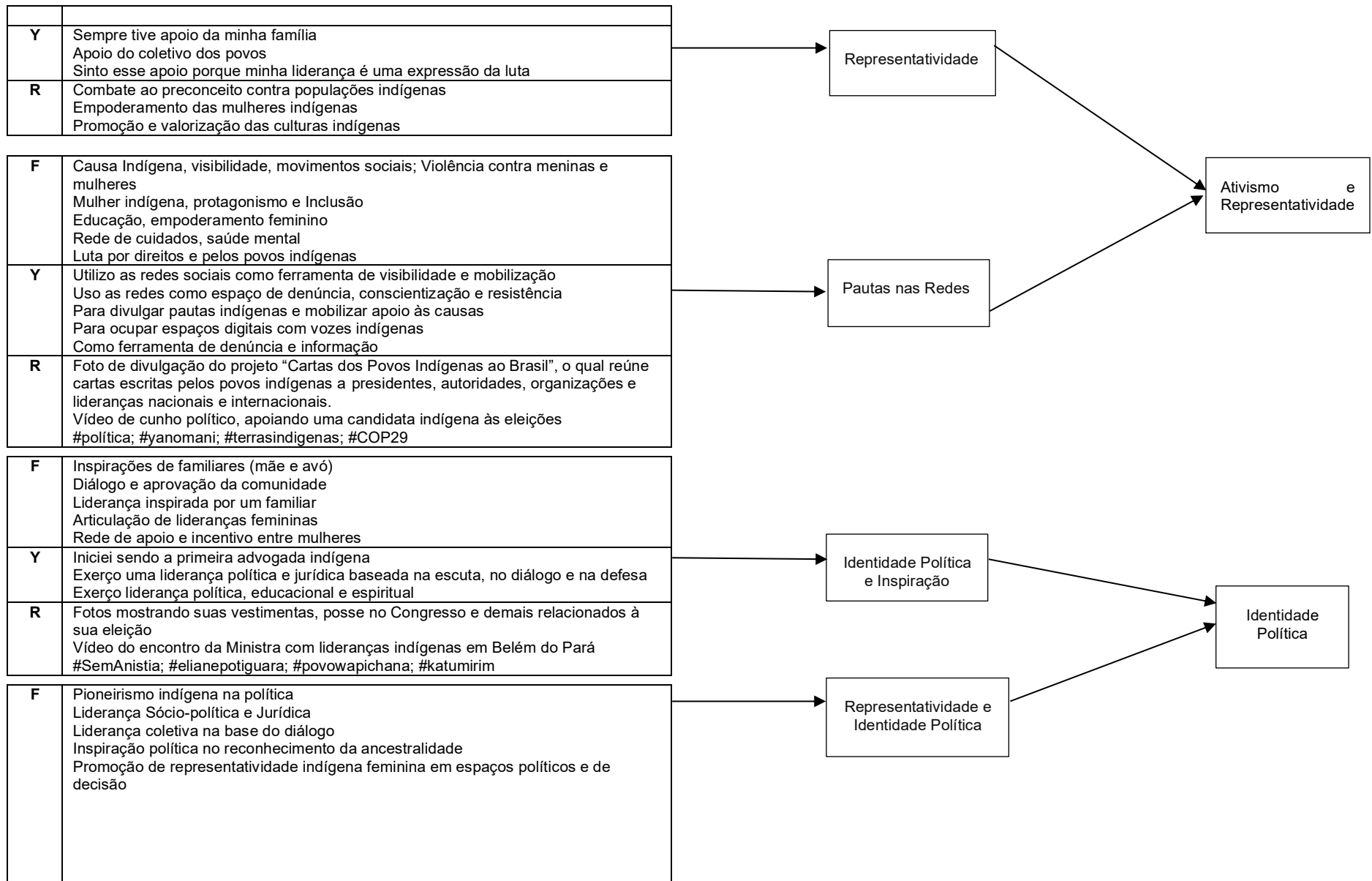
De forma sintética, as Figuras 7 apresenta a estrutura de codificação construída a partir das três etapas da Grounded Theory, conforme proposto por Charmaz (2006, 2009, 2014). Na primeira coluna, encontram-se os códigos de primeira ordem, diretamente derivados das falas das participantes. A segunda coluna apresenta os códigos de segunda ordem, já em nível de maior abstração conceitual. Por fim, a terceira coluna contempla as dimensões agregadas, que orientaram a elaboração do Modelo Teórico proposto por esta pesquisa.











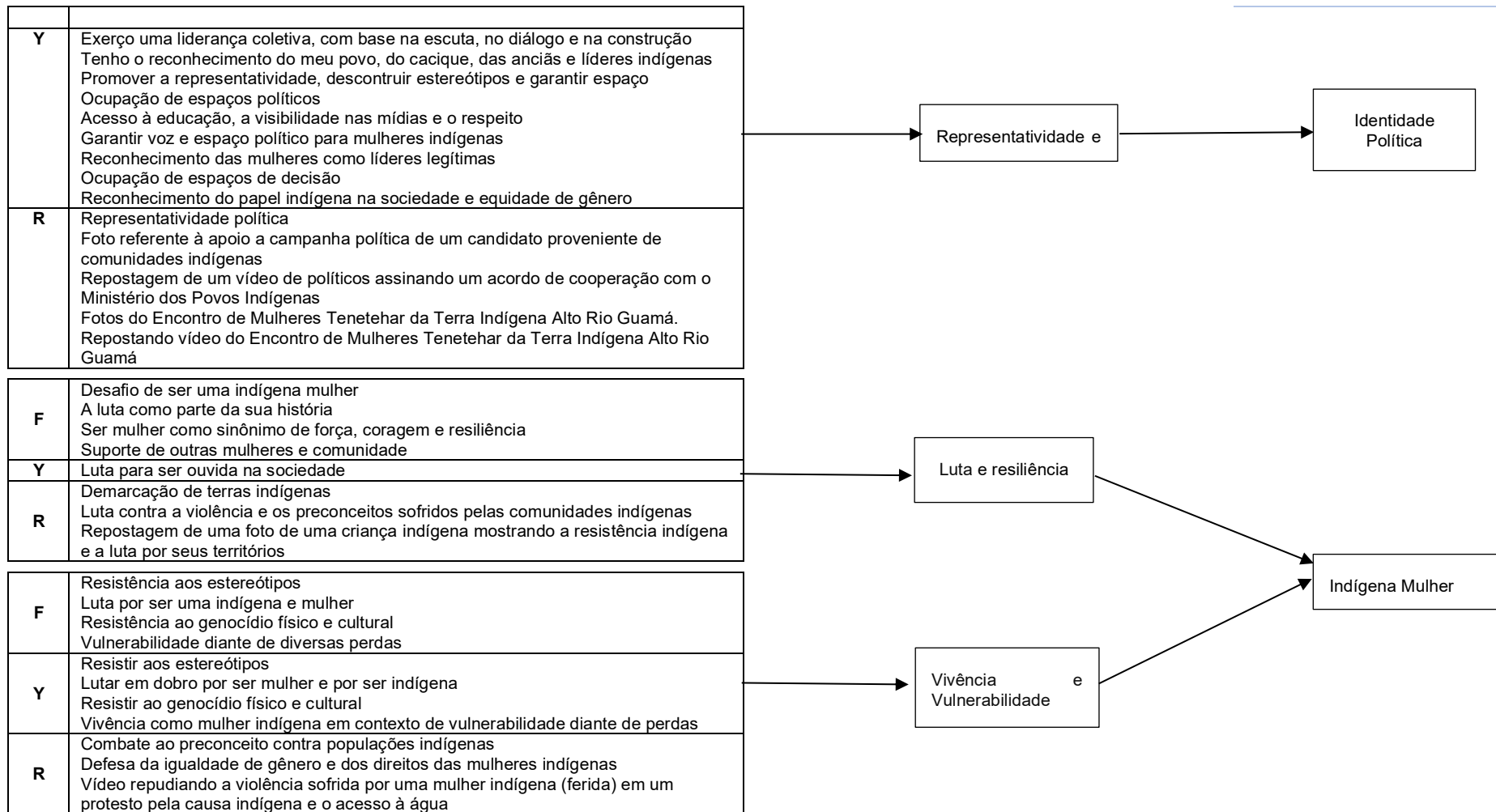


Figura 7: Categorizações obtidas nos dados das indígenas mulheres
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A seguir, apresenta-se a Figura 8, que contempla o estudo complementar à Grounded Theory (GT), a partir da Teoria da Análise de Redes Sociais (ARS), considerando o comportamento das indígenas mulheres selecionadas nos grupos “Y” e “R”, compondo um grupo agregado de 12 nós da rede no ambiente da rede social Instagram.

De acordo com Silva e Zanata (2012), a Análise de Redes Sociais constitui-se como uma “metodologia voltada para a coleta e análise de informações relacionais”. Os autores ressaltam que a ênfase da análise reside na centralidade das relações e, por conseguinte, nas interdependências entre os atores sociais — neste caso, as indígenas mulheres. Dessa forma, por meio das conexões estabelecidas entre os sujeitos, torna-se possível compreender e interpretar os seus comportamentos, o que representa uma premissa fundamental da perspectiva relacional.

Assim, após a identificação e disposição das seis indígenas mulheres do grupo “Y” (codificadas como IND7 a IND12) e das seis indígenas mulheres do grupo “R” (IND13 a IND18), bem como o mapeamento dos fluxos de seguidores entre elas, obteve-se o resultado representado na Figura 8.

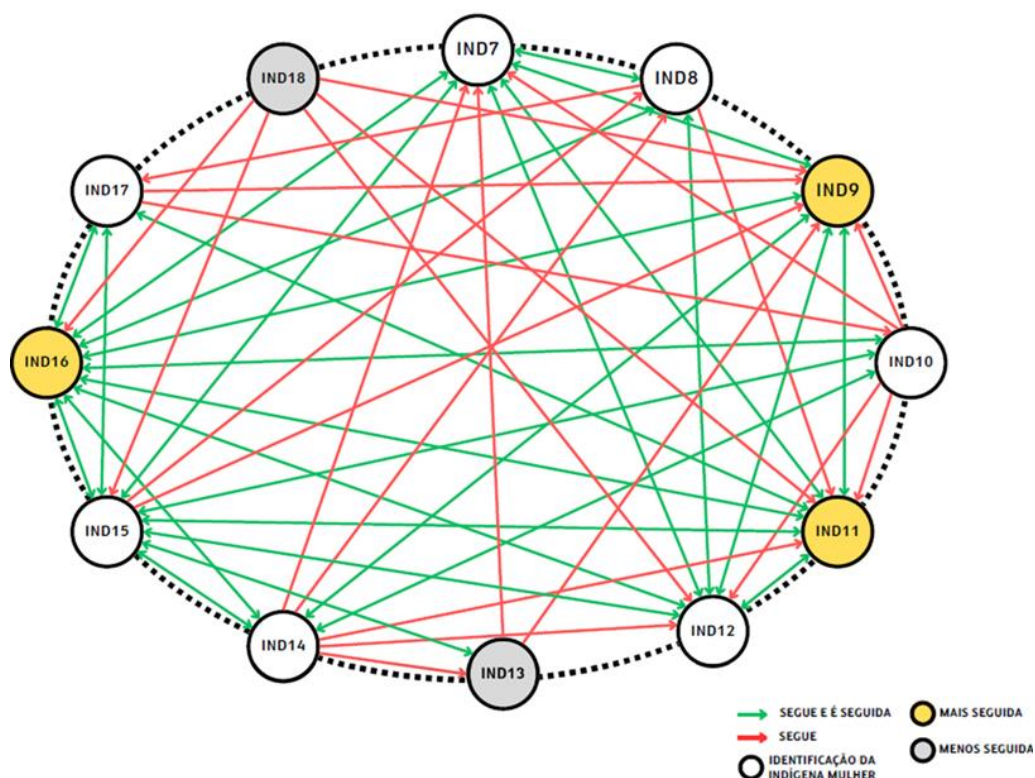


Figura 8: Análise de Redes Sociais entre os grupos Y e R.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A partir dos fluxos estabelecidos pelas interações entre os nós da rede, a Figura 9 apresenta os principais dados obtidos por meio da análise relacional entre as participantes.

Mulher Indígena	Segue	Seguido	Mútuo
IND7-Y	6	9	6
IND8-Y	5	5	3
IND9-Y	5	10	5
IND10-Y	7	4	3
IND11-Y	6	10	6
IND12-Y	5	9	5
IND13-R	2	2	0
IND14-R	9	4	4
IND15-R	10	7	6
IND16-R	9	10	9
IND17-R	5	4	3
IND18-R	5	0	0

Figura 9:5 Análise das Redes Sociais - *Instagram*

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Verificou-se que as IND9, IND11 e IND16 destacam-se como as indígenas mulheres mais seguidas pelas demais participantes da rede estruturada,

representando 83,3% da amostra total (10 seguidoras). Tal dado sugere que essas mulheres exercem papéis de liderança com maior visibilidade pública, seja por meio do ativismo, da política ou da atuação artística. À luz da Análise de Redes Sociais (ARS), confirma-se que essas indígenas atuam como nós centrais da rede, exercendo função estratégica na ampliação da comunicação e na difusão de informações, contribuindo para o fortalecimento das conexões da rede como um todo (Marteleto, 2001; Silva & Zanata, 2012).

Na mesma perspectiva, IND18 e IND13 apresentam-se como as participantes menos seguidas, com zero e dois seguidores, respectivamente. Essas posições mais periféricas, ainda que com menor visibilidade dentro da rede mapeada, desempenham papel relevante, pois são justamente por meio desses nós periféricos que a rede pode expandir-se e conectar-se a novos ambientes e fluxos informacionais (Marteleto, 2001).

A reciprocidade da rede foi observada a partir das conexões entre as indígenas mulheres, representadas pelas setas verdes e vermelhas, indicando uma rede densa e com alta mutualidade (relações em que uma segue e é seguida). Esse panorama sugere formas de articulação política digital, além da formação de alianças baseadas em afinidades epistemológicas e culturais, fortalecendo no ambiente virtual a ideia de reexistência. Nesse sentido, Andrade (2023) afirma que a organização social das indígenas e a continuidade de suas práticas culturais expressam, de diferentes maneiras, a força vital de povos que historicamente resistem, enfrentando, com capacidade de crescimento e adaptação, as violências coloniais e as pressões da modernidade.

O Modelo Teórico da pesquisa foi desenvolvido com base na análise da teoria emergente, construída a partir das respostas das participantes dos grupos “F” e “Y”,

bem como da análise das interações no Instagram dos grupos “R” e “Y”. Com o apoio dos métodos propostos pela Grounded Theory (Charmaz, 2009; Gioia et al., 2012) e pela Análise de Redes Sociais (Silva & Zanata, 2012), chegou-se à formulação do Modelo Teórico representado na Figura 10, intitulado: “A Indígena Mulher como Centro Articulador da Identidade Política”.

Modelo Teórico: A Indígena Mulher como Centro Articulador da Identidade Política



Figura 10: Modelo Teórico

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O modelo apresentou como eixo central a Identidade Política, entendida como uma construção coletiva, dinâmica e constituída por meio das relações dos povos originários. A Identidade Política, que forma o ser coletivo indígena, encontra-se em constante transformação, impulsionada por lutas contínuas por território, justiça social, combate ao preconceito, ao racismo e ao apagamento cultural.

Tratando-se de identidade, Segato (2012) aponta que o sujeito coletivo — o povo originário — não constitui um patrimônio cultural fixo ou estático, mas sim uma consciência compartilhada entre seus membros, forjada a partir de suas histórias de luta e ancestralidade, que parte de um passado comum e se projeta coletivamente para o futuro.

Esse eixo central emergiu da integração de fatores como a valorização cultural, a oralidade, a ancestralidade e a relação com a natureza, bem como do protagonismo da indígena mulher na luta contra o preconceito, a invisibilização e na constante reivindicação por direitos e justiça. Essa construção coletiva é fortalecida por meio da educação e da reexistência, compreendidas como ferramentas de resistência, ativismo e busca por representatividade frente às opressões históricas.

4.1.1 Raízes epistemológicas e culturais

A palavra epistemologia é formada pela junção de duas palavras gregas, que são: episteme – que significa conhecimento, e logía – a qual significa estudo. Trata-se, portanto, do estudo do conhecimento. Ao considerar os povos indígenas, pode-se falar em Epistemologias Indígenas, uma vez que cada etnia possui um *modus operandi* próprio de produzir conhecimento e buscar sabedoria (Valim & Danner, 2023).

Partindo desse entendimento, as raízes epistemológicas e culturais dos povos indígenas no Brasil configuram-se como um campo plural e ancestral, que desafia os paradigmas hegemônicos de geração de conhecimento. Trata-se de uma cultura que se perpetua por meio da oralidade, da espiritualidade, da relação íntima com a terra e da interdependência com a natureza.

Como destaca a IND7-Y: “A espiritualidade, o senso de coletividade, a relação com a natureza (...)” são fundamentos centrais da sua cultura. Essa conexão impacta diretamente os modos de existência e resistência dos povos indígenas. Dentro desse contexto, as indígenas mulheres ocupam papel central como guardiãs e transmissoras de saberes tradicionais e espiritualidade, além de atuarem em esferas políticas nas suas comunidades de origem. A IND11-Y corrobora tal entendimento ao afirmar: “A

oralidade, a espiritualidade, a relação com o território e o conhecimento” são a essência da cultura indígena.

A educação indígena, portanto, não depende de instrumentos didáticos convencionais, pois o conhecimento é transmitido diretamente pela natureza e pelo convívio coletivo. Essa profunda conexão com o ambiente natural torna-se fonte de produção de saberes, revelando a densidade de sua cosmovisão (Valim & Danner, 2023), como já evidenciado pela IND7-Y.

As Raízes Epistemológicas Indígenas manifestam-se nas experiências vividas pelas indígenas mulheres, que desafiam dicotomias como corpo e espírito, natureza e cultura, assumindo o protagonismo em movimentos de resistência e liderando em diversas frentes: acadêmica, artística, jurídica, política, entre outras. Tais mulheres não apenas reescrevem suas histórias, como também geram novos conhecimentos. Como afirma a IND5-F: “Ser mulher indígena é ter o peso de carregar consigo toda a história da nossa ancestralidade, já que somos as que vêm gerando o futuro para os próximos que virão.” Assim, as indígenas mulheres reivindicam o direito à autoria de suas narrativas, falando por si mesmas a partir de suas experiências e referências, ocupando espaços de decisão sem abdicar de suas identidades originárias.

No Modelo Teórico, o eixo Raízes Epistemológicas e Culturais desdobra-se em três grandes categorias: Oralidade e Valorização Cultural; Ancestralidade; e Relação com a Natureza. Tais categorias estruturantes compõem os alicerces para a construção do perfil político da indígena mulher.

4.1.1.1 Oralidade e valorização cultural

A oralidade é um marcador central da cultura indígena, sendo um dos pilares fundamentais das epistemologias indígenas. Configura-se como uma forma de transmissão de saberes, histórias, valores e espiritualidade, perpetuando a memória coletiva dos povos originários. Esses conceitos são evidenciados na fala da IND2-F: “A continuidade das nossas práticas tradicionais, através da oralidade, contações de histórias, os nossos rituais sagrados e todas as atividades dos nossos jogos indígenas que acontecem anualmente dentro do nosso território, isso fortalece muito a nossa atuação enquanto jovem lideranças.”

Para os povos indígenas, os elementos culturais contribuem diretamente para a formação do caráter e da personalidade, sendo a educação compreendida como um viés da cultura que lapida habilidades, potencialidades ou dons, com vistas ao bem coletivo. A IND1-F relata que sua formação cultural foi transmitida pelos mais velhos, por meio da oralidade: “Fui criada por uma avó que nasceu em 1896, ela é minha referência, o que sou está relacionado aos ensinamentos que ela me passou.”

Na fala da IND8-Y, a dimensão da oralidade é ampliada como uma estratégia de resistência à invisibilização: “A oralidade, a ancestralidade e a espiritualidade são aspectos centrais. Preservar a memória do seu povo, mesmo em meio ao processo de urbanização e apagamento cultural.” Desse modo, a oralidade não é apenas um meio de comunicação, mas um instrumento de afirmação identitária e resistência cultural, essencial para a manutenção e valorização das práticas, memórias e espiritualidades indígenas diante das pressões da modernidade e da colonização epistemológica.

4.1.1.2 Ancestralidade

O respeito aos mais velhos e à ancestralidade, para os povos indígenas do Brasil, não representa apenas uma referência ao passado, mas sim uma força presente e ativa, que estrutura suas práticas sociais, modos de existência, formas de conhecimento e a construção da própria identidade. Esse entendimento é evidenciado na fala da IND10-Y: “A espiritualidade, a oralidade, o respeito aos anciãos, o conhecimento ancestral e a relação com a terra são fundamentais. Eles me orientam, me fortalecem e me tornam uma mulher consciente da minha identidade.”

De modo semelhante, a IND12-Y afirma: “A relação com o território, a valorização da oralidade, o respeito à ancestralidade e o papel coletivo da comunidade são pilares fundamentais (...) e o cuidado com a natureza também são centrais para a minha identidade.”

4.1.1.3 Relação com a natureza

A relação dos povos originários com a natureza constitui uma das bases fundamentais das epistemologias indígenas. A natureza não é concebida como um recurso econômico a ser explorado, mas sim como uma entidade viva, dotada de espiritualidade e sabedoria. Para a IND6-F, “A espiritualidade, a relação com a terra e o respeito pelos mais velhos são elementos centrais. Eles moldam a visão de mundo e a forma como me posiciono como liderança.”

A IND7-Y complementa afirmando que, “A espiritualidade, o senso de coletividade, a relação com a natureza, a língua e a luta pelo território são pilares fundamentais da minha cultura, que moldam minha atuação como líder. A identidade indígena está intrinsecamente ligada à terra, à comunidade e à sabedoria tradicional.”

Algumas indígenas, como IND2-F, IND4-F, IND6-F e IND7-Y, utilizam as redes sociais — especialmente o Instagram — como ferramenta para divulgar pautas relacionadas às questões ambientais, tais como o combate ao garimpo ilegal, a preservação ambiental, a demarcação das terras indígenas e os direitos territoriais.

4.1.2 Indígena mulher

A trajetória da indígena mulher no Brasil está entrelaçada à luta pela terra, à preservação das culturas originárias e à construção de novos paradigmas de protagonismo político e epistemológico. Ao longo de suas histórias, essas mulheres resistiram a sucessivas formas de dominação – coloniais, patriarcais, racistas e machistas – que tentaram silenciar suas vozes, invisibilizar seus corpos e deslegitimar seus saberes. Quando questionada sobre o que é ser indígena mulher, a IND7-Y responde: “É romper as barreiras culturais, o machismo e a invisibilidade. É lutar não apenas pela própria sobrevivência, mas também pela preservação do território, da cultura e da coletividade dos povos indígenas.”

Apesar dessas adversidades, as indígenas mulheres não apenas resistem, elas reexistem, recriam e ocupam espaços de fala e de transformação, reafirmando a pluralidade dos modos de ser mulher e indígena no Brasil. Como expresso na fala da IND9-Y: “Ser uma mulher indígena significa lutar em dobro: por ser mulher e por ser indígena. É enfrentar preconceitos e buscar espaços onde historicamente fomos excluídas, com coragem e sabedoria, sem perder o vínculo com a ancestralidade.”

Tais considerações estão sustentadas por suas vozes, que expressam as lutas e resistências vividas por essas mulheres. Suas atuações revelam uma interseccionalidade que atravessa gênero, etnia, classe e território. Conforme Crenshaw (1989), a interseccionalidade permite compreender as múltiplas opressões

que incidem sobre determinados corpos. É nessa sobreposição de marcadores sociais que emerge a força da indígena mulher como sujeito político transformador. Essa força é evidenciada na fala da IND12-Y: “Ser mulher indígena é ser guerreira, é resistir ao genocídio físico e cultural imposto ao nosso povo. É ter que lutar todos os dias para existir, para falar, para ser ouvida. É carregar em si a ancestralidade, a resistência e a consciência de pertencimento a um povo.”

Essas mulheres utilizam a rede social Instagram como espaço de militância e expressão política, levantando bandeiras e divulgando pautas como: “violência contra meninas e mulheres”; “educação e empoderamento feminino, rede de cuidados, saúde mental”; “por voz e visibilidade”; “combate ao machismo e ao racismo”; “valorização da mulher indígena” (IND2-F; IND3-F; IND4-F; IND6-F; IND7-Y; IND9-Y; IND10-Y; IND11-Y; IND12-Y).

Apontam também para ações essenciais à valorização e respeito às indígenas mulheres, sugerindo:

- “A ocupação de espaços políticos, o acesso à educação, a visibilidade nas mídias e o respeito aos saberes tradicionais são fundamentais para o empoderamento das mulheres indígenas” (IND9-Y);
- “Reconhecimento do nosso papel indígena na sociedade, equidade de gênero, acesso à educação de qualidade, políticas públicas específicas, visibilidade da nossa intelectualidade e espaço para que possamos contar nossas histórias” (IND11-Y);
- “É essencial garantir voz e espaço político para as mulheres indígenas, reconhecendo seus saberes, promovendo sua educação, visibilidade e fortalecendo

sua atuação nos territórios e nas cidades. Educação diferenciada, políticas públicas específicas, visibilidade política e valorização dos saberes tradicionais” (IND11-Y);

- “O reconhecimento das mulheres como líderes legítimas, a ocupação de espaços de decisão, o combate ao machismo e o acesso à educação e políticas públicas específicas. Combate à violência de gênero e ao racismo” (IND12-Y).

Para o fortalecimento da autonomia e representatividade das indígenas mulheres em diferentes espaços sociais, são sugeridas, por elas mesmas, algumas estratégias, dentre as quais:

- “Incluir conteúdos indígenas nas escolas, promover cursos para mulheres indígenas em liderança, gestão e direitos. Garantir representações das mulheres indígenas nos espaços decisórios, apoiar associações e movimentos liderados por mulheres indígenas. Criar espaços para a articulação e trocas de saberes, apoiar mídias indígenas” (IND2-F);

- “Política pública para o fortalecimento da atuação das mulheres e ações que garantam a dignidade de ser mulher, com direito de engravidar, amamentar e menstruar sem ter que ser julgada como inferior por isso” (IND4-F);

- “Investir em formação política, promover encontros de mulheres indígenas, garantir espaço de fala em todos os níveis e incentivar a participação nas instâncias de decisão” (IND7-Y).

4.1.3 Preconceito e invisibilização

Considerando esse cenário de profunda complexidade, as indígenas mulheres no Brasil resistem como protagonistas em suas comunidades, detentoras de saberes ancestrais e lideranças em movimentos de reexistência. Continuam enfrentando as

marcas persistentes do preconceito e da invisibilização, deparando-se com mecanismos de silenciamento presentes no cotidiano das relações sociais, que lhes negam o direito à existência plena, à voz política e ao reconhecimento de seus saberes como legítimos. Essa realidade é evidenciada na fala da IND6-F, a qual afirma que o “fortalecimento das redes entre mulheres indígenas, acesso à formação, incentivo à participação política e visibilidade nas mídias são estratégias fundamentais.”

“Promover campanhas contra preconceitos e violências” (IND2-F) é apontado como outra ação essencial para o enfrentamento do preconceito direcionado às indígenas mulheres, que são alvo de um fenômeno interseccional (Crenshaw, 1989), articulando gênero, território, classe e ancestralidade. Essas mulheres enfrentam múltiplas camadas de opressão: por serem mulheres em uma sociedade patriarcal; indígenas em um Estado colonizador; e pobres, segundo a lógica de uma sociedade capitalista que desvaloriza modos de vida não hegemônicos.

Essa sobreposição de exclusões resulta em invisibilização em espaços de decisão, ausência em políticas públicas e marginalização nos meios de comunicação. O surgimento de lideranças como Sônia Guajajara, Joenia Wapichana e Célia Xakriabá representa uma ruptura com o silenciamento histórico e marca o início de um novo tempo de protagonismo indígena feminino. A IND6-F expressa essa realidade ao afirmar: “Ser mulher indígena é resistir e lutar. É carregar uma história de ancestralidade, mas também de silenciamento, e luta por espaço e reconhecimento, tanto dentro quanto fora da comunidade”. Esse entendimento é complementado pela IND5-F ao relatar que: “Um dos principais desafios é não ser ouvida por uma sociedade carregada de preconceito e falta de conhecimento referente aos povos indígenas.”

A IND8-Y, ao comentar sua trajetória como líder, destaca os desafios enfrentados: “(...) liderança sociopolítica e cultural, com forte atuação urbana e interseccional. Os desafios incluem o preconceito, estigmas contra indígenas LGBT e a invisibilização dos indígenas urbanos, e as barreiras dentro do próprio movimento indígena, que por vezes não reconhece lideranças que não vivem em territórios tradicionais.”

4.1.4 Educação e reexistência

Para as indígenas mulheres, a educação não se restringe ao ensino formal e acadêmico; trata-se de um território de reexistência, no qual são forjadas identidades, preservados saberes ancestrais e desafiados os paradigmas dominantes. Nesse contexto, a educação torna-se um instrumento estratégico de empoderamento político e transformação social para as indígenas mulheres.

A educação passa, assim, a ser compreendida como um direito à produção de conhecimento, com base nas raízes dos povos originários, em suas línguas, cosmologias, práticas narrativas e vivências coletivas. Tal entendimento é sintetizado na fala da IND7-Y: “A espiritualidade, o senso de coletividade, a relação com a natureza, a língua e a luta pelo território são pilares fundamentais da minha cultura, que moldam minha atuação como líder. A identidade indígena está intrinsecamente ligada à terra, à comunidade e à sabedoria tradicional.”

4.1.5 Direitos e justiça

Ao se tratar de direitos e justiça sob a perspectiva das indígenas mulheres, está-se falando sobre um projeto de país que reconheça a diversidade como uma força, assumindo o compromisso com a reparação histórica e com a construção de

um futuro que respeite seus corpos, territórios, línguas, espiritualidades e saberes, frequentemente silenciados ao longo da história. Nessa perspectiva, destaca-se o relato da IND10-Y: “Exerço uma liderança política, educacional e espiritual. Os desafios são muitos: o preconceito, a invisibilidade, a violência contra nosso povo e, especialmente, contra as mulheres indígenas.”

A justiça, neste contexto, configura-se também como uma forma de reexistência, um caminho que honra os ancestrais, protege as futuras gerações e transforma o presente por meio da oralidade e da ação política coletiva. Essa concepção está presente nas palavras da IND11-Y: “Exerço uma liderança coletiva e representativa, que busca dar visibilidade às lutas dos povos originários. Os desafios incluem o racismo estrutural, a invisibilização das mulheres indígenas e a tentativa constante de silenciamento.”

Para a IND7-Y, sua trajetória é marcada pela vivência como mulher indígena em situação de vulnerabilidade, pelas perdas familiares, pelo apoio da FUNAI à sua formação educacional, pela participação ativa no movimento indígena (APIB), pelo enfrentamento aos retrocessos nos direitos dos povos originários, e pela valorização da coletividade e da ancestralidade. Sua atuação é pautada na resistência, no compromisso com a justiça social e ambiental e na convicção de que ocupar espaços de poder é essencial para garantir os direitos indígenas.

Como exemplo de indígenas mulheres que abriram caminhos e tornaram-se referência para as gerações seguintes, destacam-se: Sônia Guajajara, atual ministra dos Povos Indígenas; Joenia Wapichana, primeira deputada federal indígena; e Célia Xakriabá, educadora e deputada federal eleita. Dessa forma, a luta das indígenas mulheres por direitos é também uma luta por justiça epistemológica, que reconheça e valorize seus modos próprios de saber e existir.

4.1.6 Ativismo e representatividade

“Também enfrento dificuldades em ser ouvida como intelectual e ativista em espaços dominados por homens e não indígenas” (IND10-Y). Esta é a reflexão de uma indígena mulher que lidera pelo exemplo, assim como fizeram — e ainda fazem — as anciãs, aquelas que resistiram e que, na invisibilidade, mantiveram-se ativas nas rezas, nos ensinamentos transmitidos pela oralidade, na luta pela preservação das culturas, do respeito às tradições e da relação íntima com a natureza. Ao ouvi-las e absorver seus aprendizados, não se deram conta, mas sempre foram ativistas de suas próprias histórias, ao resistirem por meio de suas ações, mesmo sob silenciamento e desrespeito aos seus corpos.

Essa reflexão ancora-se no relato da IND9-Y, que “(...) se inspira em lideranças indígenas históricas que lutaram, reconhecendo nelas força, coragem e comprometimento com a coletividade. Também em sua família e nas injustiças sofridas ao longo de sua criação”. Jovens indígenas mulheres erguem-se, seguem o eco de vozes historicamente silenciadas, como evidencia a fala da IND11-Y: “Minhas maiores inspirações são as mulheres da minha comunidade: as avós, mães, rezadeiras, parteiras e guerreiras do cotidiano. Elas são fontes de resistência, sabedoria e força, mesmo sem títulos acadêmicos.” E na experiência da IND12-Y, ao relatar: “(...) com invasões territoriais, a violência sofrida e o exemplo de mulheres líderes como a própria mãe.”

O ativismo dessas indígenas mulheres é sustentado por suas famílias, por outras mulheres de suas comunidades e pelo coletivo dos povos indígenas. Como reflete a IND1-F: “Numa cultura coletiva, não há ficha técnica, que está mais ligada à individualidade ou até mesmo ao ego. Digo isso pelo fato de pessoas estarem

aprisionadas a essa dependência. O que importa para nós é olhar para trás ou para os lados e ver que estamos todos juntos. E se não estivermos todos ou todas, que sejamos a maioria.”

Quando questionadas sobre suas pautas e bandeiras, muitas apontam para temas recorrentes. A IND6-F relata que “(...) usa as redes para visibilizar pautas indígenas, compartilhar vivências e provocar reflexões sobre o racismo.” A IND9-Y afirma que “(...) usa as redes como um espaço de denúncia, conscientização, arte, resistência e empoderamento. Através delas, questiona estereótipos e promove a verdade sobre os povos originários.” Já a IND7-Y destaca que “os temas mais abordados são em defesa dos territórios indígenas, os direitos dos povos originários, garimpo ilegal, justiça climática, o combate ao racismo e ao machismo, a valorização das mulheres indígenas, a preservação ambiental e a demarcação das terras indígenas.”

4.1.7 Identidade política

O desenvolvimento da identidade política pelas indígenas mulheres no Brasil perpassa por questões como pertencimento, resistência e reexistência. Para a IND5-F, “as redes sociais têm se tornado ferramenta de luta e reexistência dos povos indígenas. A nossa apropriação em utilizar essas ferramentas serve como porta-voz das lutas que enfrentamos em nossos territórios e também fora deles.”

Dessa perspectiva, emerge uma identidade política forjada na vivência coletiva, na relação com a terra, na ancestralidade e no enfrentamento de mecanismos de opressão colonial, patriarcal e racista, como expressa novamente a IND5-F: “Vivemos numa sociedade patriarcal e machista, o que acaba nos tornando sem voz e vez. As pessoas precisam saber nos escutar, querer escutar e entender.” A IND9-Y

complementa ao afirmar que é necessária “a ocupação de espaços políticos, o acesso à educação, a visibilidade nas mídias e o respeito aos saberes tradicionais, [pois] são fundamentais para o empoderamento das mulheres indígenas.”

Tal entendimento é corroborado pela fala da IND6-F, que pontua: “A espiritualidade, a relação com a terra e o respeito pelos mais velhos são elementos centrais.” Na mesma direção, a IND7-Y reforça que “a espiritualidade, o senso de coletividade, a relação com a natureza, a língua e a luta pelo território são pilares fundamentais da minha cultura, que moldam minha atuação como líder.” Quando essas mulheres reivindicam sua presença em espaços de decisão e formulação de políticas públicas, ressignificam tais espaços a partir de epistemologias próprias, enraizadas em seus modos de vida e formas de saber.

Conforme relata a IND9-Y, que exerce liderança política e jurídica, sua atuação é “baseada na escuta, no diálogo e na defesa dos direitos constitucionais dos povos indígenas.” Os principais desafios, segundo ela, incluem “o racismo institucional, o preconceito e a resistência em aceitar uma mulher indígena em posições de poder.” Estas mulheres reivindicam uma política que não desvincule o corpo da terra, a fala da coletividade, o saber da experiência, propondo uma representação comprometida com os vínculos comunitários e com a escuta ativa das vozes coletivas. Como observa a IND12-Y, “exerço uma liderança coletiva, com base na escuta, no diálogo e na construção conjunta. Os desafios envolvem racismo estrutural, escassez de recursos e resistência institucional.”

Discutir a identidade política das indígenas mulheres no Brasil significa reconhecer que a política não se inicia na urna, mas no território; não se limita ao Estado, mas se expressa nos corpos, nos cantos, nas rezas e ritos, nas decisões comunitárias e nas lutas. A IND6-F afirma: “Minhas principais influências são as

mulheres mais velhas da comunidade e lideranças femininas que abriram caminhos. São mulheres fortes, com sabedoria, que lutaram mesmo sem voz nos espaços formais.”

Portanto, as mulheres indígenas não apenas participam da política, mas reinventam o que significa fazer política, convidando a todos a escutar, aprender e adotar outras referências de mundo — referências que nascem da terra, do coletivo e da ancestralidade viva.

4.1.7.1 A Indígena mulher como centro articulador da identidade política

No contexto brasileiro, a história dos povos indígenas é marcada pela colonização e pelo patriarcado. A identidade política das indígenas mulheres no Brasil constrói-se a partir do sentimento de pertencimento, resistência e reexistência. Tal identidade emerge da vivência coletiva, da relação com o território, da ancestralidade e do enfrentamento aos sistemas de opressão colonial, patriarcal e racista. Quando essas indígenas mulheres reivindicam sua presença em espaços de fala, decisão e formulação de políticas públicas, elas não apenas ocupam tais espaços, mas os ressignificam a partir de epistemologias próprias, enraizadas em seus modos de vida e formas de saber.

Portanto, a identidade política das indígenas mulheres é uma construção coletiva, relacional e situada, configurada na interseção entre gênero, etnia, território, espiritualidade e ancestralidade, e que não pode ser interpretada fora desses contextos. Especificamente, trata-se de uma política firmada na ontologia dessas culturas, por envolver modos de ser, de estar no mundo e de se relacionar com a coletividade e com a natureza. Esse entendimento ampara-se na fala de Krenak (2019), ao afirmar que o rio que banha uma extensão de seiscentos quilômetros das

terras de seu povo, Watu — nome atribuído por acreditarem que o rio é um parente, personificado na figura de um avô —, não é visto como um recurso pela ótica econômica. Com o rompimento da barragem do Fundão, em 2015, que lançou materiais tóxicos no meio ambiente, Watu foi diretamente afetado, agonizando junto de seus descendentes (Krenak, 2019).

A identidade política das indígenas mulheres no Brasil, representada por nomes como Célia Xakriabá, Sônia Guajajara, Joenia Wapichana e Eliane Potiguara, personifica a identidade política indígena contemporânea, que tem no feminino sua força estruturante. Essa construção, genuinamente brasileira, é protagonizada por indígenas mulheres que se articulam tendo a ancestralidade como horizonte, o território como extensão de seus corpos e a oralidade como prática de memória e denúncia.

Nessa perspectiva, a indígena mulher incorpora em si um marcador de identidade política: ela não apenas participa da política, mas é política — ao integrar, em sua vivência cotidiana, as lutas, saberes e esperanças de seu povo. Ao reconhecermos a indígena mulher como centro articulador da identidade política, estamos identificando em sua prática uma lógica própria de construção política, fundada na coletividade e no bem viver. Trata-se de uma política propositiva e transformadora, construída com o corpo, com a terra, com a fala e com o sonho de um Brasil mais justo e verdadeiramente plural.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa, fundamentada na Grounded Theory (Charmaz, 2006, 2009, 2014; Gioia et al., 2012), resultou na construção do modelo teórico denominado “A Indígena Mulher como Centro Articulador da Identidade Política”. Tal modelo

emergente foi elaborado com base na análise de dados coletados por meio de fontes primárias e secundárias, envolvendo três grupos distintos de participantes — F, Y e R —, compostos, respectivamente, por indígenas mulheres que responderam entrevistas via Google Forms, que concederam entrevistas públicas em plataformas como o YouTube, e que se expressam politicamente por meio das redes sociais, especialmente o Instagram. A triangulação entre essas bases empíricas permitiu a ampliação do escopo de análise, fortalecendo a consistência e a robustez teórica do modelo.

A análise combinada dos dados coletados nos grupos F e Y e das interações sociais observadas entre os grupos Y e R possibilitou identificar padrões discursivos e de atuação política das indígenas mulheres em diferentes espaços — territoriais, educativos, políticos e digitais. O emprego da Grounded Theory permitiu a construção de categorias centrais que expressam as dimensões fundamentais da experiência indígena feminina, enquanto a análise de redes sociais evidenciou a existência de vínculos colaborativos entre as participantes, independentemente de suas etnias, demonstrando que a coletividade, o fortalecimento das relações e o compartilhamento de saberes constituem pilares da identidade política indígena.

As dez dimensões agregadas identificadas no processo de análise — raízes epistemológicas e culturais, oralidade e valorização cultural, ancestralidade, proteção territorial e natureza, preconceito e invisibilidade, educação e resistência, direitos e justiça, ativismo e representatividade, reexistência e identidade política — revelam um sistema relacional e interdependente que coloca a indígena mulher como sujeito político ativo, centralizador das lutas de seu povo. As redes de articulação social, tanto territoriais quanto digitais, fortalecem não apenas a disseminação de informações,

mas também o sentimento de pertencimento coletivo e o engajamento nas pautas comuns dos povos originários.

Observa-se que, quando mobilizadas socialmente, as indígenas mulheres conduzem suas pautas com foco na coletividade e nos direitos coletivos de seus povos. As demandas que articulam — envolvendo saúde, educação, proteção às crianças, enfrentamento à violência de gênero, entre outras — transcendem especificidades étnicas e evidenciam a intersecção de múltiplas camadas de opressão: de gênero, raça, classe e território. Assim, torna-se evidente que a atuação política dessas mulheres não se restringe à política institucional, mas se estende aos espaços comunitários, espirituais e cotidianos, transformando esses lugares em arenas de reivindicação, preservação cultural e promoção do bem viver.

O modelo teórico propõe, portanto, que a indígena mulher constitui o centro articulador da identidade política dos povos originários, sendo essa identidade tecida a partir da ancestralidade, da coletividade, do território e da espiritualidade. Tal construção é relacional e insurgente, pois se afirma frente às opressões coloniais e patriarcais e ressignifica os espaços de poder com epistemologias próprias, enraizadas nos modos de vida e nas cosmologias indígenas. A política, para essas mulheres, não se limita às estruturas formais de governo, mas é vivida cotidianamente em rituais, rezas, assembleias, nas redes sociais e na convivência comunitária.

Como principais contribuições teóricas do estudo, destacam-se: a proposição de um modelo que integra identidade política, epistemologias indígenas e ativismo digital; a reafirmação da centralidade das mulheres indígenas como articuladoras das lutas coletivas; a compreensão da atuação política como prática ontológica e comunitária; a validação da análise de redes como método complementar à Grounded Theory; e a introdução do conceito de reexistência como elemento central na

formação política dessas mulheres. Ademais, o estudo avança no tratamento da interseccionalidade aplicada aos povos originários, ampliando o debate para formulações de políticas públicas mais sensíveis às especificidades das mulheres indígenas.

Como contribuições práticas, o trabalho oferece subsídios para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas às mulheres indígenas; para o fortalecimento da representatividade em mídias e redes sociais; para o aprimoramento de políticas de inclusão em instituições públicas e privadas; para a formação de lideranças femininas pautadas na ancestralidade e na coletividade; e para a promoção de campanhas e programas de combate ao racismo e ao sexismo interseccional.

Entre as limitações do estudo, apontam-se: o número restrito de participantes, que limita a generalização dos achados; a diversidade cultural entre as etnias representadas, que impossibilita o aprofundamento de todas as especificidades; o recorte temporal e contextual da análise de redes sociais; a impossibilidade de acesso a perfis privados; o viés interpretativo inerente à abordagem construtivista da Grounded Theory; e a complexidade cultural dos povos indígenas brasileiros, que impõe desafios à análise em profundidade.

Para estudos futuros, sugerem-se: a ampliação da amostra com maior diversidade étnica; o aprofundamento das análises sobre o uso das redes sociais por indígenas mulheres; estudos de caso com foco em lideranças coletivas; investigações sobre interseccionalidades em contextos indígenas; e análises comparativas com lideranças indígenas femininas em outros países latino-americanos. Esses desdobramentos poderão contribuir para consolidar novas abordagens teóricas e práticas no campo da pesquisa sobre mulheres indígenas e identidade política no Brasil contemporâneo.

REFERÊNCIAS

- Abílio, F. (2022). Quem são as mulheres indígenas eleitas deputadas em 2022? *Revista Marie Claire*.
<https://revistamarieclaire.globo.com/Feminismo/Politica/noticia/2022/10/quem-sao-mulheres-indigenas-eleitas-deputadas-em-2022.html>
- Agência Pública. (2018, abril 17). *"Hoje o índio não está só no mato", diz Sônia Guajajara* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=amyJDPiFfwk>
- Agência Senado. (2022). *Apesar de maior presença de mulheres na disputa ao Senado, bancada feminina diminui*. Senado Federal.
<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/10/03/apesar-de-maior-presenca-na-disputa-ao-senado-bancada-feminina-reduz-tamanho>
- Alves, J. (2022). *A força da mulher indígena: A trajetória de Maria de Lourdes da Conceição Alves – Cacique Pequena* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Ceará]. Repositório Institucional UFC.
https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/70661/3/2022_dis_jalves.pdf
- Andrade, A. de O. (2023). *Indígenas mulheres: Política, lutas e saberes em terras nordestinas* [Tese de doutorado, Universidade do Estado de Santa Catarina]. Universidade do Estado de Santa Catarina.
https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UDESC-2_3bf899169096427ea59dbb818fc6c5a3
- Apurinã, K., & Scandola, E. R. (2020). *Povos indígenas no Brasil: Direitos, políticas sociais e resistências*. Nova Práxis Editorial. https://photographein-pesquisa.com.br/_img/caplivros/Sum%C3%A1rio-livro-Povos-ind%C3%ADgenas-no-Brasil-DireitosPol%C3%ADticasSociaisResist%C3%AAncias.pdf
- Barnabé, E. G., Bonissoni, N. L. A., & Silva, D. (2021). *Acesso aos direitos fundamentais: Uma abordagem da pauta indígena. Módulo 1: A história dos povos indígenas brasileiros*. Repositório Enap.
<https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6820/1/M%C3%B3dulo%201%20-%20A%20Hist%C3%B3ria%20dos%20povos%20ind%C3%ADgenas%20brasileiros.pdf>
- Brasil. Presidência da República. (2023a). *Planalto: Senado aprova projeto de lei que reforça igualdade salarial entre homens e mulheres*. Portal Gov.br.
<https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2023/06/senado-aprova-projeto-de-lei-que-reforca-igualdade-salarial-entre-homens-e-mulheres>
- Brasil. Presidência da República. (2023b). *Ministério dos Povos Indígenas: Sônia Guajajara Ministra de Estado*. Portal Gov.br.
<https://www.gov.br/povosindigenas/pt-br>

- Câmara dos Deputados. (2023, setembro 11). *Célia Xakriabá anuncia projeto de combate à violência contra indígenas - 11/09/2023* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FjT2Eu9VKfU>
- Câmara dos Deputados. (2023, março 15). *Célia Xakriabá é a nova presidente da Comissão da Amazônia - 15/03/23* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=aNBNKdnnlag>
- Canal GNT. (2020, dezembro 21). *Sabe seus ANCESTRAIS? Papo sobre INDÍGENAS com Katu Mirim e Lucas Silveira | Conversas Desconfortáveis* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=k-5Gel1kvlg>
- Carvalho, R. (2024). *Mulheres e conservação de ecossistemas estratégicos na América Latina*. The Nature Conservancy. <https://www.tnc.org.br/conecte-se/comunicacao/noticias/mulheresconservacao-america-latina/>
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede* (Vol. 1, R. V. Majer, Trad.). São Paulo, SP: Paz e Terra.
- Célia Xakriabá. (2022, setembro 6). *Célia Xakriabá: Um chamado por justiça socioambiental* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IUInskc8jvl>
- Centro Cultural Vale Maranhão. (2022, março 29). *Horizonte Aberto - A mulher, a luta e a criação do mundo - Eliane Potiguara* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jzO-Yn-hzRU>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage Publications.
- Charmaz, K. (2009). *A construção da teoria fundamentada: Guia prático para análise qualitativa*. Artmed.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.
- CNN Brasil. (2022, dezembro 30). *Ministério traz indígenas para alto escalão do governo, diz Sonia Guajajara | CNN Prime Time* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vFnDGBcCc99Y>
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–167. <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8/>
- Collis-Janes, J. (2023). *Exploring how Mi'kmaq women of Ktaqmkuk are building a sense of community: A case study* [Doctoral dissertation, St. Francis Xavier University]. Library and Archives Canada. <https://libraryarchives.canada.ca/eng/services/serviceslibraries/theses/Pages/item.aspx?idNumber=1416022055>

- Costa, H. R. (2020). *Identidades e Ancestralidades das Mulheres Indígenas na Poética de Eliane Potiguar*. [Tese de doutorado]. Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, Brasil. <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/29255>
- Croce, F. (2020). Indigenous women entrepreneurship: Analysis of a promising research theme at the intersection of indigenous entrepreneurship and women entrepreneurship. *Ethnic and Racial Studies*, 43(6), 1013–1031. <https://doi.org/10.1080/01419870.2019.1630659>
- Domingues, J. E. (2022). *14 lideranças indígenas que estão reescrevendo a história de seus povos*. Portal Ensinar História. <https://ensinarhistoria.com.br/liderancas-indigenas-que-estao-reescrevendo-a-historia-de-seus-povos/>
- Flores, B. (2021). Ancestralidade, movimentos de mulheres e sustentabilidade ambiental local para enfrentamento de crises globais. *Revista Latino-Americana de Estudos Científicos*, 2(12). <https://doi.org/10.46375/relaec.35631>
- Gil, A. C. (2021). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (7ª ed.). Atlas.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2012). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15–31. <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). Discovery of substantive theory: A basic strategy underlying qualitative research. *American Behavioral Scientist*, 8(6), 5–12. <https://doi.org/10.1177/000276426500800602>
- Hall, S. (2016). Diásporas, ou a lógica da tradução cultural. *Matrizes*, 10(3), 47-58. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i3p47-58>
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2020). *Atlas da violência 2020*. Ministério da Economia. <https://ur1.app/TpaOo>
- Itaú Cultural. (2017, setembro 21). *Eliane Potiguar – Culturas indígenas (2016)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TZwOXaJVzYU>
- Lascene Produções. (2021, maio 28). *Eliane Potiguar – Escritora, professora e ativista indígena* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=1cfMv4h4g3Y>
- Marteleto, R. M. (2001). Análise de redes sociais: Aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, 30(1), 71–81. <https://doi.org/10.18225/ci.inf.v30i1.1258>
- Meteoro Brasil. (2023, maio 29). *A pauta do dia, com Célia Xakriabá* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hDNv3kP8RMk>
- Metrópoles. (2023, novembro 17). *Metrópoles Entrevista - Sonia Guajajara, ministra dos Povos Indígenas* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4R45n1Yb3HY>

- Mídia Ninja. (2021, abril 30). *Série Guardiões da Floresta - Episódio Joenia Wapichana* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IC5WVrL5J4s>
- Mídia Ninja. (2020, setembro 1). *Célia Xakriabá é liderança indígena, defensora da cultura e dos direitos dos povos* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=v9W3zRblEMw>
- Mongabay Brasil. (2023, fevereiro 1). *Joenia Wapichana quer terras indígenas livres de invasões* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WKfF-Pz56gk>
- Moreira, A. B. (2019). *Violência contra a mulher: Brasil é o 5º país com maior número de feminicídio*. UNALE – União Nacional dos Legisladores e Legislativos Estaduais. <https://unale.org.br/violencia-contra-a-mulher-brasil-e-o-5o-paiscom-maior-numero-de-feminicidio/>
- Mulher com a Palavra. (2021, agosto 29). *Programa 2 - Acessibilidade. Originárias: Eliane Potiguara e Sandra Benites* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=utv8WDTj4OE>
- O Tempo. (2023, abril 17). *Entrevista com Célia Xakriabá | "O futuro é ancestral ou não será"* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IJqEU7r12-Q>
- Oliveira, B. (2023). *Mulheres indígenas discutem combate ao desmatamento*. UnBNotícias – Universidade de Brasília. <https://noticias.unb.br/112-extensao-ecomunidade/6830-mulheres-indigenas-discutem-combate-ao-desmatamento>
- Organização Mundial da Saúde. (2023). *Emergência: Doença de coronavírus (COVID-19) pandemia*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019>
- ONU News. (2024, abril 18). *Dia dos Povos Indígenas: Entrevista da ministra Sonia Guajajara à ONU News* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YD2GEUp-4mg>
- Peñafiel, A. P. P. (2020). A habilidade das mulheres indígenas de América Latina de transitar em uma pluralidade de mundos. *Mediações – Revista de Ciências Sociais*, 25(3), 801–804. <https://doi.org/10.5433/2176-6665.2020v25n3p801>
- Peñafiel, J. J. F., & Mello, P. P. C. (2020). Povos indígenas e proteção da natureza: A caminho de “um giro hermenêutico ecocêntrico”. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 10(3). <https://doi.org/10.5102/rbpp.v10i3.7240>
- Poder360. (2022, maio 4). *Poder Entrevista: Sonia Guajajara, coordenadora-executiva da Apib* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YuJq9Zk5420>
- Poder360. (2021, julho 10). *Poder Entrevista: Deputada federal Joenia Wapichana (Rede-RR)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qkzwFb6hdJU>
- Rede TVT. (2020, outubro 30). *Joenia Wapichana no Entre Vistas – Vidas indígenas importam* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Ta-B3tU-XEU>

- Roda Viva. (2023, março 20). *Roda Viva | Sonia Guajajara | 20/03/2023* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BI2M6SREEsw>
- RTV Caatinga Univasf. (2018, setembro 6). *Entre um café, uma prosa com Eliane Potiguara* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=PQMsvlr1MYg>
- SalonLineBrasil. (2020, setembro 14). *Cultura indígena: Uma conversa com a rapper Katú Mirim | Papo Kabelo Karol Pinheiro* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ppA58lsWqwk>
- Segato, R. L. (2012). Gênero e colonialidade: Em busca de chaves de leitura e de um vocabulário estratégico descolonial. *E-cadernos CES*, 18, 2012, 106–131. <https://doi.org/10.4000/eces.1533>
- Silva, M. R. R. (2020). Mulheres no comando: Uma revisão na literatura sobre liderança feminina no campo do trabalho no Brasil. *Revista Estudos e Pesquisas em Administração*, 4(3), 148-169. <https://doi.org/10.30781/repad.v4i3.10902>
- Silva, M. K., & Zanata, J. R. (2012). Diz-me com quem andas, que te direi quem és: Uma – breve – introdução à análise de redes sociais. *Revista USP*, 92(2012), 114–130. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i92p114-130>
- Siqueira, C. (2022). *Bancada feminina aumenta em 18,2% e tem duas representantes trans*. Câmara dos Deputados. <https://www.camara.leg.br/noticias/911406-bancada-feminina-aumenta-182-e-tem-duas-representantes-trans/>
- Soares, A. M. P. S. (2021). Mulheres originárias: Reflexões com movimentos de indígenas mulheres sobre as existências e inexistências de feminismos indígenas. *Cadernos de Campo*, 30(2). <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v30i2pe190396>
- Super Marajoara TV50.1. (2023, outubro 26). *Puyr Tembê | Secretaria de Estado dos Povos Indígenas do Pará (SEPI)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=s9UyOY42-EM>
- Supremo Tribunal Federal – STF. (2023). *Mês da mulher: STF derruba uso de tese de legítima defesa da honra para crimes de feminicídio*. Portal STF. <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=503655&ori=1>
- TEDx Talks. (2023, novembro 7). *Território como pertencimento, resgate, corpo e ancestralidade | Katú Mirim | TEDxJundiaí* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zqBjlezw9SU>
- Terras Indígenas no Brasil. (2024, 31 de maio). *Farmácia viva shanenawa*. Terras Indígenas no Brasil. <https://terrasindigenas.org.br/pt-br/noticia/223925>
- Tozze, H. (2021). *Mulheres no mundo: “Invisíveis aos olhos” feminicídios de indígenas escancaram Brasil negligente*. Revista Marie Claire. <https://revistamarieclaire.globo.com/Mulheres-do->

Mundo/noticia/2021/08/invisivel-aos-olhos-feminicidios-de-indigenas-escancaram-um-brasil-negligente.html

Tretiakov, A., Felzensztein, C., Zwerg, A. M., Mika, J. P., & Macpherson, W. G. (2020). Family, community, and globalization: Wayuu indigenous entrepreneurs as n-Culturals. *Cross Cultural & Strategic Management*, 27(2), 189–211. <https://doi.org/10.1108/CCSM-01-2019-0025>

Tribunal Regional Eleitoral do Pará. (2023, agosto 4). *Lideranças femininas com Puyr Tembê* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8tJdS8T9QVY>

Tribunal Superior Eleitoral – TSE. (2022). *Dia da conquista do voto feminino no Brasil é comemorado nesta segunda*. Portal do TSE. <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Fevereiro/dia-da-conquista-do-voto-feminino-no-brasil-e-comemorado-nesta-segunda-24-1>

Valim, R., & Danner, L. F. (2023). Epistemologia indígena: O que é e em que consiste essa questão? In X. de C. Barbosa et al. (Orgs.), *Pós-graduação na Amazônia: Experiências de pesquisa desenvolvidas no Instituto Federal de Rondônia e na Universidade Federal de Rondônia* (pp. 114–125). Bagai. <https://editorabagai.com.br/product/pos-graduacao-na-amazonia-experiencias-de-pesquisa-desenvolvidas-no-instituto-federal-de-rondonia-e-na-universidade-federal-de-rondonia/>

VICE News. (2015, maio 22). *The female activist of the Tembe tribe (Excerpt from 'Fighting the Amazon's Illegal Loggers')* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jneCtJNG7F4>

Wittenberg-Cox, A. (2020). *What do countries with the best coronavirus responses have in common? Women leaders*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/avivahwittenbergcox/2020/04/13/what-do-countries-with-the-best-coronavirus-reponses-have-in-common-women-leaders/?sh=c431e5f3dec4>

Zank, S., & Yxapary, K. (2021). A voz de uma liderança indígena feminina sobre a questão de gênero – Uma oportunidade de escuta e reflexão para a pesquisa etnobiológica. *Ethnoscience – Brazilian Journal of Ethnobiology and Ethnoecology*, 6(2), 182–197. <https://doi.org/10.22276/ethnoscience.v6i2.364>

APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA

FORMULÁRIO DE ENTREVISTA

Pesquisa Acadêmica: Saberes ancestrais e resistência coletiva por indígenas mulheres: A formação de uma identidade política coletiva de reexistência no Brasil

Escreva com suas palavras a resposta mais apropriada. Sinta-se bem à vontade para expressar a sua opinião. Não se preocupe com o número de linhas.

1 - Para você, o que significa ser uma indígena mulher?

2 - Quais aspectos da sua cultura você considera mais importantes para sua identidade e atuação como líder?

3 - Como você iniciou sua trajetória de liderança dentro ou fora da comunidade indígena?

4- Quais desafios e obstáculos são mais frequentes ao exercer seu estilo de liderança no dia a dia?

5- Quais foram as principais influências (de fatos ou pessoas) que inspiraram sua atuação como líder?

6- Você sente que conta com o apoio de sua família e da comunidade na sua atuação como líder? Se sim, descreva como se dá esse apoio.

7 - Como você utiliza as redes sociais para promover temas relacionados às causas que defende?

8 - Quais são os temas que você mais se engaja em suas redes sociais?

9 - Quais mudanças ou avanços você acredita serem essenciais para a valorização e o empoderamento das indígenas mulheres?

10 - Quais estratégias ou ações você considera fundamentais para fortalecer a autonomia e a representatividade das indígenas mulheres em diferentes espaços sociais?

11- Qual a sua etnia?

12 - Onde está localizado o seu Território Indígena (TI)?

13 - Qual a sua idade?

- ☐ entre 18 e 25 anos
- ☐ entre 26 e 33 anos
- ☐ entre 34 e 41 anos
- ☐ mais de 41 anos

14 - Qual o seu estado civil?

- ☐ Solteira
- ☐ Casada
- ☐ Outro

15 - Você tem filhos(as)? Se sim, quantos(as)

- ☐ Um filho
- ☐ Dois filhos
- ☐ Três filhos
- ☐ Mais de tres filhos
- ☐ Não tem filhos

APÊNDICE B - TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Olá, você está sendo convidada a participar da pesquisa intitulada “Saberes ancestrais e resistência coletiva por indígenas mulheres: A formação de uma identidade política coletiva de reexistência no Brasil”, que integra meu doutorado acadêmico em Ciências Contábeis e Administração da FUCAPE Pesquisa e Ensino SA. Esta pesquisa tem por objetivo “compreender de que forma as indígenas mulheres se articulam e protagonizam identidades políticas coletivas, promovendo estratégias de reexistência, visibilidade, justiça e defesa dos territórios no atual contexto brasileiro”. A pesquisa tem caráter qualitativo e exploratória.

A sua participação nesta pesquisa acontecerá na etapa de coleta de dados por meio deste questionário de entrevista, de forma voluntária e não haverá custos ou incentivos financeiros. A finalidade é exclusivamente contribuir para o sucesso deste estudo acadêmico. Todas as respostas serão analisadas em conjunto, preservando a identidade da participante.

Em nenhum momento você será identificada, os resultados da pesquisa serão publicados e a sua identidade continuará preservada. Sendo divulgados dados sociodemográficos para apresentar o perfil do participante e da etnia, dados como formação acadêmica, idade, causas que defende, entre outros. Ao estar de acordo com essas condições, na sua participação será solicitado o seu relato das suas percepções e experiências vivenciadas relacionadas ao objetivo da pesquisa. Sua participação incorrerá em riscos mínimos, como insegurança ou indecisão quanto a melhor resposta. Você é livre para desistir da pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo ou coação.

Após esses esclarecimentos, você aceita de forma voluntária participar desta pesquisa?

() Sim

() Não

Assinatura da Entrevistada

Data: ____/____/2024.

Em caso de alguma dúvida entre em contato com:

1. Pesquisadora responsável

Adriana Maria Corrêa Riedi – Doutoranda

E-mail: adriana.riedi@gmail.com

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1832840468334327>

2. Orientador

Professor Dr. Sérgio Augusto Pereira Bastos

E-mail: sbastos@fucepe.br

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2741589118056146>

CAPÍTULO 4

IDENTIDADE EMPREENDEDORA EM AÇÃO: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE MULHERES NA INFORMALIDADE E NA FORMALIDADE

RESUMO

Dentro do empreendedorismo formal, inúmeras mulheres deparam-se com uma realidade bastante distante do protagonismo e da visibilidade vivenciados pelos homens. É comum observar mulheres que, especialmente em países em desenvolvimento como o Brasil, enfrentam a exclusão de oportunidades econômicas em decorrência das desigualdades de gênero. Nesse contexto, muitas encontram no empreendedorismo informal uma alternativa para contribuir com a renda familiar, conquistar independência financeira e crescer profissionalmente, empoderando-se e assumindo papéis, vozes e trajetórias inspiradoras. Contudo, no universo da informalidade, são enfrentados diversos desafios, os quais incluem a escassez de recursos financeiros, a ausência de capacitação e a fragilidade das redes de apoio. O presente estudo teve por objetivo compreender as trajetórias empreendedoras de mulheres atuantes na formalidade e informalidade, com foco na construção de suas identidades empreendedoras, identificando convergências e divergências entre os dois grupos.

A pesquisa possui caráter qualitativo, para o qual se empregou a metodologia da Grounded Theory (GT) na coleta, organização, análise dos dados e produção de conhecimento. O método adotou um paradigma de natureza interpretativa, ancorado na perspectiva construtivista, conforme o modelo Gioia. De forma complementar, realizou-se também a análise das contas das empreendedoras na rede social Instagram. Assim, foram utilizadas fontes de dados primários e secundários para a elaboração do modelo teórico do estudo. O modelo teórico que emergiu da trajetória singular de cada empreendedora foi denominado: “Caminho para o Protagonismo Empreendedor Feminino”.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; informalidade; formalidade; *grounded theory*.

1. INTRODUÇÃO

Recente pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) indica que 60% da população adulta brasileira sonha em ter o próprio negócio, e mais de 93 milhões de brasileiros estão envolvidos com o empreendedorismo (GEM, 2022). A crescente busca das mulheres pelo autoemprego e por formas de geração de renda tem despertado o interesse de pesquisadores no campo do empreendedorismo feminino. Quando questionadas sobre suas motivações para iniciar um novo negócio no Brasil, 79,4% das empreendedoras iniciais responderam que empreendem “para ganhar a vida porque os empregos são escassos” (GEM, 2023). A prática do empreendedorismo na informalidade é vista como um fenômeno prevalente e relevante para as economias globais, representando aproximadamente 60% de toda a atividade empreendedora em economias desenvolvidas e cerca de 90% em economias em desenvolvimento (Salvi et al., 2022).

No Brasil, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNDC) de 2021, aproximadamente três milhões de mulheres atuavam no mercado de trabalho como empreendedoras formais, representando 35% do total do empreendedorismo. Já na informalidade, esse número era de 6,3 milhões de mulheres, o que corresponde a 32,2% do total do empreendedorismo informal (Niquito, 2023). O Sebrae aponta que, em 2024, 33,9% dos quase 30 milhões de empreendedores no Brasil são mulheres.

Constata-se, portanto, que o empreendedorismo feminino, tanto na formalidade quanto na informalidade, desempenha um papel relevante no desenvolvimento econômico, social e sustentável do país, inclusive na geração de postos de trabalho (Ministério do Empreendedorismo, 2024a). Estudos apontam como crucial a

formalização dos negócios de mulheres empreendedoras atuantes na informalidade. Segundo o Sebrae, em 2024, 65% dos negócios geridos por mulheres operavam na informalidade, o que limita o acesso dessas empreendedoras a políticas públicas, capacitação, financiamento, mentorias e suporte em tecnologia digital (Ministério do Empreendedorismo, 2024a).

Estudos sobre empreendedorismo evidenciam lacunas na pesquisa voltadas à exploração de abordagens qualitativas, interpretativas e construtivistas, com foco em gênero, que considerem o significado do trabalho informal para as próprias empreendedoras (Darbi et al., 2018). Tais estudos exploram as tensões entre formalidade e informalidade a partir do ponto de vista das mulheres, por meio de metodologias qualitativas centradas na experiência vivida ao empreender (Xheneti et al., 2019). Além disso, Jones et al. (2019) sugerem a realização de pesquisas que explorem como ocorre a construção da identidade empreendedora em diferentes contextos.

Nesse sentido, considerando as recomendações para pesquisas futuras no campo do empreendedorismo propostas por Darbi et al. (2018), Xheneti et al. (2019) e Jones et al. (2019), o presente estudo tem como objetivo compreender as trajetórias, motivações e desafios associados ao empreendedorismo praticado por mulheres atuantes na informalidade e na formalidade, bem como analisar a construção de suas identidades empreendedoras, identificando convergências e divergências entre os dois grupos. O estudo busca contribuir para o desenvolvimento teórico do campo do empreendedorismo feminino em contextos diversos.

Ao se analisar o empreendedorismo feminino informal no Brasil, constata-se que praticamente não há empregadoras, visto que 97,9% atuam por conta própria. No grupo das empreendedoras formais, 71% também trabalham por conta própria

(Niquito, 2023). Ainda que a economia informal represente uma parcela significativa da atividade empresarial global, seus efeitos sobre o empreendedorismo têm recebido pouca atenção na literatura (Fredström et al., 2021). Inicialmente, a teoria descrevia o setor informal como um fenômeno econômico transitório, típico de economias menos desenvolvidas e fadado a desaparecer à medida que estas alcançassem certo nível de desenvolvimento (Darbi et al., 2018).

Os negócios formalizados são frequentemente considerados como via para expansão e sucesso empresarial. No entanto, tal afirmação ainda carece de verificação empírica, especialmente diante do grande contingente de mulheres, em países em desenvolvimento, que operam na economia informal (Xheneti et al., 2019). Soma-se a isso a crença de que negócios informais são criados e geridos por mulheres com baixos níveis de escolaridade (Radu-Lefebvre et al., 2021; Rede Mulher, 2017) e renda (Radu-Lefebvre et al., 2021). O entendimento atual é de que o Empreendedorismo Informal (EI) praticado por mulheres configura-se como uma atividade permeada por relações desiguais de poder, de classe e de gênero, refletindo posicionamentos divergentes de instituições e valores culturais. Dessa forma, não apenas fatores econômicos influenciam a transição ou não para a formalização (Xheneti et al., 2019).

A crescente participação feminina no empreendedorismo brasileiro tem despertado o interesse de pesquisadores (Borges & Andrade, 2023) e formuladores de políticas públicas (Ministério do Empreendedorismo, 2024a; Souza et al., 2022; Oliveira et al., 2021), especialmente quando consideradas as disparidades de gênero no mundo do trabalho (Guzman & Kacperczyk, 2021; Souza, 2021) e as desigualdades étnico-raciais (Rosa et al., 2022). No entanto, esses estudos sobre o empreendedorismo feminino nem sempre consideram sua prática em diferentes

contextos (Karki et al., 2021), nos quais as empreendedoras atuam nos setores formal e informal das economias (Xheneti et al., 2019).

A associação entre o empreendedorismo informal e baixos níveis de escolaridade e renda frequentemente obscurece as complexas motivações, estratégias e processos de construção de identidade empreendedora por parte das mulheres (Radu-Lefebvre et al., 2021). Nesse sentido, esta pesquisa insere-se em uma agenda investigativa voltada à formulação de conceitos multidimensionais e abrangentes, capazes de capturar a complexidade dos contextos nos quais as mulheres empreendem, seja na formalidade ou na informalidade, e realizam suas escolhas (Xheneti et al., 2019).

A pesquisa tem caráter qualitativo e foi implementada pelo uso da metodologia da Grounded Theory (GT) para a coleta de dados, organização, análise e produção de conhecimento (Glaser & Strauss, 1967; Charmaz, 2009), pautada num paradigma de caráter interpretativo sob a perspectiva construtivista considerando o modelo Gioia (Gioia et al, 2012). Participaram da pesquisa 14 empreendedoras, em que 7 empreendem na informalidade, e outras 7 atuam na formalidade.

Este estudo está estruturado da seguinte forma: o referencial teórico subdivido nas subseções de Empreendedorismo, Empreendedorismo feminino, Empreendedorismo por necessidade ou oportunidade e empreendedorismo formal ou informal. Em seguida é apresentada a Metodologia, Organização e Análise de dados e Considerações Finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Ao abordar o tema do empreendedorismo, é impossível não o relacionar a Schumpeter, considerado um dos pioneiros na utilização do termo empreendedor, ao identificar, em homens de negócios, traços distintivos em seus comportamentos. Esse autor destacou-se pela ênfase na inovação e na ruptura com modelos estabelecidos, o que o levou a propor a distinção entre as figuras do empresário e do empreendedor (Lima & Oliveira, 2021).

As vantagens atribuídas ao empreendedorismo articulam-se ao discurso neoliberal, que passa a vigorar não apenas no setor empresarial, mas também na esfera governamental. Impulsionado pelo desemprego estrutural, esse contexto promove a competição por postos de trabalho remanescentes e o surgimento de um individualismo orientado à adaptação às novas exigências de qualificação e habilidades comportamentais para o trabalho (Lima & Oliveira, 2021).

Nesse contexto, o projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) foi criado em 1999, por iniciativa de renomadas instituições acadêmicas – London Business School e Babson College – com o objetivo de compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social em escala global (GEM, 2022). O Brasil mantém o empreendedorismo no centro das discussões sobre desenvolvimento econômico e social sustentável, dado que os micros e pequenos empreendimentos são os principais geradores de empregos formais, além de contribuírem com a maior parte da massa salarial do país (Ministério do Empreendedorismo, 2024b).

No Brasil, em setembro de 2023, foi criado o Ministério do Empreendedorismo, por meio da Medida Provisória nº 1.187/2023. Em janeiro de 2024, essa medida foi

convertida em lei, sancionada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Posteriormente, o Decreto nº 11.994, de 10 de abril de 2024, instituiu a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino – Estratégia Elas Empreendem, bem como o Comitê de Empreendedorismo Feminino. O parágrafo único do Art. 1º do referido decreto estabelece que a Estratégia Elas Empreendem possui caráter intersetorial, tendo como finalidade “(...) promover o empreendedorismo feminino como instrumento de inclusão social e econômica e de desenvolvimento do País por meio da articulação e da coordenação entre órgãos e entidades da administração pública federal, setor privado e sociedade civil”.

O interesse da comunidade acadêmica pelo empreendedorismo feminino no Brasil teve início no final da década de 1990, possivelmente com o estudo descritivo sobre mulheres empreendedoras no setor de confecções, na região norte do Paraná, apresentado em congresso científico por Gimenez, Machado e Biazin, em 1998 (Gimenez et al., 2017).

Antes do ano 2000, no Brasil, não havia estudos em formato de artigos científicos sobre empreendedorismo feminino (Gimenez et al., 2017). Um estudo que visava mapear e identificar o surgimento do empreendedorismo feminino como um novo campo de investigação mapeou a produção nacional entre os anos de 2000 e 2015, quantificando-a em três períodos: 2000–2005, com 9 artigos científicos; 2006–2010, com 16 artigos; e 2011–2015, com 31 publicações (Gimenez et al., 2017).

Considerando o empreendedorismo feminino no período da pandemia, o GEM evidenciou que os empreendimentos conduzidos especificamente por mulheres foram os que mais reduziram, com uma diminuição de 37% na criação de novos negócios e de 62% nos negócios já estabelecidos (GEM Brasil, 2020). O recente campo de estudos científicos que tem como foco as políticas públicas apontam que o grande

desafio dos gestores públicos responsáveis por apoiar o empreendedorismo consiste em criar condições favoráveis ao estímulo da atividade empreendedora (Souza, 2023). Contudo, a expectativa é de que os empreendedores possam prosperar e impactar positivamente o desenvolvimento econômico e a inclusão social, uma vez que o ambiente de negócios está diretamente relacionado às ações do Estado (Souza, 2023).

Dentre as influências informais no empreendedorismo, destacam-se as tradições, os sistemas patriarcais e as crenças religiosas. No que se refere às influências formais, são identificadas a dificuldade de acesso a financiamentos e a maior suscetibilidade a taxas de juros elevadas, dado que os negócios liderados por mulheres são considerados mais arriscados do que aqueles liderados por homens (Guzman & Kacperczyk, 2021). Essas disparidades de gênero decorrem do fato de investidores tenderem a avaliar negativamente os empreendimentos fundados e liderados por mulheres, sendo comum que investidores do sexo masculino estabeleçam relações com empreendedores com características demográficas semelhantes (Ewens & Townsend, 2020; Guzman & Kacperczyk, 2021).

Guzman e Kacperczyk (2021) registraram esse comportamento em pesquisas realizadas na Califórnia e em Massachusetts entre 1995 e 2011, constatando que *startups* lideradas por mulheres foram 63% menos propensas a receber financiamento de capital de risco em comparação àquelas lideradas por homens. No entanto, 65% dessa diferença pode ser atribuída às escolhas das próprias fundadoras, que tendem a criar empresas menos orientadas para o crescimento.

A diferença restante (35%) poderia estar relacionada às preferências dos investidores, sugerindo a presença de viés de gênero. Esse viés tende a ser reduzido quando há sinais evidentes de potencial de crescimento da empresa ou quando os

investidores são mais experientes e sofisticados. Apesar dessas desigualdades no acesso ao financiamento, uma vez que recebem investimentos, as empresas lideradas por mulheres têm as mesmas chances de sucesso que aquelas lideradas por homens (Guzman & Kacperczyk, 2021).

No Brasil, a presença feminina na atividade empreendedora é expressiva e vem crescendo ao longo dos anos. O relatório GEM (2019) revelou um empate entre homens (50%) e mulheres (50%) no volume de negócios iniciais. Já no número de negócios estabelecidos, os homens estavam à frente, representando 56,5% desses empreendimentos.

A pandemia da Covid-19 interferiu em aspectos econômicos, sociais e políticos em escala global, impactando também a macroeconomia. No contexto brasileiro, houve interferência direta na dinâmica empreendedora do país. Ao comparar os dados de 2020 com os de 2019, constata-se uma redução tanto na abertura de novos negócios quanto na manutenção de empreendimentos estabelecidos (GEM Brasil, 2020). Existem evidências de que, em cenários de crise ou estagnação econômica, os indivíduos são mais propensos ao empreendedorismo, motivados pela necessidade, à medida que a recessão se intensifica e surgem oportunidades identificadas como alternativas à escassez de emprego formal (Roldão et al., 2018).

Conforme pesquisa do IPEA (2024), no ano de 2022, o mercado de trabalho brasileiro era composto por 74,3% de homens e 54,1% de mulheres. A pesquisa destacou, ainda, que o trabalho em tempo parcial atingia 31,8% das mulheres negras, 26,3% das mulheres brancas, 16% dos homens negros e 13,4% dos homens brancos, situação que impacta diretamente o rendimento mensal dos diferentes grupos. Ademais, verificou-se que, entre as mulheres, o trabalho doméstico remunerado

representava 16,2% das ocupações entre mulheres negras e 8,7% entre mulheres brancas.

Considerando os contextos de estagnação econômica (Roldão et al., 2018), somados a crises como a provocada pela pandemia (GEM Brasil, 2020), muitos trabalhadores foram levados a buscar novas estratégias de geração de renda. Em momentos como esses, quando empreendedores são questionados sobre sua motivação para iniciar um novo negócio, 77% afirmaram que o fizeram “para ganhar a vida porque os empregos são escassos” (GEM, 2021). Nesses períodos, evidencia-se o aumento do número de empreendedores por necessidade, que frequentemente atuam na informalidade (Alpino et al., 2020).

2.2 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE

A década de 1970 passou a ser reconhecida como um marco para o empreendedorismo, que se tornou alvo de interesse de diversos estudiosos da área de gestão, os quais o elegeram como uma possível solução para o desemprego. Assim, o fenômeno deixou de ser visto como um problema social, sendo interpretado como consequência de falhas individuais, atribuindo-se aos sujeitos a responsabilidade por não se adaptarem às organizações (Carmo et al., 2021).

Esse entendimento, que responsabiliza o indivíduo pelo desemprego, ganhou força no Brasil a partir da década de 1990, consolidando-se com as transformações políticas e econômicas resultantes da transição de uma agenda constitucional reformista para outra de caráter competitivo (Carmo et al., 2021). O discurso do empreendedorismo vinculado à ideologia neoliberal exime o Estado da responsabilidade de garantir condições mínimas de subsistência, atribuindo aos

indivíduos o sucesso ou o fracasso de suas trajetórias, sem considerar as variáveis do contexto social em que estão inseridos (Carmo et al., 2021).

No que diz respeito à responsabilidade do Estado em assegurar melhores condições de vida, dados sobre a insegurança alimentar no Brasil indicam que a fome persiste como um problema relevante. Entre 2014 e 2019, o país retornou ao Mapa da Fome da ONU (Batista, 2021). Em 2014, ao serem analisados 150 países, o Brasil ocupava a 36ª posição, com 17% da população sem recursos financeiros para se alimentar; em 2019, caiu para a 82ª colocação no ranking (Batista, 2021).

Para uma compreensão mais ampla da realidade brasileira, em 2019, 53% dos 20% mais pobres encontravam-se em situação de miséria, enquanto 10% da população estava entre os 20% mais ricos (Batista, 2021). Esse cenário contribui para o aumento do número de pessoas voltadas ao empreendedorismo por necessidade, sobretudo mulheres que exercem a função de “chefe de família”. Em 2022, 53% das chefes de família empreendedoras eram mulheres negras, enquanto 46% eram mulheres brancas (SEBRAE, 2022).

Uma pesquisa conduzida pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (2021), com 2.736 empreendedoras, evidenciou a relevância do empreendedorismo feminino durante o período de desemprego e perda de renda causado pela pandemia: 26% das mulheres iniciaram seus negócios nesse contexto. Mais de 50% das empreendedoras com filhos entre 3 e 11 anos relataram que o fechamento das escolas impactou diretamente a rotina dos seus negócios (Instituto Rede Mulher Empreendedora, 2021). Grupos mais pobres, de meia idade, com filhos e baixa escolaridade foram os mais afetados, sendo necessária a implementação de programas sociais voltados aos segmentos em situação de extrema vulnerabilidade (Batista, 2021).

Diante do agravamento da pobreza, da fome e do desemprego causado pela Covid-19, o Auxílio Emergencial foi implementado como medida paliativa. Em seu auge, atendeu 67,9 milhões de trabalhadores, oferecendo assistência de subsistência e renda a informais e desempregados fora da rede de proteção social existente (Sordi, 2023).

Desde 2015, o Brasil enfrenta uma crise econômica caracterizada pela redução da renda familiar, aumento do desemprego e crescimento da informalidade (Alpino et al., 2020). Tais fatores impactam diretamente os indicadores de desigualdade (Batista, 2021). Em 2018, segundo o IBGE, milhões de pessoas estavam em situação de fome, e, com o agravamento provocado pela pandemia de Covid-19, caso medidas eficazes não sejam implementadas, o país corre o risco de se tornar um dos epicentros mundiais da fome (Alpino et al., 2020).

Segundo Souza (2023), dois grupos de políticas públicas se destacam no incentivo ao empreendedorismo: um relacionado às políticas regulatórias e outro às políticas de estímulo. Entre estas, destaca-se a criação do Microempreendedor Individual (MEI), política pública instituída pelo Governo Federal em 2008, que alterou o cenário do empreendedorismo no país.

O MEI surgiu com o objetivo de amparar os empreendedores informais brasileiros que, até então, não dispunham de proteção social ou segurança jurídica. A iniciativa passou a oferecer vantagens financeiras, previdenciárias e tributárias, possibilitando que os trabalhadores autônomos tivessem acesso a diversos direitos e benefícios destinados a empresas e empresários (SEBRAE, 2023; Souza, 2023).

Ao se analisar o comportamento empreendedor, observam-se taxas mais elevadas de abandono de negócios por parte de mulheres em comparação aos homens, especialmente em empreendimentos iniciais. Esse comportamento pode

estar relacionado aos seguintes fatores: (i) negócios de menor longevidade, como atividades ligadas aos serviços domésticos; (ii) participação mais acentuada de empreendedoras por necessidade, que veem o empreendedorismo como uma alternativa temporária à perda de renda; e (iii) aspectos socioculturais, como o maior envolvimento das mulheres com as responsabilidades domésticas e familiares (GEM, 2019).

2.3 EMPREENDEDORISMO FORMAL OU INFORMAL

O Microempreendedor Individual (MEI) é a forma mais simples de formalização para quem deseja iniciar um negócio próprio no Brasil (Nascimento et al., 2019). No portal Empresas & Negócios, do governo federal, qualquer pessoa interessada em formalizar sua atividade pode encontrar informações relevantes, inclusive sobre os direitos e obrigações relacionados à adesão ao MEI (Gov.br, 2024).

O empreendedorismo informal (EI) é caracterizado por atividades empresariais desenvolvidas à margem da legalidade, embora frequentemente legitimadas por amplos segmentos da sociedade. Trata-se de empreendedores informais que identificam oportunidades e as exploram de maneira socialmente aceita, mesmo que em desconformidade com os requisitos legais aplicáveis à atividade (Salvi et al., 2022).

Em 2021, no Brasil, 80% dos CNPJs registrados foram de microempreendedores individuais, totalizando 3,1 milhões de novos negócios. Tal número reflete a melhoria do ambiente de negócios no país e a consolidação do MEI, que simplificou o processo de abertura de empresas e reduziu a carga tributária, tornando-se a principal alternativa para aqueles que desejam empreender de forma legal (SEBRAE, 2021).

Estudo realizado por Roldão et al. (2018), com dados secundários de 37 países, investigou a relação endógena entre recessão econômica e intenção empreendedora. Eles identificaram como fatores influentes na decisão de empreender a falta de segurança pública, o desemprego, a corrupção e o nível de escolaridade (Roldão et al., 2018). Em países em desenvolvimento, destaca-se a expressiva presença de mulheres no setor informal, especialmente em atividades comerciais e empresariais domésticas de pequena escala, autofinanciadas e com baixa tecnologia. Muitas optam pela informalidade devido às responsabilidades familiares, ao desemprego, à baixa escolaridade e às características do negócio, como tipo e porte (Babbitt et al., 2015).

Esse fenômeno também é observado em outros países. Na Índia, por exemplo, Boeri (2018) analisou mulheres empreendedoras no setor de vestuário (confecção de roupas íntimas, bordados e botões). A autora concluiu que o trabalho domiciliar supre duas lacunas do empreendedorismo: a geração de capital financeiro e a busca por autonomia laboral. Contudo, constata-se que essa autonomia, buscada em função da independência e da flexibilidade de horários, também impõe limitações quanto à conciliação entre geração de renda e responsabilidades familiares. Ademais, há custos de produção que comprometem parte da receita e a impossibilidade de ampliação da carga horária de trabalho. Essas mulheres frequentemente enfrentam dilemas que envolvem a priorização entre as demandas do ambiente doméstico e as exigências profissionais (Boeri, 2018).

O setor informal desempenha papel relevante no fornecimento de bens e serviços essenciais e na geração de empregos, contribuindo para a competitividade de empresas formais por meio de sua participação em cadeias de suprimentos e redes estratégicas (Darbi et al., 2018). Essa dinâmica é resultado do capitalismo neoliberal contemporâneo e da globalização, visto que empresas multinacionais elaboram

estratégias voltadas à economia de escala e à maximização de lucros com o uso de insumos mais baratos e arranjos produtivos flexíveis, muitas vezes intermediados por pequenos negócios informais (Darbi et al., 2018).

Apesar de alguns autores caracterizarem o empreendedorismo informal como um entrave ao desenvolvimento, ele atua como mecanismo de alívio à pobreza e como alternativa frente a barreiras elevadas de entrada no mercado formal (Babbitt et al., 2015). No caso brasileiro, a presença feminina no empreendedorismo é relevante e apresenta crescimento contínuo, partindo, entretanto, de uma base historicamente mais modesta no que se refere ao número de empreendedoras com negócios estabelecidos (GEM, 2019).

Ainda segundo Babbitt et al. (2015), nos países de alta renda que integram a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), o setor informal corresponde, em média, a 13,5% do Produto Interno Bruto (PIB). Ao analisar a relação entre o tamanho do setor informal e o protagonismo do empreendedorismo feminino em 70 países, DiRienzo e Das (2021) identificaram uma correlação inversa: quanto maior a economia informal de um país, menor a participação das mulheres no empreendedorismo formal.

3. METODOLOGIA

A abordagem adotada para atingir o objetivo do estudo, dada a ausência de uma teoria que explique o fenômeno de forma holística, é a Teoria Baseada em Dados - *Grounded Theory*, que se posiciona como construtivista (Charmaz, 2009; Haraldsson & McLean, 2022). Parte dos dados, primários, originaram-se de entrevistas realizadas com dois grupos de mulheres: o primeiro composto por sete empreendedoras atuantes na informalidade e o segundo, por sete empreendedoras formais, totalizando

14 participantes. Além das entrevistas, foram analisadas as respectivas contas das participantes na rede social Instagram, considerando-se o uso e a desenvoltura no emprego dessa tecnologia de comunicação digital. Dessa forma, a pesquisa baseou-se tanto em dados primários quanto secundários.

Para a organização e análise dos dados, foram consideradas três possibilidades: por palavras, por frases ou por incidentes. Optou-se pela análise por frases, o que favorece a definição de subcategorias e categorias, facilitando o processo de construção teórica (Charmaz, 2009). A abordagem construtivista fundamentou o tratamento dos dados, com base na codificação e categorização emergente das narrativas das participantes (Charmaz, 2009).

Segundo Charmaz (2009, p. 140), “a amostragem inicial na teoria fundamentada é onde você começa, ao passo que a amostragem teórica é o que o orienta para onde ir”. Portanto, como público-alvo, focou-se em mulheres empreendedoras atuantes na informalidade (Grupo 1) e na formalidade (Grupo 2). Os critérios de inclusão foram: a) ser empreendedora na formalidade ou informalidade; b) ter no mínimo 18 anos; e c) atuar em negócio próprio.

Inicialmente, foram identificadas mulheres com o perfil desejado estabelecidas no estado de Santa Catarina (SC), resultando em uma participação majoritária de uma mesma macrorregião dessa unidade federativa. O grupo inicial foi formado por meio de convite direto da pesquisadora, via redes sociais ou por indicação de empresárias locais. Algumas participantes foram acessadas por meio da técnica *snowball sampling* (Vinuto, 2014), ou seja, pedindo que entrevistadas indicassem outras potenciais entrevistadas. O grupo de sete participantes de cada segmento foi completado por esse processo. As entrevistas com os dois grupos ocorreram de forma praticamente paralela, com análise progressiva dos dados.

As entrevistas foram realizadas até que se atingisse a saturação teórica, conforme o entendimento de Charmaz (2009, p. 157), para quem “as categorias estão ‘saturadas’ quando a coleta de novos dados não mais desperta novos *insights* teóricos, nem revela propriedades novas dessas categorias teóricas centrais”. Após o aceite das participantes, foram agendados dia e horário para as entrevistas, que ocorreram parcialmente por meio do Google Meet e parcialmente de forma presencial.

As entrevistas foram gravadas, transcritas e, posteriormente, os dados foram organizados e analisados. Para a realização das entrevistas, inicialmente foi lido o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), disponível no Apêndice A. Após o aceite formal, foi utilizado um roteiro com questões previamente estruturadas, conforme apresentado no Apêndice B.

As entrevistas ocorreram entre os meses de março e setembro de 2024, com duração entre 37 e 90 minutos. Quatro entrevistas foram realizadas presencialmente, no local indicado pelas entrevistadas, e as demais por meio do Google Meet. As participantes foram organizadas em dois grupos: o Grupo das Formais, com os seguintes códigos de identificação: FOR1, FOR2, FOR3, FOR4, FOR5, FOR6 e FOR7; e o Grupo das Informais, com os códigos: INF1, INF2, INF3, INF4, INF5, INF6 e INF7.

Na Figura 1, são apresentadas informações detalhadas sobre o perfil das entrevistadas.

Grupo 1 – Empreendedoras Informais									
Código	Setor	Formação	Profissão	Migração de área?	Idade	Tipo de Perfil	Nº Seguidores	Estado Civil	Filhos
INF1	Serviços	Ensino Médio	Terapeuta Holística	Sim	49	Conta Pessoal	352	Solteira	Não
INF2	Indústria artesanal e comércio	Fundamental	Artesã em tecido	Não	51	Conta Pessoal	864	Casada	Sim

INF3	Serviços	Ensino Médio	Massote-rapeuta	Sim	32	Conta Pessoal	1809	Casada	Sim
INF4	Serviços	Graduação	Serv. Limpeza e Organização	Sim	63	Conta Pessoal	-	Casada	Sim
INF5	Indústria artesanal e comércio	Pós Graduação	Artesã em pintura	Sim	40	Conta Pessoal	336	Solteira	Não
INF6	Indústria artesanal e comércio	Ensino Médio	Artesã em crochê	Não	56	Conta Comercial	703	Casada	Sim
INF7	Serviços	Graduação	Homeopata	Sim	27	Conta Pessoal	1635	Casada	Não
Grupo 2 – Empreendedoras Formais									
Código	Setor	Formação	Profissão	Migração de área?	Idade	Tipo de Perfil	Nº Seguidores	Estado Civil	Filhos
FOR1	Serviços	Pós Graduação	Advogada	Não	27	Conta Comercial	668	Solteira	Não
FOR2	Serviços	Pós Graduação	Fitoterapeuta	Não	54	Conta Comercial	653	Casada	Sim
FOR3	Industria e Comércio	Ensino Médio	Designer de moda fitness	Sim	53	Conta Comercial	2114	Solteira	Não
FOR4	Serviços	Graduação	Publicitária	Não	27	Conta Comercial	1259	União Estável	Não
FOR5	Serviços	Pós Graduação	Psicóloga	Sim	34	Conta Comercial	771	Casada	Sim
FOR6	Serviços	Pós Graduação	Psicóloga	Não	53	Conta Comercial	1502	Divorciada	Sim
FOR7	Serviços	Graduação	Educadora	Sim	57	Conta Comercial	931	Divorciada	Não

Figura 1: Dados das empreendedoras informais e formais entrevistadas

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Para a análise dos dados com base no método da Grounded Theory, as entrevistas foram transcritas e analisadas por meio da interpretação e da busca por padrões nos relatos, utilizando-se o método comparativo constante (Strauss & Corbin, 1990). A teoria fundamentada é um método sistemático que orienta a pesquisa moldando a coleta de dados, ao adotar estratégias analíticas nas quais a teoria é construída ao longo do processo investigativo, como produto simultâneo da coleta e da análise dos dados (Cepellos & Tonelli, 2020).

As análises foram conduzidas inicialmente com todas as entrevistas do Grupo das Formais, e, em seguida, com o Grupo das Informais. Para cada grupo, o processo

analítico envolveu três etapas. Na primeira etapa, denominada categorização de primeira ordem, os dados foram analisados em maior proximidade com as falas das participantes, adotando-se uma abordagem mais descritiva. Posteriormente, as categorias de primeira ordem foram examinadas quanto às diferenças e semelhanças, sendo agrupadas em categorias de segunda ordem, que conferiram um nível mais interpretativo e teórico à análise (Morse et al., 2021).

As categorias identificadas em um grupo foram então confrontadas com o segundo grupo, com o objetivo de identificar similaridades ou divergências. A partir da consolidação das categorias de primeira e segunda ordem, a pesquisadora passou a considerar conceitos teóricos, com o intuito de vinculá-los a teorias existentes ou de desenvolver proposições teóricas emergentes a partir dos dados. As análises e interpretações, ancoradas em referenciais teóricos pertinentes, proporcionaram o surgimento de percepções sobre fenômenos convergentes e divergentes entre os dois grupos de empreendedoras.

Os memorandos analíticos foram utilizados de forma contínua, especialmente durante as releituras das entrevistas e conforme novos entendimentos emergiam. Alguns insights surgiram ao longo da análise comparativa entre os grupos, sendo registrados e revistos nos memorandos em diferentes momentos e etapas do processo investigativo.

Na etapa de análise das categorias de terceira ordem, o objetivo foi desenvolver dimensões mais amplas, agregando as categorias de segunda ordem e resultando na construção de um modelo teórico integrador. A criação de categorias e subcategorias inter-relacionadas, conforme proposto pela *Grounded Theory*, busca respaldo em referenciais teóricos e culmina, ao final do processo, na elaboração de um modelo teórico coerente (Charmaz, 2009).

Ao longo da análise, emergiram variáveis relevantes, como o uso do Instagram, identificado como uma das principais estratégias de comunicação e vendas entre os dois grupos de empreendedoras. Tal evidência possibilitou o aproveitamento de dados secundários, os quais contribuíram para o enriquecimento das análises e dos achados da pesquisa. Para fins de organização dos fluxos e procedimentos analíticos, foi elaborado um fluxo de trabalho representado na Figura 2.

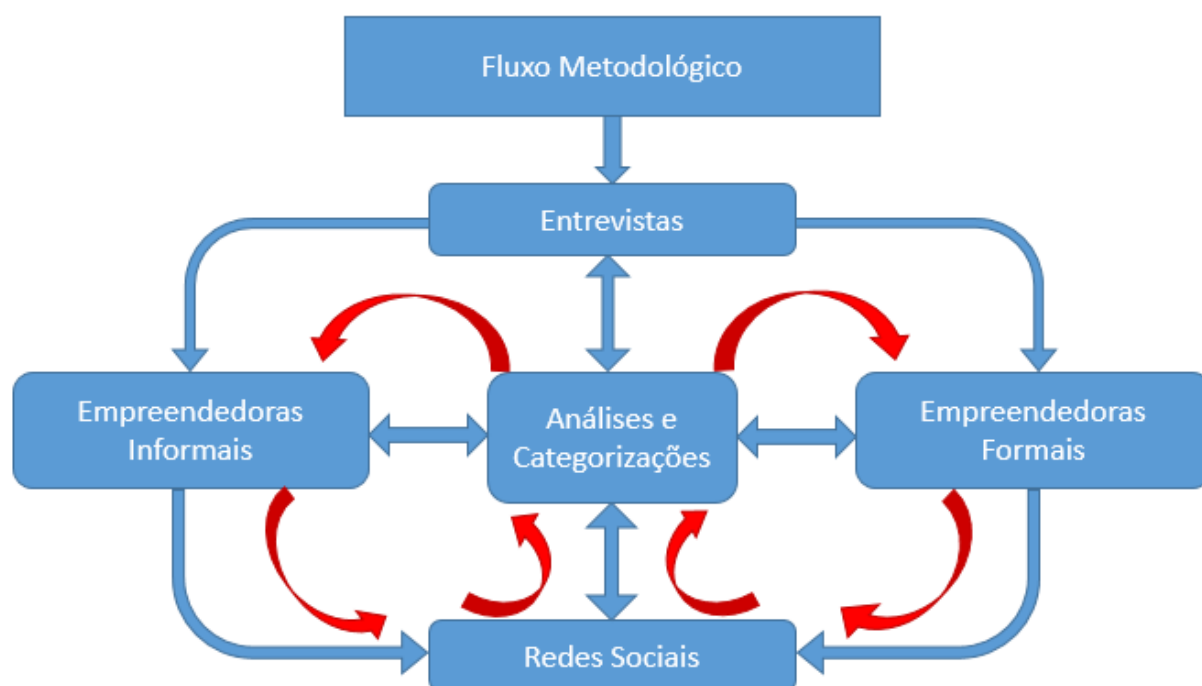


Figura 2: Fluxo metodológico
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O fluxo metodológico proposto para a condução da pesquisa, além de orientar o raciocínio analítico e a gestão estratégica dos dados, assiste o pesquisador no processo de análise e interpretação dos achados. Adicionalmente, tem por finalidade explicitar aos leitores como o processo de investigação foi concebido e operacionalizado. No topo da representação gráfica encontra-se o elemento “Fluxo Metodológico”, que indica o macroprocesso que norteia e sustenta toda a estrutura do estudo.

Na sequência, o nó “Entrevistas” estabelece a conexão entre esse macroprocesso e o campo empírico, representado pelas empreendedoras atuantes na informalidade e na formalidade. Observa-se, em seguida, a interação entre os três principais elementos geradores de dados: “Empreendedoras Informais”, “Empreendedoras Formais” e “Redes Sociais” (Instagram). Esses elementos convergem para o núcleo central do fluxo, denominado “Análises e Categorizações”.

O uso de setas bidirecionais indica a existência de um ciclo analítico que se retroalimenta, sugerindo que o processo de análise não é linear, mas dinâmico e iterativo, sendo permeado por revisões constantes. Tal dinâmica evidencia que os achados podem conduzir a novas perguntas ou direções teóricas, o que é característico das abordagens qualitativas, especialmente da *Grounded Theory*.

As setas vermelhas foram utilizadas com o propósito de representar o movimento de comparação e validação cruzada entre as fontes de dados: Empreendedoras Informais, Empreendedoras Formais e Instagram. Essa representação visual reforça a compreensão de que se trata de um processo de checagem mútua, que contribui significativamente para o enriquecimento da análise.

No centro do macroprocesso encontra-se o nó “Análises e Categorizações”, que tem por finalidade integrar as diferentes perspectivas oriundas das fontes primárias (entrevistas) e secundárias (redes sociais). Esse ponto central visa à identificação de convergências, padrões e divergências entre os dados, possibilitando a construção teórica progressiva. As setas de duplo sentido simbolizam a possibilidade de retorno contínuo aos dados brutos, à medida que novos insights teóricos emergem ao longo do processo investigativo.

Cabe esclarecer que o nó “Entrevistas” está vinculado a dois grupos distintos de participantes: mulheres empreendedoras na informalidade e na formalidade. Ainda

que esses grupos apresentem características específicas, também se complementam analiticamente ao possibilitar comparações sistemáticas entre suas experiências.

Por fim, destaca-se o papel do nó “Redes Sociais”, que igualmente se conecta ao núcleo “Análises e Categorizações”. Essa conexão se justifica pelo fato de que serão considerados dados específicos extraídos das contas das participantes no Instagram, como postagens, comentários e interações, os quais ampliam e aprofundam a compreensão dos contextos empreendedores analisados.

Com o objetivo de acessar o maior número possível de dados a respeito do fenômeno investigado — o empreendedorismo feminino na informalidade e na formalidade —, a coleta inicial concentrou-se em fontes distintas: o grupo de mulheres empreendedoras atuantes na informalidade e o grupo de mulheres empreendedoras atuantes na formalidade. As entrevistas com essas participantes constituíram a fonte primária de dados. Já a análise das respectivas contas no Instagram, pertencentes às mesmas empreendedoras, configurou-se como fonte secundária de dados.

A utilização combinada de múltiplas fontes de evidência enriquece o processo de coleta e análise, visto que cada fonte oferece uma perspectiva singular do objeto de estudo. As entrevistas possibilitam o acesso a intenções, crenças, sentimentos e experiências vividas pelas participantes. Por sua vez, a análise dos perfis no Instagram oferece uma perspectiva adicional, permitindo a observação de práticas comunicacionais e estratégias de divulgação, que podem convergir ou divergir das narrativas apresentadas nas entrevistas.

A adoção dessa abordagem integrativa contribui para o aumento da validade dos dados coletados e para a mitigação de possíveis vieses decorrentes da utilização de uma única fonte de informação. Dessa forma, promove-se maior robustez à análise dos achados empíricos. Os dados foram organizados e analisados em dois conjuntos

distintos: o primeiro, composto pelos dados oriundos das entrevistas; o segundo, pelos dados extraídos diretamente das contas de Instagram das participantes. Ambos os conjuntos foram examinados considerando as especificidades das empreendedoras atuantes na informalidade, em comparação àquelas inseridas no empreendedorismo formal.

4. ANÁLISE DOS DADOS

O uso das redes sociais online (RSOs) assumiu um papel central nas relações interpessoais, sendo empregado tanto em contextos pessoais quanto organizacionais. Por meio dessas plataformas, milhares de pessoas passaram a se comunicar, trocando informações sobre produtos e empresas. Como consequência, observa-se uma presença crescente de empresas nas redes sociais, por meio de perfis corporativos voltados à manutenção e criação de relações e interações com seus públicos, inclusive na realização de negócios (Brito et al., 2018).

Considerando que diversas estratégias de mercado são aplicadas nas redes sociais pelas empresas, sua utilização tem se intensificado, especialmente na realização de negócios e no engajamento com públicos-alvo específicos (Brito et al., 2018). Neste estudo, passou-se a considerar as RSOs utilizadas pelas empreendedoras entrevistadas, optando-se, ao final, pelo foco exclusivo na plataforma Instagram, em razão de sua predominância entre as participantes.

Inicialmente, solicitou-se a cada entrevistada que indicasse quais redes sociais utilizava. A maioria respondeu utilizar predominantemente o Instagram. Com base nessa informação, procedeu-se à identificação do perfil de cada empreendedora na plataforma, realizando-se, em seguida, a coleta dos dados necessários à análise.

A partir desses dados, foram conduzidas análises com o intuito de compreender o comportamento das empreendedoras em relação ao uso do Instagram, com especial atenção às diferenças e semelhanças entre os dois grupos (informal e formal). Tal abordagem permitiu a observação de estratégias de comunicação, frequência de postagens, tipos de interações e uso da rede social como ferramenta de negócios, contribuindo para uma compreensão mais abrangente das práticas empreendedoras no ambiente digital. Na Figura 3 são apresentados o tipo de conta utilizados pelas entrevistadas dessa pesquisa.

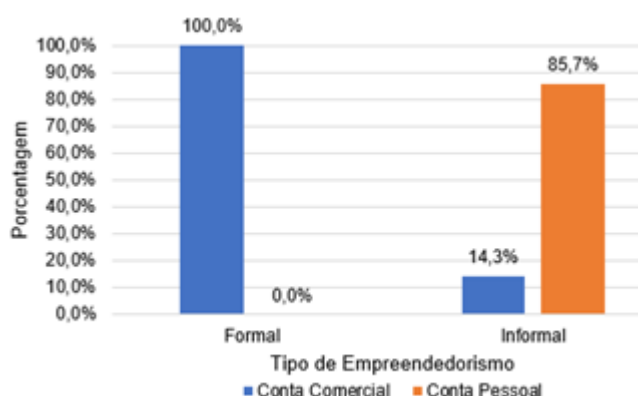


Figura 3: Perfil de uso do Instagram pelas empreendedoras

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Como primeira constatação decorrente da análise do comportamento empresarial das empreendedoras no uso do Instagram, observou-se que 85,7% das participantes do Grupo 1 (informalidade) utilizam contas pessoais para divulgar seus produtos e estimular suas vendas. Por outro lado, 100% das empreendedoras do Grupo 2 (formalidade) possuem uma conta comercial específica voltada à empresa.

Esse dado evidencia uma diferença significativa quanto ao posicionamento mercadológico e ao grau de profissionalização entre os dois grupos. No caso do Grupo 2, verifica-se uma postura empresarial mais estruturada e alinhada às práticas do

ambiente corporativo. Já no Grupo 1, a predominância do uso de contas pessoais demonstra que a maioria ainda não adota uma perspectiva claramente empresarial no uso da rede social, havendo uma mescla entre vida pessoal e profissional.

Tal comportamento pode, em parte, refletir o próprio caráter informal do negócio, o que possivelmente influencia a estratégia de comunicação adotada. É possível que a ausência de distinção entre os âmbitos pessoal e profissional nas redes sociais configure uma tentativa de aproximação com um público que não estabelece distinção explícita entre negócios formais e informais.

Ao se integrar essas observações às informações obtidas nas entrevistas, verifica-se aderência entre o comportamento identificado no Instagram e as categorias analíticas construídas a partir dos relatos das participantes. Como exemplo dessa correspondência, destaca-se a análise do uso de hashtags nas postagens.

Nesse aspecto, observa-se de forma mais explícita a diferença no posicionamento profissional entre os grupos, conforme detalhado na Figura 4.

FOR1	#ConsumoConsciente #Juridico #Advocacia #DireitosDoConsumidor #BlackFriday2024 #Promo #DireitoDoConsumidor #Segurança #FraudesBlackFriday
FOR2	#fitoterapia #cha #saude #medicinaintegrativa #terapia #saudeebemestar #autocuidado #bemestar #sa#nature #vidasaludable #agua#xarope #fitoterapicos #vidasaudavel #terra #health #organic #natureza #natural
FOR3	#nomedamarca#nomedamarcafitness #meninasquetreinam #treino #pilates #academia #fit #muscula #fitness #crossfit #yoga #corrida #prote #alongamento #caminhada #fitgirl #fitnesswear #poliamida #estampadigital #estampa
FOR4	#branding #logo #marca #socialmedia #identidadevisual #PraTodosVerem #branddesign #rebranding #marketing #redessociais #logofolio #logotypes #coletivomkt #designdemarca #logodesign #coletivomktebranding #publicidade #portf #idvisual
FOR5	#autocompaixao #Sa #DesenvolvimentoPessoal #autoconhecimento #ansiedade #Autocuidado #hipnoseericksoniana #Psicologia #psicologiapositiva #psicologia #ansiedadem #psicoterapiaonlineepresencial #psicoterapia #Luto #Reflex #Autoconhecimento #saudemental #CuraEmocional #Gratidao #ansiedades
FOR6	#mulherempreendedora #autocuidado #empreendedorismo #athenamulher #apiorsemanadasuavida #rins #cuidadocomosfiltrosdocorpo #saudefisicaemocional #gratidaomottapelaparceria#MulheresEmpoderadas #Alimenta #estilo #posicionamento #profissional #dicademoda #moda #consultoriademoda #consultoriadeestilo #Eleg #Estilo
FOR7	#vidasistematica #desenvolvimentohumano #autoconhecimento #seriemulheres #editoraleader #domeulugargeroabundancia #pessoadesucesso #eupossomudarminhavidasim #ambienteharmonico #neuroambiente #mentoriadecasais #vidadesucesso #mentoriasistematica #edi#movimentoliterario #pormaismulheresnaliteratura #seloeditorialseriemulheres #empreendedorismohumano #casaisqueprosperam #ambientesaudavel
INF6	#amigurumibrasil #amigurumi #artesanato #amigurumilove #feitoamao #amigurumis #amigurumipersonalizado #amigurumianimal #theoffice #amigurumicaracters #amigurumidoll #amigurumitoys #amigurumipets #artesanatocriativo #amiguruminatal #crochet #amigurumicachorro #dwightschrute #pambeesly #jimhalper

Figura 4: Dados do Instagram das entrevistadas

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Verifica-se, no uso dos *hashtags*, um posicionamento claro por parte das empreendedoras formais, com temáticas diretamente relacionadas aos seus respectivos nichos e áreas de atuação. Entre as participantes do Grupo 1 (informais), apenas a empreendedora INF6 possui um perfil empresarial no Instagram e adota *hashtags* condizentes com seu segmento de mercado, apresentando um comportamento semelhante ao observado no grupo das formais.

Cabe ressaltar que o comportamento de 85,7% das empreendedoras informais no uso das redes sociais não implica em maior ou menor grau de empreendedorismo.

Essa constatação evidencia, no entanto, a relevância do desenvolvimento de uma postura mais mercadológica e empresarial, o que envolve, inicialmente, a construção e o aprimoramento da identidade empreendedora e do papel de gestora. Nesse sentido, consultorias especializadas ou cursos de curta duração — muitos dos quais estão amplamente disponíveis em plataformas digitais, como o YouTube, de forma gratuita — podem contribuir significativamente para a qualificação dessas empreendedoras em diversos aspectos.

É comum a associação do empreendedorismo à coragem de iniciar um negócio ou de inovar. No entanto, seu significado é mais abrangente. Assumir riscos representa apenas uma faceta do fenômeno, que também se relaciona à identificação de oportunidades, exploração de novos nichos de mercado e implementação de ideias com potencial de aproveitamento estratégico. Para Peter Drucker, o empreendedorismo diz respeito a um comportamento — e não a uma característica inata —, configurando-se como uma forma singular de se relacionar com o trabalho, caracterizada por iniciativa, autonomia e criatividade (SEBRAE, 2016).

Dando continuidade à análise do comportamento das empreendedoras no Instagram, foram coletados dados relativos aos cinco posts mais curtidos, visualizados e comentados, conforme detalhado na Figura 5.

FOR1	76 curtidas, 12 comentários, 2224 visualizações	Vídeo com postagem sobre contratos
	42 curtidas, 9 comentários, 1384 visualizações	Vídeo com postagem sobre direito contratual
	3 curtidas	Post com foto da localização e horários de atendimento
	3 curtidas	Post com foto sobre recesso de final de ano
	3 curtidas	Post com foto contendo dicas sobre fraudes em divisão de bens
FOR2	120 curtidas, 5 comentários, 1714 visualizações	Vídeo falando sobre homeopatia.
	106 curtidas, 6 comentários, 1667 visualizações	Vídeo falando sobre a prescrição da homeopatia para os pacientes e sua eficiência quando bem-feita.
	73 curtidas, 1 comentário, 1681 visualizações	Vídeo mostrando preparo de chá indicado pela fitoterapeuta
	68 curtidas, 17 comentários, 1024 visualizações	Vídeo apresentando a nova integrante da clínica
	52 curtidas, 11 comentários	Post com foto contendo a história de Criação da clínica
FOR3	66 curtidas, 7 comentários	Post com foto anunciando roupas promocionais
	37 curtidas, 1 comentário	Post com foto anunciando novidades da loja
	20 curtidas, 1 comentário	Post com foto mostrando roupas da loja
	19 curtidas, 0 comentário	Post com foto mostrando roupas da loja
	17 curtidas, 2 comentários, 225 visualizações	Vídeo mostrando peças de roupa da loja
FOR4	411 curtidas	Post com foto divulgando seus serviços
	340 curtidas, 23 comentários	Post com foto divulgando o trabalho feito para um cliente
	189 curtidas, 45 comentários	Post com foto divulgando o trabalho feito para um cliente
	124 curtidas, 32 comentários	Post com foto comemorando os 4 anos de empresa
	107 curtidas, 15 comentários, 5236 visualizações	Vídeo de duas colaboradoras anunciando uma nova etapa da empresa com a nova identidade visual
FOR5	88 curtidas, 1731 visualizações	Repostagem de um vídeo falando sobre a ansiedade
	66 curtidas, 1383 visualizações	Repostagem de um vídeo falando sobre a cura de feridas pessoais
	45 curtidas, 32 comentários,	Post com foto comemorando o dia do psicólogo
	32 curtidas, 1029 visualizações	Repostagem de um vídeo falando sobre ansiedade
	28 curtidas, 1 comentário	Post com uma foto pessoal falando sobre autocuidado
FOR6	143 curtidas, 43 comentários, 1782 visualizações	Vídeo da profissional lendo um texto falando sobre gratidão
	82 curtidas, 18 comentários, 981 visualizações	Vídeo da profissional exercendo auto cuidando e falando sobre isso
	70 curtidas, 2 comentários	Vídeo e fotos sobre um evento realizado para mulheres
	63 curtidas, 4 comentários	Fotos pessoais de um domingo em família
	61 curtidas, 4 comentários, 1891 visualizações	Vídeo falando sobre cuidados com a saúde
FOR7	56 curtidas, 8 comentários, 1647 visualizações	Vídeo discursando no lançamento de um livro onde é autora
	56 curtidas, 12 comentários, 365 visualizações	Foto pessoal na noite de autógrafos de seu livro
	50 curtidas	Foto divulgando o lançamento de seu livro
	43 curtidas, 3 comentários	Foto divulgando o lançamento de seu livro
	36 curtidas, 5 comentários	Post contando sua história como professora
INF6	139 curtidas, 2 comentários, 4356 visualizações	Vídeo apresentando seu trabalho artesanal
	136 curtidas, 13 comentários, 3569 visualizações	Vídeo apresentando seu trabalho artesanal
	83 curtidas, 5 comentários, 1795 visualizações	Vídeo apresentando seu trabalho artesanal
	82 curtidas, 17 comentários, 3143 visualizações	Vídeo apresentando seu trabalho artesanal

	71 curtidas, 6 comentários, 2152 visualizações	Vídeo apresentando seu trabalho artesanal
--	---	---

Figura 5: Posts mais relevantes das empreendedoras no Instagram

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Ressalta-se que, ao se considerar o número de curtidas e visualizações, isso não implica, necessariamente, em um retorno direto e linear para a empresa, tampouco garante a conversão em ações efetivas por parte do lead (visitante ou cliente), caso este não seja devidamente qualificado pela empresa (Silva & Abegão, 2023). Com frequência, esses visitantes comportam-se como observadores de vitrine, que visualizam o conteúdo, mas não estabelecem qualquer vínculo com o negócio (Sfreddo et al., 2023).

No que se refere aos comentários, não foi realizada uma análise interpretativa das interações, limitando-se a abordagem ao quantitativo de comentários registrados. Foram considerados, para fins analíticos, os dois melhores resultados de cada empreendedora, em termos de interações dos leads (curtidas, visualizações e comentários). Os dados correspondentes encontram-se representados na Figura 6.

Código	Curtidas %	Visualizações	Comentários %
FOR1	3,27	3608	0,58
FOR2	6,68	3381	0,33
FOR3	45,78	225	3,56
FOR4	14,34	5236	0,44
FOR5	4,95	3114	0
FOR6	8,14	2763	2,21
FOR7	5,57	2012	0,99
INF1	3,47	7925	0,38

Figura 6: As duas melhores interações dos *leads*

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Ainda assim, não é possível assegurar que tais interações se revertam, de forma efetiva, em compras. Como ilustrado na Figura 6, (para efeito de cálculo, os

percentuais foram obtidos a partir da razão entre o número de “curtidas” ou “comentários” em relação ao total de “visualizações”), observa-se:

- a) Os três melhores resultados em número de curtidas: FOR3, FOR4 e FOR6;
- b) Os três melhores resultados em visualizações: INF1, FOR4 e FOR1;
- c) Os três melhores resultados em comentários: FOR3, FOR6 e FOR7.

Em um cenário hipotético no qual um determinado percentual das “curtidas” se convertesse em compras, a empreendedora FOR3, com 225 visualizações, apresentaria o melhor desempenho proporcional.

Sob o mesmo raciocínio, embora INF1 apresente o maior número absoluto de visualizações, a taxa de conversão estimada por curtidas seria de apenas 3,47%, ao passo que FOR3 alcança um percentual 13 vezes superior, com 45,78% de curtidas em relação ao total de visualizações. Se, por outro lado, considerássemos que os comentários fossem o principal indicador de conversão em compras, a empreendedora FOR5, embora apresente um volume elevado de visualizações (3.114), não registra nenhum comentário, resultando em 0% de engajamento nesse critério específico.

Ainda que tais análises tenham caráter exploratório e hipotético, cabe destacar que há algoritmos capazes de realizar cruzamentos mais sofisticados entre esses indicadores, inclusive na própria plataforma Instagram, quando se trata de mensurar conversões reais. Esses algoritmos consideram variáveis como o tempo de visualização, a interação qualitativa e a jornada do lead até a compra. Dessa forma, as mídias sociais têm transformado significativamente as relações entre consumidores e produtores/vendedores, ao fornecerem informações e conteúdo de alto valor

estratégico para as organizações, com base nas interações e comportamentos observáveis nas plataformas digitais (Nascimento & Silveira, 2017).

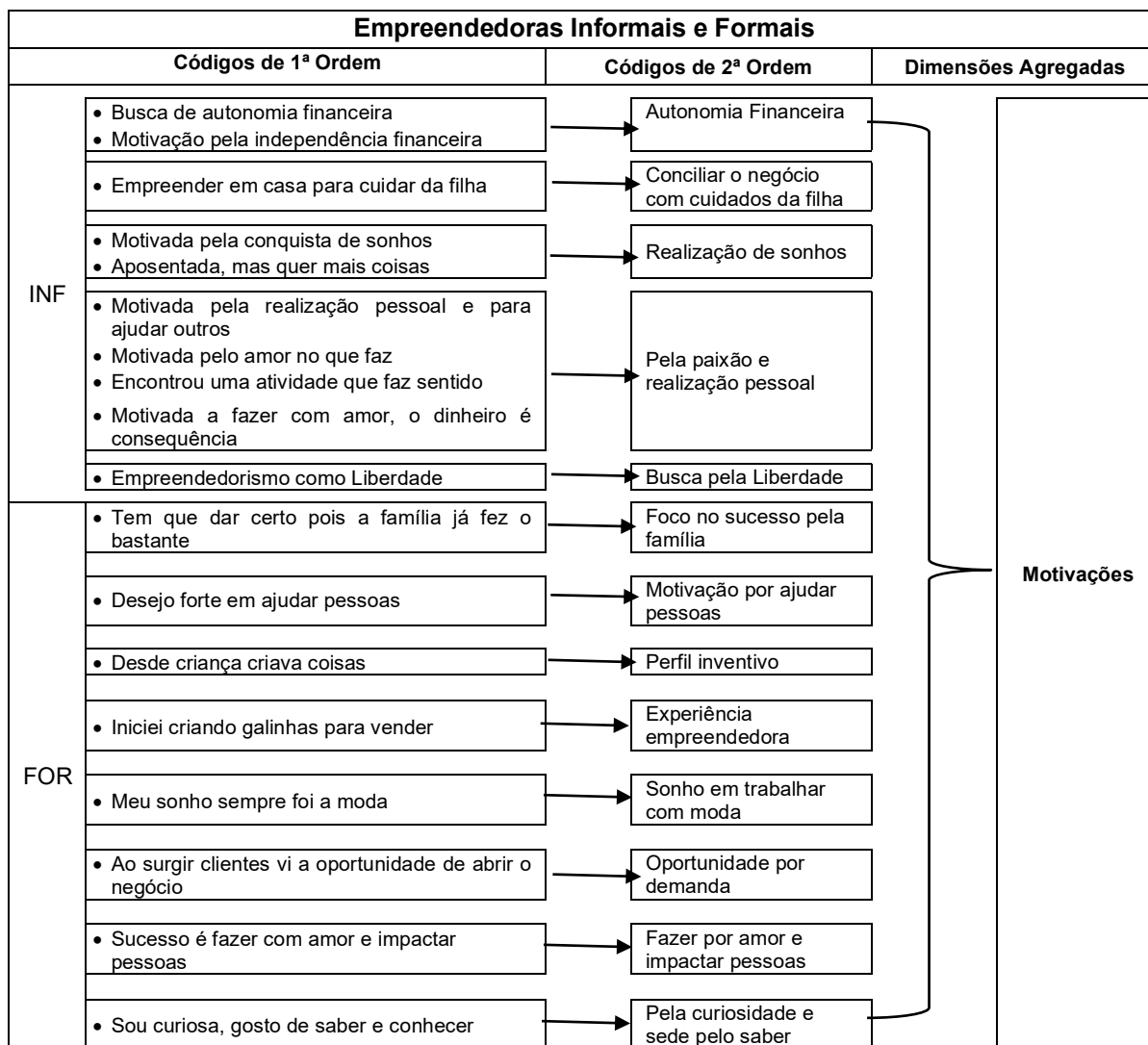
Para o desenvolvimento do estudo com base na Grounded Theory (Charmaz, 2009), adotou-se um processo de estruturação e análise de dados visando à descrição concisa e sistemática do fenômeno investigado, conforme a abordagem metodológica proposta por Gioia et al. (2012). O processo analítico foi conduzido em três fases. A primeira fase correspondeu à geração dos códigos de primeira ordem, a partir de um processo de leitura e releitura das entrevistas. Essa etapa envolveu a codificação aberta, com o objetivo de identificar dados recorrentes e conceitos relevantes. Tratou-se de uma abordagem descritiva, pautada na examinação, comparação, fragmentação e categorização dos dados (Strauss & Corbin, 1990; Charmaz, 2009).

Na segunda fase, foram elaborados os códigos de segunda ordem, com base nas categorias emergentes da primeira fase. A análise passou a considerar relações e comparações entre as categorias de primeira ordem, permitindo uma interpretação mais conceitual e teoricamente orientada. Por fim, na terceira fase, os códigos de terceira ordem foram construídos a partir da integração dos códigos anteriores, resultando nas dimensões agregadas. Essas dimensões proporcionam uma compreensão mais ampla e analítica do fenômeno estudado, consolidando os principais eixos teóricos emergentes da análise.

O uso de memorandos analíticos foi uma estratégia fundamental no processo investigativo, atuando como recurso para a organização de ideias, registros de insights e desenvolvimento de abstrações teóricas à medida que a análise avançava. Esse recurso mostrou-se especialmente útil para retomar interpretações em momentos posteriores, quando fragmentos de significado anteriormente identificados ganharam clareza. Além disso, o uso de memorandos é considerado uma prática

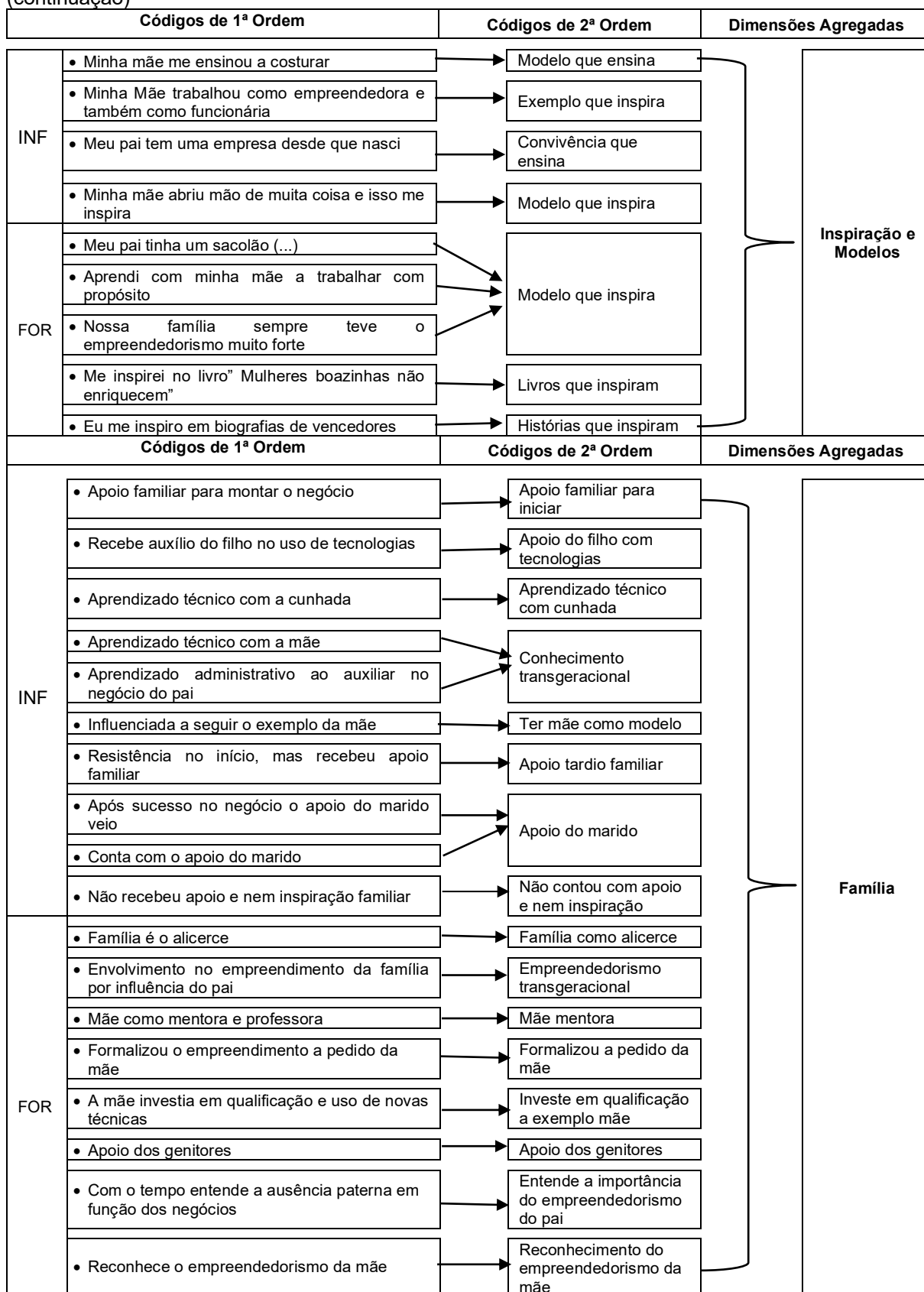
recomendada no desenvolvimento do modelo teórico emergente, conforme preconiza a abordagem da *Grounded Theory*.

Na Figura 7, apresenta-se a estrutura resultante das três fases de codificação.



(continua)

(continuação)



(continua)

(continuação)

Códigos de 1ª Ordem		Códigos de 2ª Ordem	Dimensões Agregadas		
INF	• Uso da rede da mãe para atrair clientes	Uso de rede familiar	Redes de Apoio		
	• Apoio do noivo empreendedor como mentor	Apoio do noivo como mentor			
	• Apoio estruturais do marido	Apoio estrutural do marido			
	• Participação de redes informais	Redes informais			
FOR	• Empresários ajudaram no início do negócio	Contou com a ajuda de empresários			
	• Criou uma rede de pessoas para auxiliar no negócio	Criou rede para auxiliar no negócio			
	• Conta com o auxílio de Mentores	Conta com mentores			
	• Pai empreendedor como mentor				
	• Rede de amigos e colegas da mesma área de atuação	Network com amigos, colegas e profissionais da mesma área			
	• Rede com colegas, inclusive da mesma turma				
	• Network com profissionais da área para troca de experiências				
	• Divide os trabalhos com mais duas mulheres, home office				
Códigos de 1ª Ordem		Códigos de 2ª Ordem	Dimensões Agregadas		
INF	• Incertezas e pressão psicológica devido a críticas familiares	Críticas de familiares destabilizadoras	Desafios		
	• Mercado local limitado a produtos artesanais	Mercado local limitado			
	• Negócio como complemento de renda	Negócio como complemento de renda			
	• Limitações no uso de redes sociais	Limitação no uso de tecnologias			
	• Sazonalidade afeta a renda	Sazonalidade			
	• Sobrecarga de atividades da casa e do negócio	Sobrecarga entre casa e os negócios			
	• Trabalho artesanal é lento	Dificuldade na produção artesanal em escala			
	• Trabalho manual é demorado				
	• Medo do insucesso e da frustração	Insegurança e cobrança interna			
	• Ansiedade com o pagamento de faturas	Ansiedade com pagamentos			
FOR	• Ex-Marido exigia que ficasse mais em casa	Interseccionalidade de gênero			
	• Ficou com as filhas e começou do zero				
	• O negócio engrenou, mas a pandemia interrompeu	Pandemia atrapalhou o negócio			
	• Trabalhei um mês para aprender e me adaptar	Trabalhou um mês para aprender e se adaptar			
	• Medo de não ter estabilidade financeira	Medo pela instabilidade financeira			
	• Iniciou várias graduações até se encontrar com o curso de psicologia	Tentou várias vezes e se identificou com a psicologia			
	• Dificuldade de precificar o próprio trabalho	Dificuldade para precificação			

(continua)

(continuação)

Códigos de 1ª Ordem		Códigos de 2ª Ordem	Dimensões Agregadas
INF	• Limitação para aulas online	Limitações ao uso de novas tecnologias	Tecnologias Sociais
	• Recebe auxílio do filho para uso de tecnologia		
	• Vendas esporádicas pelo <i>instagran</i>		
	• Limitação para uso de redes sociais		
	• Apoio do esposo para estruturar o negócio	Apoio para montar o negócio	
	• Uso frequente das tecnologias para pesquisas	Uso de tecnologias para pesquisas	
	• Adequação as novas tecnologias financeiras	Adequação a tecnologias e uso para vendas e finanças	
	• Usos das redes sociais para estimular as vendas		
	• Adequação as novas tecnologias financeiras		
FOR	• Grande familiaridade com o uso de redes sociais	Domínio no uso de redes sociais	
	• Uso de tecnologias para a gestão do negócio	Uso de tecnologias para a gestão	
	• Fácil adaptação ao home office	Adaptação ao home office	

Códigos de 1ª Ordem		Códigos de 2ª Ordem	Dimensões Agregadas
INF	• Uso de estratégias financeiras para evitar desistências	Estratégia de finanças	Estratégias e Gestão
	• Uso do pix para pagamentos	Uso de tecnologias financeiras	
	• Paga conforme recebe	Gestão simplificada	
	• Flexibilidade em entrada de dinheiro constante	Gestão do fluxo de caixa	
	• Renda gerada é para manter o negócio	Ponto de equilíbrio financeiro	
	• Formalização do negócio como oportunidade futura	Formalização como oportunidade futura	
	• Pretende formalizar o negócio		
	• Conhece a sazonalidade do mercado	Estratégias de Marketing	
	• Prioriza a satisfação do cliente antes do dinheiro		
	• Reconhece o uso limitado de redes sociais para as vendas		
	• Planeja com antecedência período de sazonalidade		
	• Planeja período de férias com antecedência		
	• Uso de redes sociais para divulgar seus produtos		
	• Boca a boca, como principal estratégia de divulgação		
	• Gestão da agenda de produção		
	• Preocupação com direitos autorais nas redes sociais e uso de marca d'água		
	• Uso da rede dos negócios da mãe		

(continua)

(continuação)

Códigos de 1ª Ordem		Códigos de 2ª Ordem	Dimensões Agregadas	
FOR	• Capital inicial de rescisão	Capital inicial próprio		Estratégias e Gestão
	• Capital inicial – Economia planejada			
	• Capital inicial próprio			
	• Empreendendo a renda é maior	Empreender superou expectativas financeiras		
	• Dificuldade para precificar os serviços	Dificuldade para precificar		
	• Uso de rede sociais e boca a boca para posicionamento	Uso de rede social e boca a boca		
	• Visão de expansão e maior abrangência de mercado	Visão e expansão de mercado		
	• Uso de estratégias de negociação e foco na qualidade	Uso de negociação e foco na qualidade		
	• A demanda crescente levou a formalização do negócio	Formalização devido aumento de demanda		
	• Networking como estratégia de colaboração e trocas de informações	Uso de networking		
	• Uso de estratégia para inovar e fidelizar clientes	Aprendizado transgeracional aplicado ao marketing		
	• Uso de estratégia para encantar e personalizar o serviço			

Códigos de 1ª Ordem		Códigos de 2ª Ordem	Dimensões Agregadas	
INF	• Criação de rotina para gerir atividades da vida pessoal e profissional	Criação de rotinas para gerir a vida pessoal e profissional		Identidade Empreendedora
	• Consegue conciliar o trabalho com as atividades da casa			
	• Criação de rotina para gerir atividades da casa e do trabalho artesanal			
	• Propósito que alia ao negócio a paixão	Propósito pela paixão		
	• Propósito de fazer o que ama			
	• Autorrealização pelo amor no que faz			
	• Propósito alinhado à realização dos sonhos	Propósitos alinhado aos sonhos		
	• Realização pessoal em ajudar os outros	Propósito voltado ao social		
	• Um caminho significativo	Identidade Empreendedora		
	• Procura de identidade			
FOR	• Rotina equilibrada entre trabalho e vida pessoal	Equilíbrio entre vida pessoal e profissional		
	• Divisão equilibrada das atividades domésticas entre o casal	Equilíbrio na divisão das atividades domésticas		
	• Equilíbrio entre flexibilidade e planejamento no trabalho	Equilíbrio entre flexibilidade e planejamento		

(continua)

(continuação)

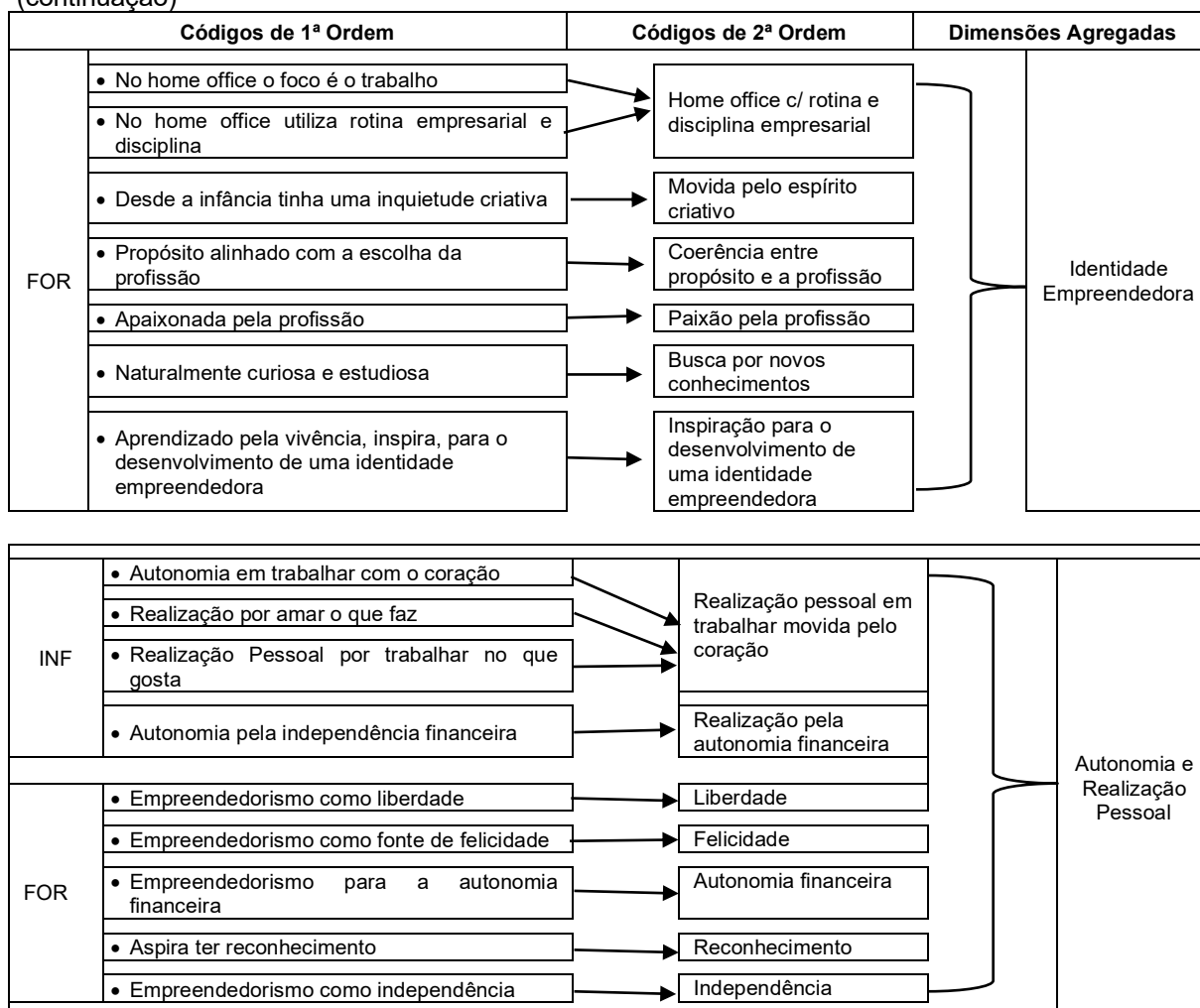


Figura 7: Codificação de mpreendedoras informais e formais

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na Figura 7, encontram-se organizados os códigos de primeira ordem, segunda ordem e as dimensões agregadas geradas a partir do processo de análise, conforme a abordagem da Grounded Theory. A estrutura foi elaborada de forma a considerar distintamente os dados provenientes do Grupo das Empreendedoras Informais e do Grupo das Empreendedoras Formais.

As dimensões agregadas identificadas são as seguintes: Inspiração e Modelos, Redes de Apoio, Família, Tecnologias Sociais, Motivações, Desafios, Estratégias de Gestão, Identidade Empreendedora (Informal x Formal) e Autonomia e Realização Pessoal.

Ultrapassada a etapa de coleta, a organização e análise dos dados assumiu papel central no desenvolvimento da pesquisa. Esta fase envolveu a identificação de temas e categorias emergentes a partir das entrevistas e das evidências observadas na rede social Instagram. A análise integrada de duas fontes de dados — entrevistas (fonte primária) e perfis digitais no Instagram (fonte secundária) — possibilitou o cruzamento e a triangulação das informações obtidas.

No que se refere ao Instagram, os dados foram extraídos diretamente dos perfis das empreendedoras e analisados de forma comparativa com as categorias geradas a partir das entrevistas. Essa triangulação de dados contribuiu para o enriquecimento interpretativo e a validação cruzada dos achados empíricos. O modelo teórico emergente foi construído com base nas análises articuladas das duas fontes de dados, resultando em uma representação analítica que expressa a trajetória individual e, muitas vezes, solitária, de cada mulher em direção ao empreendedorismo.

Essa imagem apresenta as dimensões agregadas que deram origem ao modelo teórico proposto, a saber: Inspiração e Modelos, Redes de Apoio, Família, Tecnologias Sociais, Motivações, Desafios, Estratégias de Gestão, Identidade Empreendedora – Formal ou Informal e Autonomia e Realização Pessoal. Portanto, na Figura 8, identifica-se o modelo analítico intitulado “Caminho para o Protagonismo Empreendedor Feminino”, construído com base na integração das evidências empíricas e nas categorias teóricas emergentes da pesquisa.

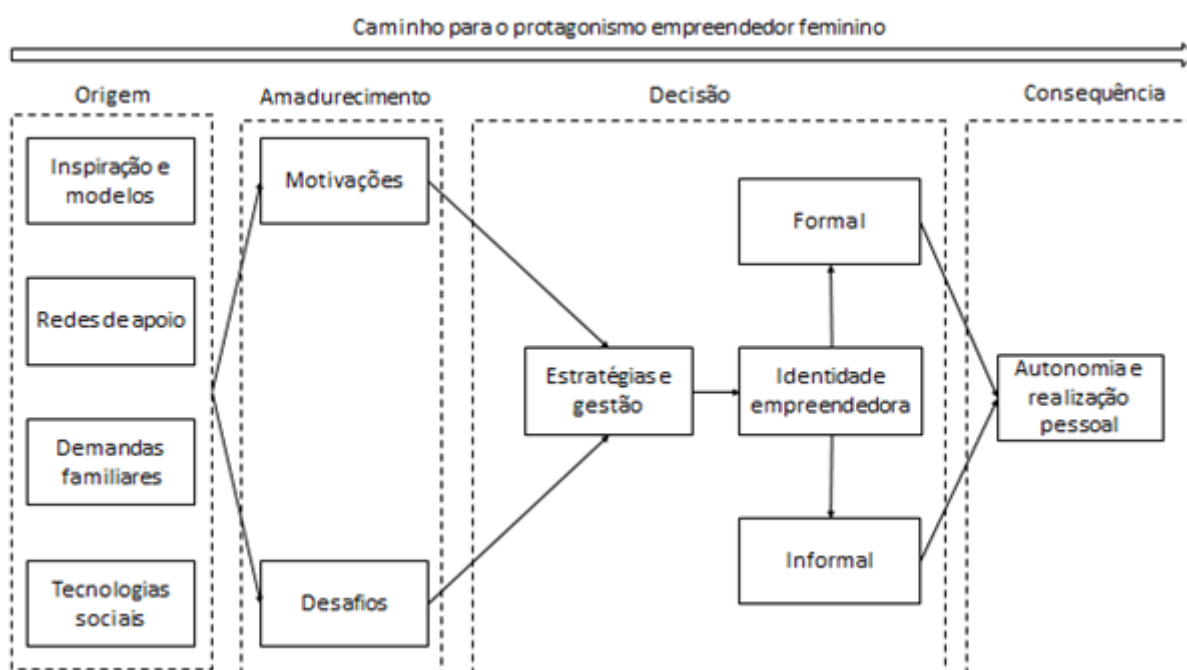


Figura 8: Modelo teórico - Caminho para o protagonismo empreendedor feminino
 Fonte: Elaborado pela autora (2025).

4.1 RELAÇÕES E INTEGRAÇÃO TEÓRICA

A partir da categorização e organização dos dados, emergiu o modelo teórico construído com base nas interpretações analíticas e insights extraídos do material empírico. Observou-se a existência de múltiplas similaridades entre os dois grupos de empreendedoras, ainda que diferenças importantes tenham sido identificadas, sobretudo em relação ao comportamento e à tomada de decisão, influenciados por motivações pessoais e trajetórias singulares.

Um exemplo emblemático refere-se a uma empreendedora que, após sua aposentadoria e durante o período da pandemia, descobriu uma paixão genuína pelo artesanato em crochê, especialmente na produção de amigurumis. Essa atividade, surgida do chamado “ócio criativo”, proporcionou-lhe realização pessoal e uma nova fonte espontânea de renda. Atualmente, ela não tem intenção de formalizar seu

negócio, pois não trabalha em escala e entende que a atividade, tal como está, atende plenamente às suas expectativas pessoais e de autorrealização.

Outro exemplo diz respeito a uma empreendedora informal que, ao praticar atividades artesanais como forma de terapia, encontrou uma experiência profundamente significativa. Esse reencontro com o fazer manual levou-a a interromper uma carreira profissional bem-sucedida para se dedicar integralmente à pintura artesanal de mandalas. Embora ainda esteja se adaptando à nova realidade e em processo de desenvolvimento da própria identidade empreendedora, tem clareza de que pretende formalizar sua atividade futuramente, à medida que se estrutura e adquire maior segurança.

No Grupo das Formais, algumas empreendedoras também relataram experiências anteriores na informalidade. Um exemplo disso é o caso de uma participante que iniciou sua trajetória empreendedora criando frangos para comercialização em sua cidade — uma prática, à época, não regulamentada. Esse relato demonstra que, para muitas mulheres, a informalidade foi uma etapa inicial e estratégica, e não necessariamente permanente.

Considerando os relatos obtidos nos dois grupos, constata-se que o empreendedorismo formal e informal, em determinados contextos, configura-se como uma escolha estratégica adotada pelas mulheres empreendedoras. O empreendedorismo feminino, nesse sentido, emerge e se desenvolve em um contexto multifacetado, moldando-se diante de adversidades, subjetividades, racionalidades, necessidades e oportunidades. Assim, não se trata de um percurso linear, tampouco exclusivamente racional ou predefinido, mas de uma construção dinâmica e contingente, que reflete tanto os condicionantes sociais quanto as decisões individuais em momentos específicos da trajetória de vida.

4.1.1 Inspiração e modelos

O ser humano constrói sua identidade e se apropria de sua humanidade à medida que se desenvolve, processo que ocorre, sobretudo, por meio da convivência e observação desde a primeira infância. Ao se relacionar com outras pessoas — em geral, familiares e indivíduos do círculo próximo —, aprende comportamentos, valores e formas de comunicação, os quais são gradativamente assimilados.

No caso do empreendedorismo, enquanto comportamento socialmente construído, esse processo não é diferente. Diversos relatos evidenciam que muitas empreendedoras, ao conviverem com gerações anteriores — como avós ou genitores —, foram influenciadas pelas experiências dessas figuras de referência e optaram por seguir o caminho do empreendedorismo como carreira. Na Figura 9 são apontadas algumas falas que corroboram esse viés.

Inspiração e Modelos	“Minha mãe me ensinou a costurar.” (INF2)
	“Minha mãe trabalhou como empreendedora e também como funcionária.” (INF3)
	“Meu pai tem uma empresa desde que nasci.” (INF5)
	“Minha mãe abriu mão de muita coisa, e isso me inspira.” (INF7)
	“Meu pai era empreendedor, tinha um sacolão,” (FOR4)
	“Me inspirei no livro ‘Mulheres Boazinhas não Enriquecem’.” (FOR2)
	“Eu me inspiro em biografias de vencedores.” (FOR2)
	“Aprendi com ela [mãe] a encantar clientes e a inovar constantemente.” (FOR5)

Figura 9: Inspiração e Modelos

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na Figura 9, observa-se, com base nos relatos, a relevância do convívio próximo com genitores empreendedores como elemento central de inspiração e aprendizagem. Destacam-se os relatos de INF2, INF3, INF7 e FOR5, que apontam a mãe como figura de referência na trajetória empreendedora. Já INF5 e FOR4 mencionam o pai como principal fonte de inspiração e modelo comportamental (Corrêa et al., 2024; Cardella et al., 2020; Bosma et al., 2011).

O relato da empreendedora INF3 ilustra essa influência intergeracional, ao destacar a trajetória da mãe, que passou de funcionária a empreendedora. A participante relata: “(...), mas aí eu achei melhor ter o negócio em casa, separado da casa, lembrei da minha mãe que tinha o negócio dela em casa e deu certo, e o meu tá dando certo até hoje.” (INF3)

Também merece destaque o caso da empreendedora FOR2, cuja origem não está associada a uma família de empreendedores. Sua motivação e inspiração, segundo seu relato, surgiram por outras vias, especialmente pela leitura de livros e biografias de pessoas bem-sucedidas, o que evidencia a possibilidade de outros caminhos formativos para o despertar do comportamento empreendedor (Corrêa et al., 2022; Cardella et al., 2020; Bosma et al., 2011).

Entre as sete empreendedoras do Grupo 1 (informais), quatro afirmaram ter, ao menos, um de seus genitores atuando como empreendedor, tendo convivido e auxiliado, em algum momento da vida, nas atividades relacionadas aos negócios da família. No Grupo 2 (formais), cinco participantes relataram a mesma experiência, ou seja, são filhas de pai ou mãe empreendedora e, em alguma fase da vida, colaboraram nas atividades da empresa familiar.

Tais informações sugerem a importância da convivência direta com empreendedores como fator potencializador no desenvolvimento e aperfeiçoamento do perfil comportamental empreendedor, especialmente quando há interesse pessoal nesse direcionamento. A vivência no ambiente de negócios, acompanhando a atuação de um empreendedor próximo, proporciona inúmeras oportunidades de aprendizado prático e simbólico (Jaskiewicz et al., 2015).

4.1.2 Redes de apoio

Para o início de um negócio ou mesmo para o amadurecimento de uma ideia empreendedora, as redes de apoio configuram-se como estratégias fundamentais. As participantes relataram, em suas falas, diversas experiências relacionadas ao apoio recebido por meio de redes formais e informais, evidenciando como esses vínculos contribuem tanto no aspecto prático quanto no simbólico do empreendedorismo.

Um exemplo é o relato da empreendedora INF2, que declarou: “Montei minha salinha dentro do negócio do meu marido.” Além disso, menciona o auxílio recebido no campo tecnológico: “Meu filho me ajuda com tecnologia.” Embora tenha afirmado que o marido provê o sustento principal da casa, destaca seu desejo por autonomia financeira: “Meu marido me sustenta, mas gosto de ter o meu dinheiro.”

Os relatos demonstram que o uso de redes de apoio pelas empreendedoras vai além do suporte emocional, configurando-se como uma estratégia deliberada para alcançar objetivos específicos, tais como:

- Conquista de autonomia financeira (INF2);
- Atração de clientes (INF7);
- Constituição de sociedade por afinidade de objetivos (FOR1);
- Troca de experiências com outras empreendedoras (FOR4 e FOR7);
- Apoio na produção e logística dos produtos (FOR3);
- Mentoria familiar (mãe) e parceria estratégica com o noivo, que contribui com clareza na visão de negócio (INF7).

Essas evidências reforçam o entendimento de que as redes de apoio exercem um papel articulador entre o ambiente pessoal e o contexto empreendedor, funcionando como instrumentos de viabilização, manutenção e expansão das

atividades empresariais. Na Figura 10 são apresentados alguns trechos que embasam esses tópicos.

Redes de Apoio	“Montei minha salinha dentro do negócio do meu marido.” (INF2) “Meu filho me ajuda com tecnologia.” (INF2) “Meu marido me sustenta, mas gosto de ter o meu dinheiro.” (INF2) “Não tive inspiração e nem apoio familiar.” (INF3) “O marido não apoiava no começo, mas só depois que viu que dava certo.” (INF3) “Meu marido só ajuda quando eu peço.” (INF3) “Eu aprendi muita coisa sozinha, sem apoio de ninguém.” (INF3) “Minha família teve resistência, mas depois me apoiou.” (INF5) “Meu esposo apoia, mas gosto de ficar sozinha para criar.” (INF5) “Ajudo iniciantes e participo de grupos no whatsapp.” (INF6) “Vou usar a rede dela [negócio da mãe] pra conseguir atrair clientes pra mim.” (INF7) “Minha mãe é minha mentora, mas quero independência.” (INF7) “Meu noivo me ajuda a ver o caminho.” (INF7)
	“Escolhi uma sócia porque compartilhávamos objetivos similares.” (FOR1) “As pessoas que eu atendia construíram um consultório para mim.” (FOR2) “Tenho um grupo de amigas publicitárias no whatsapp para troca de experiências.” (FOR4) “Trabalho em casa, minha mãe me ajuda e tenho uma rede de apoio.” (FOR3) “Minha rede de apoio é fundamental, sem minha mãe, minha costureira e meu motoboy, não daria conta.” (FOR3) “Conversei com uma amiga e começamos a trabalhar juntas.” (FOR4) “Hoje trabalhamos em três mulheres, cada uma na sua casa.” (FOR4) “Dei sorte de meu marido ser um bom administrador e me conduzir nesse processo.” (FOR5) “Tive poio de colegas e do meu marido, que é administrador.” (FOR5) “Eu tive apoio do meu primeiro marido, nas negociações e tal, mas o apoio dele foi (...) nesse sentido.” (For6) “E aí eu acabei conhecendo pessoas que são empreendedoras e entrei nesses grupos de empreendedoras.” (FOR7)

Figura 10: Redes de apoio

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

As redes online podem ser criadas para atender a diversos objetivos e envolver distintas pessoas e profissionais. Podem assumir formatos mais informais e sociais ou, ainda, mais técnicos e empresariais. A rede pode ser composta por pessoas do círculo familiar, a exemplo da INF2, que recebeu apoio estrutural do esposo. Desse mesmo círculo pode advir um importante suporte emocional, como relatado por INF5. Há, também, casos em que a empreendedora faz uso de uma rede já consolidada,

como aquela formada pelo negócio da mãe, em benefício do próprio empreendimento, conforme relato de INF7.

Somente quem pode contar com a força de uma rede reconhece verdadeiramente seu valor, como no relato da FOR2, em que os próprios clientes montaram um consultório para que a empreendedora pudesse iniciar seu negócio. As redes também podem ser utilizadas para trocas de conhecimento, conforme demonstram os relatos de INF6, FOR4 e FOR7. A primeira ensina iniciantes na arte do crochê e participa de grupos no WhatsApp, enquanto as outras duas integram grupos com perfil mais empresarial, compostos por profissionais da mesma área, com o objetivo de compartilhar experiências.

Por outro lado, destaca-se o relato da empreendedora em situação de informalidade, INF3, que percorreu um caminho solitário, resiliente e persistente, conforme evidenciam as declarações: “Não tive inspiração e nem apoio familiar”; “O marido não apoiava no começo, mas só depois que viu que dava certo”; “Meu marido só ajuda quando eu peço”; e “Eu aprendi muita coisa sozinha, sem apoio de ninguém”. Esse caso evidencia que o empreendedorismo constitui um comportamento que pode seguir trajetórias singulares, marcadas por uma multiplicidade de experiências, dentre as quais se destacam a ausência de apoio ou a dificuldade de acessá-lo nas fases iniciais dos negócios.

Muitas oportunidades podem surgir a partir de uma rede de apoio. Faz parte do comportamento empreendedor o uso e a articulação estratégica dessas redes, sobretudo com o advento das novas tecnologias, que tornaram tal prática uma ferramenta poderosa para o fortalecimento e a longevidade dos empreendimentos. Além disso, possibilitam o acesso facilitado a bons fornecedores e a união de forças para conquistar mercados maiores e mais competitivos, entre outros benefícios. Por

tratar-se de uma estratégia, seu uso é ilimitado e altamente adaptável, como demonstram os relatos das empreendedoras de ambos os grupos.

4.1.3 Família

As relações familiares, por vezes, são permeadas por interferências positivas ou críticas no que tange à trajetória empreendedora de mulheres, destacando-se formas de apoio, inspiração, conflito e resistência intergeracional que emergem de suas narrativas. A família aparece como fonte de aprendizagem empreendedora, experiência apontada pelas empreendedoras de ambos os grupos, FOR e INF. Ao conviverem com seus familiares, adquiriram aprendizados diversos:

- “Minha mãe me ensinou a costurar” (INF2);
- “Convivi e ajudava minha mãe no negócio dela” (INF3);
- “Comecei ajudando minha irmã e depois fui chamada por outras pessoas” (INF4); “Eu ajudava administrativamente no negócio do meu pai” (INF5);
- “Desde pequena, meu pai me levava na empresa (...)” (FOR1);
- “Meus pais tinham o próprio negócio” (FOR3);
- “Minha mãe sugeriu que eu voltasse para a moda fitness e eu comecei a estruturar o negócio” (FOR3);
- “Aprendi com ela [mãe] a encantar clientes e inovar” (FOR5).

O apoio e a ambivalência nas relações familiares são relatados por ambos os grupos, sendo que o grupo INF apresenta mais registros de conflitos e ausência de apoio emocional:

- “Minha mãe projetava rejeição em mim” (INF1);

- “Não tive inspiração e nem apoio familiar” (INF3);
- “Minha família teve resistência, mas depois apoiou” (INF5);
- “Meus pais sempre incentivaram a ter um emprego seguro, mas nunca a empreender” (FOR4).
- Por outro lado, também há relatos de apoio propositivo por parte dos familiares:
- “Meu noivo me ajuda a ver o caminho” (INF7);
- “Trabalho em casa, minha mãe me ajuda e tenho uma rede de apoio” (FOR3);
- “Família, para mim, é o alicerce, é o pilar” (FOR2);
- “O capital inicial veio da família” (FOR1);
- “Minha irmã tem uma academia e sou fornecedora dela” (FOR3);
- “Meu namorado trabalha de casa e eu pago para ele me levar nas reuniões com clientes” (FOR4).

Tais ambivalências nas relações familiares demonstram que estas tanto podem atuar como fatores propulsores quanto limitadores na consolidação de um empreendimento ou de uma trajetória de carreira. Evidencia-se, assim, o papel multifacetado exercido pelo círculo familiar na trajetória empreendedora de mulheres, funcionando, por vezes, como espaço de conflito, resistência, aprendizado, inspiração e suporte.

A interseccionalidade entre gênero e papéis sociais manifesta-se nas falas das mulheres empreendedoras, revelando como o papel tradicional da mulher ainda permeia e impacta decisões empreendedoras:

- “Meu marido me sustenta, mas gosto de ter o meu dinheiro” (INF2);
- “Fiz a carteira de motorista, mas não me deixam dirigir” (INF2);
- “O marido não apoiava no começo, mas só depois que viu que dava certo” (INF3);
- “Meu ex-marido me exigia que eu ficasse mais em casa, e eu não aceitei” (FOR2).

Tais relatos evidenciam que o empreendedorismo feminino ainda gera tensões diante das expectativas de submissão ou dependência, colocando a mulher em uma posição dicotômica entre o desejo de autonomia e as estruturas familiares conservadoras.

As mães aparecem como inspiração e modelo de esforço, coragem e criatividade para ambos os grupos, INF e FOR, sendo frequentemente apontadas como mentoras e exemplos: “Minha mãe é minha mentora, mas quero independência” (INF7); “Minha mãe abriu mão de muita coisa, isso me inspira”; “Minha mãe é minha mentora, me corrige e ensina até hoje” (FOR3); “Aprendi com minha mãe a trabalhar com propósito” (FOR4). Tal reconhecimento fortalece o legado afetivo, que, por vezes, pode representar o impulso inicial para o empreendedorismo.

4.1.4 Tecnologias sociais

Partindo dos relatos, é possível analisar o uso das tecnologias sociais, redes sociais online e demais recursos tecnológicos pelas empreendedoras atuantes nos contextos informal (INF) e formal (FOR). Isso pode ser verificado na Figura 11 a seguir.

Tecnologias Sociais	“No <i>instagram</i> , vendo uma peça ou outra”. (INF2) “Não sei dar aula online, só presencial.” (INF2) “Meu filho me ajuda com tecnologia.” (INF2) “Se eu postasse mais, talvez vendesse mais.” (INF2) “Redes sociais ajudam, mas não são meu forte.” (INF3) “Faço muita pesquisa online para melhorar meu serviço.” (INF3) “Divulgo meus produtos no <i>instagram</i> , facebook, tik tok e kawai.” (INF5) “Ajudo inciantes e participo de grupos no whatsapp.” (INF6) “Uso <i>instagram</i> para divulgar meus produtos.” (INF6)
	“Rede social e boca a boca para posicionamento no mercado.” (FOR1) “Durante a pandemia, vendi produtos por live e adaptei o modelo de vendas.” (FOR3) “Provavelmente porque eu ficava muito no computador, mexendo no twitter, no orkut e redes sociais.” (FOR4) “Tenho um grupo de amigas publicitárias no <i>whatsapp</i> para troca de experiências.” (FOR4) “Me adaptei facilmente ao <i>home office</i> .” (FOR4) “Iniciei atendimentos online e gradualmente abri meu próprio espaço.” (FOR5)

Figura 11: Tecnologias Sociais

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Dentre as tecnologias disponíveis, o uso das redes sociais como ferramenta estratégica de vendas evidencia, entre os grupos INF e FOR, que essas plataformas são utilizadas para divulgar produtos e estabelecer contato com clientes, ainda que com níveis distintos de intensidade e profissionalização. No grupo INF, esse uso é mais esporádico, conforme indicam os relatos: “No Instagram, vendo uma peça ou outra” (INF2); “Se eu postasse mais, talvez vendesse mais” (INF2); “Uso Instagram para divulgar meus produtos” (INF6); “Divulgo meus produtos no Instagram, Facebook, TikTok e Kwai” (INF5).

Por sua vez, o grupo FOR apresenta um uso mais estratégico das redes sociais, conforme demonstram suas falas: “Rede social e boca a boca para posicionamento no mercado” (FOR1); “Durante a pandemia, vendi produtos online e adaptei o modelo de vendas” (FOR3); “Iniciei atendimentos online e gradualmente abri meu próprio espaço” (FOR5). Observa-se, portanto, uma distinção quanto ao uso das tecnologias: enquanto, no grupo INF, esse uso assume um caráter auxiliar e não sistematizado, no grupo FOR, as redes sociais são mobilizadas com intencionalidade estratégica,

visando ao posicionamento mercadológico, ao estímulo às vendas e à prospecção de oportunidades para expansão do negócio.

Durante as entrevistas, também foram identificadas barreiras técnicas e geracionais relacionadas ao uso das tecnologias digitais, como ilustram os relatos: “Não sei dar aula online, só presencial” (INF2); “Redes sociais ajudam, mas não são meu forte” (INF3). Na fala de INF2, observa-se tentativa de superação dessas dificuldades com apoio familiar: “Meu filho me ajuda com tecnologia” (INF2). Já no grupo FOR, nota-se maior desenvoltura, adaptação e familiaridade com os recursos digitais, sobretudo em contextos desafiadores, como o período pandêmico: “Me adaptei facilmente ao home office” (FOR4); “Provavelmente porque eu ficava muito no computador, mexendo no Twitter, no Orkut e redes sociais” (FOR4). Tais evidências sugerem que a exposição prévia às tecnologias digitais influencia diretamente a forma como essas ferramentas são incorporadas ao cotidiano empreendedor, tanto em situações de necessidade quanto de oportunidade.

As redes sociais também se constituem como espaços de aprendizado e colaboração, conforme apontam experiências relatadas por ambos os grupos: “Faço muita pesquisa online para melhorar meu serviço” (INF3); “Ajudo iniciantes e participo de grupos no WhatsApp” (INF6); “Tenho um grupo de amigas publicitárias no WhatsApp para troca de experiências” (FOR4). Tais práticas demonstram que, mesmo diante de limitações, há uma busca ativa por qualificação e aprimoramento por meio da colaboração digital, o que impacta positivamente o fortalecimento e a sustentabilidade dos empreendimentos.

Nos relatos de FOR5 – “Iniciei atendimentos online e gradativamente abri meu próprio espaço” – e de FOR3 – “Durante a pandemia, vendi produtos online e adaptei o modelo de vendas” –, observa-se o uso de estratégias com clareza de objetivos. No

primeiro caso, a estratégia foi orientada à maturação da ideia e à futura consolidação física do negócio; no segundo, trata-se de uma resposta adaptativa a um fator externo que ameaçava a continuidade da atividade empreendedora.

4.1.5 Motivações

Ao ouvir diretamente essas mulheres acerca de suas experiências, é possível analisar suas motivações subjetivas e afetivas, que as impulsionam ao empreendedorismo feminino nos grupos INF e FOR. As falas abordam temas como propósito pessoal, busca por independência, liberdade e bem-estar. Emerge, assim, a dimensão emocional atribuída ao trabalho, revelando que o empreendedorismo feminino frequentemente transcende os paradigmas tradicionais, como a lógica do lucro ou a formalidade jurídica do negócio.

Constata-se, no comportamento dessas mulheres, a quebra da lógica vigente de uma idade “ideal” para empreender, manifestando-se na busca contínua por autoconhecimento, propósito de vida e bem viver. Essa motivação subjetiva é exemplificada pela trajetória da FOR7, professora aposentada com mais de 50 anos, que, por meio de um processo de autorreflexão e autoconhecimento, passou por um período de autodescoberta, no qual confrontou aspectos de sua identidade até então pouco explorados. Em suas palavras:

- “Então eu pensei: caramba! Tá bom, eu tenho esse conhecimento. Fazer o quê?”;
- “Eu queria ir, mas não sabia para onde ir”;
- “O que eu resolvo? Essa pergunta me incomodou muito tempo (...)”;
- “Então, é que eu acabei entendendo o que eu resolvia”;

- “Hoje, eu entendo que pode ser a empreendedora que tem um negócio, pode ser uma mãe, pode ser uma professora (...);
- “Eu sou naturalmente curiosa, gosto de saber, gosto de conhecer (...);
- “Eu fui juntar os conhecimentos da psicologia (...);
- “Tá, mas, pera aí, essa guria?”;
- “Agora, eu sei quem está dentro de mim (...)” (FOR7).

Nessa busca, ela encontrou a mulher empreendedora que habitava em si, anteriormente invisibilizada por crenças internalizadas: “Eu não me via empreendendo porque achava que muitos professores (...) que professor não é empreender”; “(...) o empreender estava camuflado dentro de mim”. Em 2020, fundou sua empresa, “XXX”, voltada para a área de desenvolvimento humano.

Na Figura 12 estão elencadas algumas falas da entrevista que corroboram como esse tema.

Motivações	“Eu sempre fui intuita pelo coração.” (INF1) “Era dom e talento do ser mesmo.” (INF1) “Eu escolhi trabalhar com o coração, sem me preocupar com validação externa.” (INF1) “Comecei a dar aulas por convite.” (INF2) “Eu não gosto de rotina, sempre preciso de algo novo.” (INF2) “O artesanato é uma terapia para mim.” (INF2) “A independência financeira foi o que me motivou.” (INF3) “Eu queria um negócio em casa para poder cuidar da minha filha.” (INF3) “O que me move é o amor pelo que faço.” (INF3) “Eu me aposentei, mas queria mais coisas.” (INF4) “Trabalho para ajudar outras pessoas e me realizar.” (INF4) “Comecei a pintar mandalas como terapia.” (INF5) “(…) tinha um cargo registrado, mas pedi demissão para empreender.” (INF5) “Ainda estou na informalidade, mas quero formalizar (…).” (INF5) “É uma terapia e faz bem.” (INF6) “Comecei na pandemia e me identifiquei.” (INF6) “Minha mãe é minha mentora, mas quero independência.” (INF7) “Espero construir a mesma mentalidade que ela [a mãe] tem.” (INF7)
	“Tenho que fazer dar certo por conta que minha família já fez bastante por mim.” (FOR1) “(…) ser reconhecida pela competência e pelo impacto positivo.” (FOR1) “Na verdade, ele [o negócio] começou de uma necessidade.” (FOR2) “Eu comecei a entrar na área de saúde quando minha filha começou a ficar doente.” (FOR2) “Eu queria entender porque as pessoas adoecem.” (FOR2) “O trabalho é trazer as pessoas de volta ao seu centro.” (FOR2) “Eu via meu pai pagando os funcionários e sempre me fascinou (…).” (FOR3) “A moda sempre foi minha paixão, enquanto meus irmãos seguiram outros caminhos.” (FOR3) “Achei que seria legal trabalhar com isso de alguma forma.” (FOR4) “Começaram a surgir clientes e percebi a oportunidade de abrir meu negócio.” (FOR4) “Me adaptei facilmente ao home office.” (FOR4) “Trabalhar em casa me dá mais ânimo do que estar em uma empresa.” (FOR4) “Alinhei meu propósito de vida como minha profissão.” (FOR5) “Eu sou (...) apaixonada pela profissão.” (FOR6)

Figura 12: Motivações

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Ao buscar compreender as motivações que impulsionam o ingresso no empreendedorismo, entre os grupos INF e FOR, identifica-se um chamado interno e expressão de identidade, associado à intuição, ao afeto e à realização pessoal. Essa dimensão subjetiva está expressa nas falas da INF1: “Eu sempre fui intuita pelo coração”; “Era dom e talento do ser mesmo”; “Eu escolhi trabalhar com o coração, sem me preocupar com validação externa”. Esses relatos revelam um empreendedorismo existencial e afetivo, que, por vezes, não se inicia com um plano

estruturado, mas emerge da autenticidade e da subjetividade da empreendedora, apresentando-se como um ato de autonomia e autoexpressão.

No grupo INF, é recorrente a associação entre o trabalho e ideias de cura, terapia e equilíbrio emocional: “O artesanato é uma terapia para mim” (INF2); “Comecei a pintar mandalas como terapia” (INF5); “É uma terapia e faz bem” (INF6). Nesses relatos, o empreendedorismo não se configura prioritariamente como uma escolha econômica, mas como um processo de ressignificação pessoal, que contribui para o bem-estar emocional e psicológico da empreendedora.

A maternidade, a busca por independência e a autorrealização também aparecem como motivações centrais. A necessidade de conciliar trabalho e cuidado familiar, além do desejo por autonomia financeira e emocional, são fatores determinantes na trajetória dessas mulheres, como demonstram os relatos: “Eu queria um negócio em casa para poder cuidar da minha filha” (INF3); “A independência financeira foi o que me motivou” (INF3); “Minha mãe é minha mentora, mas quero independência” (INF7); “Tenho que fazer dar certo porque minha família já fez bastante por mim” (FOR1). Tais experiências evidenciam o modo como o empreendedorismo pode funcionar como uma estratégia de conciliação entre papéis de gênero, cuidado e autonomia, como observado no contexto do empreendedorismo domiciliar, ao compatibilizar as atribuições de esposa, mãe, dona de casa e empresária.

No grupo FOR, observa-se um deslocamento das motivações de cunho mais individual para uma perspectiva conectada a um propósito social e existencial: “Alinhei meu propósito de vida com minha profissão” (FOR5); “Ser reconhecida pela competência e pelo impacto positivo” (FOR1); “O trabalho é trazer as pessoas de volta ao seu centro” (FOR2); “Eu queria entender por que as pessoas adoecem” (FOR2);

“Apaixonada pela profissão” (FOR6). Esses relatos revelam que, para essas empreendedoras, o propósito está vinculado a projetos de saúde, bem-estar coletivo, transformação pessoal e à construção de uma identidade profissional significativa, com ênfase no reconhecimento e na excelência.

Em ambos os grupos, INF e FOR, é recorrente o relato de que o ingresso no empreendedorismo não foi planejado, mas resultou de convites, necessidades ou circunstâncias contextuais: “Comecei a dar aulas por convite” (INF2); “Na verdade, ele [o negócio] começou de uma necessidade” (FOR2); “Começaram a surgir clientes e percebi a oportunidade de abrir o meu negócio” (FOR4); “Comecei na pandemia e me identifiquei” (INF6). Tais evidências demonstram que o empreendedorismo feminino frequentemente nasce da capacidade de adaptação e da leitura sensível do contexto, revelando um perfil resiliente e dinâmico diante das transformações do ambiente.

A busca por independência e autonomia nas decisões, com o desejo de escrever a própria história, também aparece como um fator motivacional relevante, apontando para a ruptura com modelos tradicionais de trabalho. Os relatos a seguir ilustram essa tendência: “Trabalhar em casa me dá mais ânimo do que estar em uma empresa” (FOR4); “Eu me aposentei, mas queria mais coisas” (INF4); “Eu não gosto de rotina, sempre preciso de algo novo” (INF2). Tais narrativas demonstram um empreendedorismo centrado na liberdade criativa, em contraposição a empregos tradicionais e burocráticos, e indicam uma escolha orientada pela autodescoberta e pelo significado subjetivo.

As empreendedoras de ambos os grupos pautam suas ações a partir da clareza do que não desejam para si, redirecionando suas trajetórias com base na busca por aquilo que lhes é genuinamente significativo. Assim, o empreendedorismo feminino é apresentado como um fenômeno permeado por dimensões afetivas, subjetivas,

relacionais e existenciais, rompendo com a lógica puramente econômica. No grupo INF, destaca-se a presença de autenticidade, originalidade, intuição e função terapêutica do trabalho. No grupo FOR, há um movimento em direção à profissionalização com propósito, impacto social e alinhamento vocacional. Para ambas, o trabalho é compreendido como ferramenta de realização, emancipação e transformação, seja em nível pessoal ou coletivo. Nesse entendimento, o trabalho é maleável e adaptável, podendo ser substituído ou modificado conforme o contexto e as necessidades.

Esse comportamento é exemplificado na trajetória da INF7, bacharel em Medicina Veterinária, que iniciou no empreendedorismo ao lado de uma sócia, atuando na área de pequenas cirurgias. No entanto, não encontrou realização nessa atividade. Em busca de um sentido mais pessoal, passou a atuar por um período no negócio da mãe. Atualmente, cursa Nutrição, com o objetivo de atuar na área de saúde, especialmente no cuidado com a saúde mental por meio da alimentação. Trata-se de uma jovem empreendedora que demonstra autonomia e independência, e que, ao buscar direção, encontrou um caminho profundamente significativo, redirecionando sua trajetória profissional: “Tenho medo do insucesso e de me frustrar”; “Minha mãe (...) me inspira”; “Se minha mãe aceitar que nós podemos trabalhar em conjunto, se não, eu penso em ter o meu negócio, o meu nome, não ser a filha da [nome da mãe]”; “Penso em abrir meu negócio, uma clínica especializada em nutrição e saúde mental”; “Vou usar a rede dela [do negócio da mãe] pra conseguir atrair clientes pra mim”.

Na trajetória de INF7, é possível reconhecer elementos que se repetem na experiência de tantas outras jovens mulheres recém-formadas. No entanto,

permanece a reflexão: quantas insistiram em caminhos que não lhes diziam respeito, por ausência de apoio, espaço ou escuta?

4.1.6 Desafios

As análises dos desafios enfrentados por mulheres empreendedoras dos grupos INF e FOR revelam que sua origem não se limita a questões financeiras e estruturais, mas abrange também barreiras de ordem emocional, social, familiar e institucional. As narrativas dessas empreendedoras evidenciam que o empreendedorismo feminino constitui um processo permeado por resiliência, superação e reconstrução de trajetórias de vida, marcadas por interseccionalidades, ausência de apoio e instabilidades múltiplas.

No que se refere às desigualdades estruturais, empreendedoras de ambos os grupos relataram dificuldades no acesso à educação e na escolha de uma formação profissional alinhada ao seu propósito, conforme demonstram os relatos: “Fiz o ENCCEJA depois de 25 anos sem estudar e passei” (INF7); “Com 30 anos, comecei a fazer ensino médio, depois fui fazer faculdade” (FOR2); “Fiz Ciências Contábeis, descobri que não era aquilo; comecei Ciências Biológicas, também não (...)” (FOR6). Também foram identificadas intenções de formalização entre aquelas que atuam na informalidade, como apontam os trechos: “Não tenho MEI, mas talvez precise para dar aulas na Casa da Cultura” (INF2); “Ainda estou na informalidade, mas quero formalizar até o meio do ano” (INF5). Esses dados evidenciam trajetórias diversas, que, com estratégias e resiliência, vêm sendo trilhadas e superadas por mulheres de ambos os grupos.

Emergem dos relatos aspectos relacionados aos papéis de gênero, como a sobreposição de funções, a falta de apoio e de empatia por parte de companheiros e

familiares. A ausência de suporte nas atividades domésticas e os conflitos conjugais interferem diretamente na autonomia e no desempenho empreendedor. Exemplos disso incluem: “Meu marido só ajuda quando peço” (INF3); “Fiz a carteira de motorista, mas não me deixam dirigir” (INF2); “Meu ex-marido me exigia que eu ficasse mais em casa, e eu não aceitei” (FOR2). Também são recorrentes relatos sobre divórcios, responsabilidades com os filhos e ausência de redes de apoio, conforme evidenciado nas falas: “Saí com minhas filhas e comecei do zero” (FOR2); “Eu queria um negócio em casa para poder cuidar da minha filha” (INF3); “Foi o momento em que me divorciei (...), e minha casa possibilitava que eu trabalhasse ali” (FOR6). Esses relatos apontam para a multiplicidade de fatores que incidem na vida da mulher empreendedora e que, por vezes, se sobrepõem, tornando a carga emocional e prática significativamente mais densa. Ainda assim, o empreendedorismo é relatado como estratégia de enfrentamento e de conquista de autonomia diante das desigualdades de gênero.

Outro conjunto de desafios enfrentados por mulheres de ambos os grupos refere-se às questões emocionais e subjetivas, como evidenciam os seguintes relatos: “Tenho medo do insucesso e de me frustrar” (INF7); “Fico ansiosa, nervosa, irritada com a fatura” (INF7); “Tive dificuldades emocionais ao lidar com demissões e problemas de gestão” (FOR3); “A pressão do ambiente de trabalho me fez buscar outra alternativa” (FOR3). Essas dimensões são frequentemente agravadas por experiências familiares dolorosas, como: “Minha mãe projetava rejeição em mim” (INF1); “Sempre fiz o que os outros achavam certo para mim” (INF5). Tais registros demonstram que a trajetória empreendedora é também afetada por fatores emocionais profundos, que impactam a autoestima, a autonomia e o bem-estar dessas mulheres.

Do ponto de vista econômico, empreendedoras de ambos os grupos mencionam barreiras relacionadas ao mercado, como sazonalidade, concorrência e precificação, conforme se observa nas falas: “A sazonalidade afeta o meu negócio” (INF3); “O artesanato local não tem muito mercado” (INF2); “No começo, para mim, era complicado colocar o preço” (FOR7); “Para competir com grandes marcas, decidi investir em tecidos de alta qualidade” (FOR3). Tais desafios evidenciam fragilidades na sustentabilidade dos negócios, ocasionadas pela falta de profundidade em gestão e pelo pouco conhecimento técnico, especialmente em aspectos como política de precificação e posicionamento competitivo.

As experiências relatadas pelas empreendedoras revelam ainda as estratégias de superação, resistência e resiliência diante das adversidades enfrentadas. Exemplos disso incluem: “Saí de um relacionamento tóxico e me libertei” (INF1); “Desenvolvi um câncer e passei por um processo de cura intensa” (INF1); “Comecei a trabalhar muito cedo, com oito anos eu fui babá (...)” (FOR6); “Conquistei uma fornecedora multinacional depois de três anos de negociação” (FOR3). Esses relatos evidenciam que o empreendedorismo, para essas mulheres, transcende o aspecto econômico, configurando-se como um ato de resignificação, afirmação de identidade e processo de emancipação pessoal e social.

4.1.7 Estratégias e gestão

As entrevistas revelam, em ambos os grupos INF e FOR, o potencial de crescimento e a capacidade de adaptação dos empreendimentos liderados por mulheres, evidenciando, em alguns casos, a necessidade de aprofundamento em conhecimentos de gestão e maior acesso ao crédito, o que representa uma estratégia para ampliação dos impactos positivos ao longo do tempo. Considerando esse

contexto, observa-se, no grupo INF, uma gestão empírica e adaptativa, conforme os relatos: “Nunca fiz curso de gestão, aprendi sozinha” (INF3); “Cubro por mês para evitar desistências” (INF2); “Minha rotina: manhã para casa, tarde e noite para o crochê” (INF6). Prevalece, nesse grupo, uma gestão baseada na experiência prática, na intuição e na adaptação ao cotidiano, com foco na continuidade do empreendimento mesmo em estruturas limitadas.

As estratégias utilizadas concentram-se no controle direto da clientela, vendas sazonais e na divulgação por meio de indicações e redes sociais, ainda que de forma não intensiva ou profissionalizada, como revelam os trechos: “Meu principal canal de marketing é o boca a boca” (INF3); “Trabalho o ano todo, mas o foco é Páscoa e Natal” (INF2); “No Instagram, vendo uma peça ou outra” (INF2). Esses relatos evidenciam um modelo de gestão de baixa escala, adaptado às necessidades pessoais e familiares, mas com limitações técnicas, como se observa na dificuldade de uso das redes sociais ou na precificação: “Se eu postasse mais, talvez vendesse mais” (INF2); “No começo era complicado colocar o preço” (FOR7).

No grupo FOR, identifica-se uma postura mais estruturada e com maior profundidade em gestão, além de uma identidade empreendedora mais consolidada, como exemplifica o caso da FOR4: “Abri uma MEI em 2021”; “Criei uma rotina de empresária, com horários definidos e disciplina”; “Procuro trabalhar no horário comercial, sem flexibilidade excessiva”; “Tenho minha mesa como se fosse um escritório normal” (FOR4). Com o empreendimento criado a partir de recursos próprios, essa empreendedora demonstrou uma gestão profissionalizada mesmo em ambiente doméstico, com um modelo de negócio inovador e adaptado às novas tecnologias e à dinamicidade do mercado, conforme evidenciado nos relatos: “O capital inicial veio do meu próprio trabalho e de um computador que já possuía”;

“Guardei um bom dinheiro para sobreviver seis meses, caso o negócio não desse certo” (FOR4).

Quanto às estratégias de comunicação e vendas, ainda que ambos os grupos utilizem as redes sociais, o grupo FOR apresenta uma postura mais profissionalizada, com 100% das empreendedoras utilizando contas comerciais no Instagram. Já no grupo INF, aproximadamente 85% utilizam contas pessoais para divulgar seus produtos e serviços. Essa distinção é evidenciada nas falas: “Rede social e boca a boca para posicionamento no mercado” (FOR1); “Durante a pandemia, vendi produtos por live e adaptei o modelo de vendas” (FOR3); “Precisei aprender sobre marketing para psicólogos” (FOR5); “No Instagram, vendo uma peça ou outra” (INF2); “Redes sociais ajudam, mas não são o meu forte” (INF3). Esses relatos apontam para uma diferença significativa na apropriação de ferramentas de divulgação, impactando diretamente na abrangência de mercado dos empreendimentos.

A formação e qualificação contínua também se apresenta como estratégia de crescimento e posicionamento. No grupo FOR, verifica-se o uso sistemático da formação técnica e especializações como ferramentas centrais de gestão e desenvolvimento dos negócios, como revelam os relatos: “Hoje, tenho 13 pós-graduações” (FOR2); “Passei por treinamentos com estilistas renomados e adquiri muito conhecimento técnico” (FOR3); “Busquei informações adicionais para aprimorar meu trabalho” (FOR5). Em contraste, no grupo INF, o aprendizado ocorre de forma mais autodidata ou informal, embora exista interesse por aprimoramento, conforme relatado: “Faço muita pesquisa online para melhorar meu serviço” (INF3). Essa diferença de postura evidencia o papel fundamental da capacitação e do acesso à educação empreendedora como diferencial competitivo e elemento estruturante da gestão.

4.1.8 Identidade empreendedora

Mulheres empreendedoras de ambos os grupos relatam que optaram pelo empreendedorismo como uma forma de reconexão com seus próprios desejos, após experiências de insatisfação, subordinação, injustiças e invisibilidade. Tais percepções são ilustradas nos seguintes relatos:

- “Sempre fiz o que os outros achavam certo para mim” (INF5);
- “Agora eu escolhi um caminho que faz mais sentido para mim” (INF5);
- “A pressão do ambiente de trabalho me fez buscar outra alternativa” (FOR3);
- “Hoje estou mais equilibrada, encontrei minha identidade como empreendedora” (FOR4).

Esses testemunhos demonstram que a identidade empreendedora é vivida como um processo de empoderamento e conquista de autonomia, no qual essas mulheres assumem uma posição central de decisão sobre seu trabalho e propósito, direcionando suas ações para um futuro mais significativo.

Para essas empreendedoras, o ato de empreender não se restringe a uma escolha racional, mas representa uma expressão do próprio ser, da trajetória pessoal e do propósito de vida, conforme ilustrado pelas falas:

- “Não é fazer dinheiro, é vibrar o que está no coração” (INF1);
- “Eu escolhi trabalhar com o coração, sem me preocupar com validação externa” (INF1);
- “Empreendedorismo é fazer com amor, o dinheiro vem depois” (INF6);
- “Alinhei meu propósito de vida com minha profissão” (FOR5).

O trabalho, nesse contexto, é compreendido como uma missão pessoal, sendo o sucesso associado não apenas a resultados financeiros, mas também ao impacto social e afetivo, como expressa a seguinte fala: “Sucesso é fazer o que amo e impactar pessoas” (FOR5). Dessa forma, constrói-se uma identidade empreendedora fundamentada em valores pessoais, subjetividade, intuição e propósito existencial.

Ao ouvir suas histórias, constata-se a importância das influências familiares na formação e transmissão do comportamento empreendedor, ao mesmo tempo em que se revelam heranças, rupturas e reconfigurações desses modelos parentais, conforme ilustram os relatos:

- “Minha família sempre teve comércio, mas perdemos tudo” (INF1);
- “Minha mãe é minha mentora, mas quero independência” (INF7);
- “Quero fazer dar certo para parar de depender deles [família]” (FOR1);
- “Não tem ninguém empreendedor na minha família antes de mim” (FOR2).

Tais evidências demonstram que a identidade empreendedora feminina é construída tanto pela continuidade de práticas familiares quanto pela reinvenção de trajetórias autônomas.

A busca contínua por formação, qualificação técnica e atualização também se mostra como pilar importante na consolidação dessa identidade empreendedora, como indicam os relatos: “Cursos técnicos foram fundamentais” (INF3); “Fiz o ENCCEJA depois de 25 anos sem estudar” (INF6); “Hoje, tenho 13 pós-graduações” (FOR2); “Sempre lendo, fazendo um curso diferente” (FOR6). Essa valorização dos saberes e da qualificação profissional aponta para a construção de uma identidade empreendedora que integra prática e conhecimento, reforçando que o

empreendedorismo feminino não se apoia exclusivamente em habilidades inatas, mas também no desenvolvimento contínuo de competências.

A forma como essas mulheres organizam suas rotinas e gerenciam o tempo revela ainda uma identidade empreendedora voltada ao cuidado, à família e à autonomia, conforme os relatos: “Minha rotina se divide entre casa, artesanato e família” (INF2); “Criei uma rotina de empresária, com horários definidos e disciplina” (FOR4); “Minha rotina é organizada para equilibrar trabalho e vida pessoal” (FOR3); “Minha semana está toda fechada com clientes fixos” (INF4). Essas falas evidenciam uma identidade flexível e adaptável, orientada à autorrealização e ao equilíbrio entre as múltiplas dimensões da vida pessoal e profissional.

4.1.9 Autonomia e realização pessoal

Considerando os relatos individuais das mulheres empreendedoras de ambos os grupos, INF e FOR, constata-se que suas trajetórias empreendedoras estão fortemente vinculadas à liberdade de escolha e à busca por sentido e realização pessoal. Em suas falas, muitas expressam escolhas conscientes, rompendo com padrões tradicionais ou trajetórias profissionais insatisfatórias. A autonomia emerge como autogestão e organização da própria rotina, conforme ilustrado nos seguintes relatos: “A decisão é tua, a todo momento” (FOR2); “Hoje atendo menos, mas prospero da mesma forma” (INF1); “Abri uma MEI em 2021” (FOR4); “Criei uma rotina de empresária, com horários definidos e disciplina” (FOR4); “Até dezembro tinha um cargo registrado, mas pedi demissão para empreender” (INF5).

Em ambos os grupos, verifica-se a convergência entre autonomia e realização pessoal, principalmente quando o empreendedorismo surge como uma escolha alinhada ao propósito de vida, conforme expressam os relatos: “Não é fazer dinheiro,

é vibrar o que está no coração” (INF1); “Alinhei meu propósito de vida com minha profissão” (FOR5). Nessas falas, valores, paixões e sentido pessoal substituem as metas estritamente econômicas, apontando para um modelo de empreendedorismo sustentado pela subjetividade e autenticidade.

A demonstração de independência aparece ainda na ruptura com modelos convencionais de carreira, como indicam os trechos: “Pedi demissão para empreender” (INF5); “Trabalhar em casa me dá mais ânimo do que estar em uma empresa” (FOR4). Esses relatos sugerem que a informalidade, o home office e o distanciamento da rotina tradicional surgem como expressões de autonomia e independência.

Outro ponto de convergência entre os grupos refere-se à busca contínua por conhecimento, aprendizado autodidata e redirecionamento de vida. O aprendizado é percebido como ferramenta de autonomia intelectual e de reescrita da própria história, como demonstram as falas: “Aprendi muito sozinha, sem apoio de ninguém” (INF3); “Com 30 anos, comecei a fazer ensino médio, depois fui fazer faculdade” (FOR2). Tais relatos sugerem que essas mulheres exercem protagonismo sobre suas trajetórias pessoais e profissionais por meio do conhecimento.

No que se refere à escolaridade e formalização, observam-se posturas distintas entre os grupos. O grupo INF manifesta uma autonomia criativa, voltada à liberdade de expressão e à informalidade, enquanto o grupo FOR apresenta um perfil mais formalizado e orientado à alta escolaridade, com diversas pós-graduações e atuação em profissões regulamentadas (psicólogas, advogadas, entre outras), como ilustram os relatos: “Hoje, tenho 13 pós-graduações” (FOR2); “Abri uma MEI em 2021” (FOR4); “Não tenho MEI, mas talvez precise” (INF2).

As formas de inserção no empreendedorismo também divergem. No grupo INF, observa-se uma motivação mais emocional, terapêutica e artística, enquanto no grupo FOR, a entrada ocorre de forma mais planejada, com base em formação técnica e identificação de oportunidades, como revelam os trechos: “Comecei a pintar mandalas como terapia” (INF5); “Começaram a surgir clientes e percebi a oportunidade” (FOR4).

Ao se analisar as trajetórias de ambos os grupos, percebe-se a presença de comportamentos semelhantes, especialmente no que diz respeito à busca por autonomia e autorrealização. No entanto, as motivações e formas de atuação revelam diferenças genuínas. As mulheres do grupo INF tendem a adotar um empreendedorismo mais afetivo, espontâneo e orientado por aptidões pessoais, enquanto aquelas do grupo FOR apresentam um perfil mais planejado e estruturado, com forte vínculo à formação acadêmica e identidade profissional. As empreendedoras informais buscam autonomia por meio da leveza criativa, ao passo que as formais a constroem por meio da disciplina e da qualificação educacional.

Em ambos os casos, o empreendedorismo se configura como um caminho de reexistência feminina, sustentado por valores, paixões, autenticidade e projetos de vida, revelando que a autorrealização constitui um elemento central na construção de suas trajetórias empreendedoras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da análise comparativa entre mulheres empreendedoras na informalidade e na formalidade, emergiu o entendimento de que, para essas mulheres, o empreendedorismo, mais do que uma opção de carreira exclusivamente por fatores econômicos, trata-se de um processo de identidade empreendedora em constante evolução. Com o uso da Grounded Theory (Charmaz, 2006; Gioia et al., 2012), foi

possível, por meio dos relatos, identificar que as respectivas trajetórias são permeadas por experiências de vida, relações familiares, desafios pontuais e desejos de autonomia pessoal.

Enquanto, para as empreendedoras informais, o empreendedorismo ocorre, em grande parte, de forma adaptativa às circunstâncias, funcionando como estratégia para geração de renda, ele também atende à realização pessoal. No grupo das empreendedoras formais, evidencia-se planejamento, acesso a redes de apoio e negócios mais institucionalizados. Em ambos os grupos, verifica-se uma busca por autonomia e realização.

O presente estudo teve por objetivo compreender as trajetórias, motivações e desafios atribuídos ao empreendedorismo realizado por mulheres atuantes na informalidade e na formalidade, bem como na construção de suas identidades empreendedoras, identificando convergências e divergências entre os dois grupos.

O uso da estratégia de múltiplas fontes de dados demonstra a importância de sua aplicabilidade para a compreensão das trajetórias das empreendedoras que atuam tanto na informalidade quanto na formalidade. A integração das análises das entrevistas com a análise do uso do Instagram ampliou o campo de coleta de dados para a identificação de convergências e divergências nas práticas desses dois grupos de empreendedoras, contribuindo com o debate teórico sobre o empreendedorismo feminino.

Tal abordagem metodológica fortaleceu a validade dos resultados, tornando evidentes as nuances e complexidades do fenômeno, contribuindo para o debate a respeito dos mecanismos e variáveis que regem o sucesso e os desafios enfrentados pelas empreendedoras em diversos contextos. Portanto, o uso da Grounded Theory,

considerando dados primários e secundários (dados do Instagram), ainda incipiente no meio acadêmico, representa uma contribuição também para pesquisas futuras.

Como contribuições teóricas, destacam-se: a superação da dicotomia necessidade versus oportunidade, ao tratar das motivações afetivas, identitárias e subjetivas; a proposição da informalidade não como deficiência, mas como escolha estratégica, em resposta às condições de vida e valores; a ênfase na identidade empreendedora como uma construção relacional, afetiva, social e política, rompendo com paradigmas econômicos e burocráticos do empreendedorismo; a inclusão de uma dimensão emocional e terapêutica na construção da identidade empreendedora por mulheres; a valorização do aprendizado na informalidade e das práticas de gestão não institucionalizadas; a inserção da realidade e perspectiva digital na identidade empreendedora feminina; e, ainda que de forma indireta, a evidência da articulação entre interseccionalidade e identidade empreendedora. Por fim, destaca-se a proposição de um modelo teórico — “Caminho para o protagonismo empreendedor feminino” — a partir do uso da Grounded Theory.

Como principais contribuições práticas, o estudo apresenta subsídios para o desenvolvimento de políticas públicas mais inclusivas e adequadas a cada contexto; orientações para programas de capacitação empreendedora focada em gestão e conhecimento técnico voltados ao público informal, como: precificação, marketing, marketing digital, uso estratégico de redes sociais e planejamento financeiro; diagnósticos voltados ao aprimoramento de estratégias para a formalização, considerando aspectos subjetivos, emocionais e relacionais; a relevância das redes sociais como ferramenta de articulação e fortalecimento; o reconhecimento da informalidade como estratégia e escolha consciente, baseada na autonomia, estilo de vida e bem-estar, em substituição a estigmas; a evidência da importância das redes

de apoio e mentorias; e o uso da Grounded Theory com abordagem comparativa como metodologia replicável.

Como limitações do estudo, apontam-se: amostra reduzida e regionalmente concentrada; ausência de diversidade racial autodeclarada; limitação ao uso do Instagram como fonte secundária, com exclusão de outras redes sociais; prováveis vieses de memória; impossibilidade de análise longitudinal; heterogeneidade de maturidade entre os negócios analisados; limitações inerentes ao método qualitativo; e o fato de a Grounded Theory, por tratar-se de abordagem construtivista, não ser geradora de generalizações. A comparação limitou-se a variáveis qualitativas, subjetivas e emocionais, não incluindo variáveis como renda ou tempo de existência do empreendimento.

Para estudos futuros, sugerem-se: pesquisas longitudinais que acompanhem a transição da informalidade para a formalidade; análises interseccionais em contextos diversos; estudos comparativos entre diferentes regiões do Brasil; investigações centradas nas redes sociais; estudos voltados a mulheres empreendedoras que optam por não formalizar seus negócios; pesquisas sobre empreendedorismo feminino e saúde mental; e análises sobre os impactos de políticas públicas. Tais desdobramentos contribuirão para novas abordagens teóricas e práticas no campo da pesquisa sobre mulheres empreendedoras, tanto na informalidade quanto na formalidade, e suas respectivas contribuições socioeconômicas e emocionais.

REFERÊNCIAS

- Alpino, T. de M. A., Santos, C. R. B., Barros, D. C. de, & Freitas, C. M. de. (2020). COVID-19 e (in)segurança alimentar e nutricional: Ações do Governo Federal brasileiro na pandemia frente aos desmontes orçamentários e institucionais. *Cadernos de Saúde Pública*, 36, e00161320. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00161320>

- Babbitt, L. G., Brown, D., & Mazaheri, N. (2015). Gender, entrepreneurship, and the formal–informal dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163–174. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.02.019>
- Batista, V. (2021, janeiro 14). Brasil tem grande desafio em frente: A segurança alimentar para a população. *Correio Braziliense*. <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/01/4899318-um-desafio-chamado-seguranca-alimentar.html>
- Boeri, N. (2018). Challenging the gendered entrepreneurial subject: Gender, development, and the informal economy in India. *Gender & Society*, 32(2), 1–23. <https://doi.org/10.1177/0891243217750119>
- Borges, J. Z., & Andrade, V. L. P. de. (2023). Mulheres empreendedoras e as estratégias de enfrentamento do estresse. *Cadernos de Psicologia*, 5(9). <https://doi.org/10.5281/zenodo.13286322>
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2011). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410–424. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/86685/1/11-061.pdf>
- Brito, B. C. X., Nascimento, A. M., & Lopes, C. S. (2018). O Uso das Redes Sociais Virtuais no Relacionamento com o Cliente: um estudo sobre as empresas de moda em Recife. *Gestão. Org*, 16(7), 258-263. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7005914>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-18. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Carmo, L. J. O., Assis, L. B. de, Gomes, A. B., Jr., & Teixeira, M. B. M. (2021). O empreendedorismo como uma ideologia neoliberal. *Cadernos EBAPE.BR*, 19, 18–31. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200043>
- Cepellos, V. M., & Tonelli, M. J. (2020). Grounded theory: The step-by-step and methodological issues in practice. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 21. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG200130>
- Charmaz, K. (2009). *A construção da teoria fundamentada: Guia prático para análise qualitativa*. Artmed.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage Publications.
- Corrêa, V. S., Lima, R. M. de, Brito, F. R. da S., Machado, M. C., & Nassif, V. M. J. (2024). Female entrepreneurship in emerging and developing countries: A systematic review of practical and policy implications and suggestions for new studies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(2), 366-395. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2022-0115>

- Darbi, W. P. K., Hall, C. M., & Knott, P. (2018). The informal sector: A review and agenda for management research. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 301–324. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12131>
- DiRienzo, C. E., & Das, J. (2021). Formal female entrepreneurship and the shadow economy. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 13(5), 63–72. [https://doi.org/10.22610/jebis.v13i5\(J\).3222](https://doi.org/10.22610/jebis.v13i5(J).3222)
- Ewens, M., & Townsend, R. R. (2020). Are early stage investors biased against women? *Journal of Financial Economics*, 135(3), 653–677. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2019.07.002>
- Fredström, A., Peltonen, J., & Wincent, J. (2021). A country-level institutional perspective on entrepreneurship productivity: The effects of informal economy and regulation. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106002. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106002>
- Gimenez, F. A. P., Ferreira, J. M., & Ramos, S. C. (2017). Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(1), 40–74. <https://doi.org/10.14211/regepe.v6i1.450>
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2012). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15–31. <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge. http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser_1967.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2019). *Relatório executivo de empreendedorismo no Brasil*. <https://ibqp.org.br/gem/download/>
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2020). *Empreendedorismo no Brasil*. https://www.academia.edu/62468697/GEM_Livro_Empreendedorismo_no_Brasil_2020_web
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2021). *Empreendedorismo no Brasil*. <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/>
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2022). *Empreendedorismo no Brasil*. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/8053515/mod_resource/content/1/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2023). *Empreendedorismo no Brasil 2023: Recorte temático – sexo*. [link não disponível]
- Gov.br. (2024). *Empresas & negócios: Direitos e obrigações*. <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/direitos-e-obrigacoes>

- Guzman, J., & Kacperczyk, A. (2019). Gender gap in entrepreneurship. *Research Policy*, 48(7), 1666–1680. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.012>
- Haraldsson, K. G., & McLean, K. C. (2022). “My story is not my own”: A qualitative analysis of personal and collective continuity. *Qualitative Psychology*, 9(1), 97. <https://doi.org/10.1037/qup0000197>
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. (2024). *Retrato das desigualdades de gênero e raça*. <https://www.ipea.gov.br/retrato/index.html>
- Instituto Rede Mulher Empreendedora. (2017). *Relatório de atividades e impacto 2017*. <https://rme.net.br>
- Instituto Rede Mulher Empreendedora. (2021). *Pesquisa Instituto Rede Mulher Empreendedora 2021*. [https://static.poder360.com.br/2022/03/Pesquisa-instituto-rede-mulher-empreendedora-2021.pdf:contentReference\[oaicite:7\]{index=7}](https://static.poder360.com.br/2022/03/Pesquisa-instituto-rede-mulher-empreendedora-2021.pdf:contentReference[oaicite:7]{index=7})
- Jaskiewicz, P., Combs, J. G., & Rau, S. B. (2015). Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 29–49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.001>
- Jones, P., Ratten, V., Klapper, R., & Fayolle, A. (2019). Entrepreneurial identity and context: Current trends and an agenda for future research. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(1), 3–7. <https://doi.org/10.1177/1465750319825745>
- Karki, S. T., Xheneti, M., & Madden, A. (2021). To formalize or not to formalize: Women entrepreneurs’ sensemaking of business registration in the context of Nepal. *Journal of Business Ethics*, 174(4), 813–831. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04541-1>
- Lima, J. C., & Oliveira, R. V. de. (2021). O empreendedorismo como discurso justificador do trabalho informal e precário. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*, 11(3), 905–932. <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/1062>
- Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. (2024a). *Relatório anual de atividades: Estratégia Elas Empreendem 2023/2024*. Governo Federal. https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreendem/relatorio-anual-de-atividades/relatorio_anual_de_atividades-elas_empreendem.pdf
- Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. (2024b). *Elas empreendem: Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil*. Governo Federal. <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empreendem/panorama-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil>

- Morse, J. M., Bowers, B. J., Charmaz, K., Clarke, A. E., Corbin, J., Porr, C. J., & Stern, P. N. (2021). *Developing grounded theory: The second generation revisited*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315169170>
- Nascimento, A. M., & Silveira, D. S. da. (2017). A systematic mapping study on using social media for business process improvement. *Computers in Human Behavior*, 73, 670–675. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.016>
- Nascimento, L. S., Fonseca, P. R. C., Costa, M. L., Nunes, J. F. M., & Ferreira, T. C. (2019). Microempreendedor individual e as vantagens da formalização. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 7(2), 15–29.
- Niquito, T. W. (2023). *Empreendedorismo feminino no Brasil*. Escola Nacional de Administração Pública (ENAP). <http://repositorio.enap.gov.br/handle/1/7556>
- Oliveira, A. N., Novôa, N. F., Rua, O. M. M. M. de L., Silva, H. A. da, & Pereira, C. M. M. de A. (2021). Empreendedorismo de mulheres de baixa renda: Estudo de caso do Programa Mulheres Mil no IF Sudeste MG – Campus Barbacena. *Revista Valore*, 6, 81–103. <https://doi.org/10.22408/revva60202177881-103>
- Radu-Lefebvre, M., Lefebvre, V., Crosina, E., & Hytti, U. (2021). Entrepreneurial identity: A review and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(6), 1550–1590. <https://doi.org/10.1177/1042258721101379>
- Roldão, T., Monte-Mor, D. S., & Tardin, N. (2018). A influência da recessão econômica na intenção de empreender: Uma análise cross-country baseada na crise do subprime. *Organizações & Sociedade*, 25, 320–338. <https://doi.org/10.1590/1984-9250858>
- Rosa, C. M. da, Vasconcellos, S. L. de, & Falaster, C. D. (2022). As cores do empreendedorismo no Brasil: Efeitos da etnia sobre a renda, sob uma perspectiva comportamental. *REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 11(1). <https://doi.org/10.14211/regepe.e1933>
- Salvi, E., Belz, F. M., & Bacq, S. (2022). Informal entrepreneurship: An integrative review and future research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587221115365>
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2022). *Empreendedorismo feminino no Brasil em 2022*. SEBRAE. <https://agenciasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Pesquisa-Emp-Feminino-2022.pdf>
- Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. (2016). *Empreendedorismo como opção de carreira* [E-book]. SEBRAE – São Paulo. https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_empreendedorismo-como-opcao-de-carreira.pdf

- Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. (2023). *Você sabe o que é um microempreendedor individual – MEI?* SEBRAE. <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei>
- Sfreddo, B., Zonatto, P. A. F., & Hollveg, S. D. S. (2023). O uso do Instagram como ferramenta de marketing digital: Um estudo com empresários de São Francisco de Assis. *Revista Eletrônica Multidisciplinar UNIFACEAR*, 3(12), 1-15. <https://revista.unifacear.edu.br/rem/article/view/613>
- Silva, P. H. P. L. B. da, & Abegão, L. H. (2023). Inbound marketing: Melhoria em comunicação e vendas. *International Journal of Business & Marketing*, 8(1), 31–44. <https://doi.org/10.18568/ijbmkt.8.1.256>
- Sordi, D. D. (2023). Empobrecimento, fome e pandemia: O Auxílio Emergencial, o fim do Programa Bolsa Família e o Auxílio Brasil, 2019–2022. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 30, e2023032. <https://doi.org/10.1590/S0104-59702023000100032>
- Souza Neto, J. B. de. (2023). *Política pública como componente dos ecossistemas de empreendedorismo: desafios da elaboração e implementação* [Tese de doutorado, Fundação Getúlio Vargas]. <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/63719401-c28f-494e-b2f2-77eb4b901218/content>
- Souza, L. D. P. de, Silva, I. P. A. da, & Costa, L. A. (2022). Implementação e implicações da ação política de fortalecimento ao empreendedorismo feminino. *Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais*, 7(2), 158–183. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2525-5584.2022v7n2.62512>
- Souza, S. P. (2021). A literatura feminista de Nísia Floresta na formação em administração. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 20(4), 739-763. <https://doi.org/10.21529/RECADM.2021026>
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage Publications.
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: Um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 203–220. <https://doi.org/10.20396/tematicas.v22i44.10977>
- Xheneti, M., Madden, A., & Thapa Karki, S. (2019). Value of formalization for women entrepreneurs in developing contexts: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 3–23. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12172>

APÊNDICE A – TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Olá, você está sendo convidada a participar da pesquisa intitulada “Identidade empreendedora em ação: Uma análise comparativa entre mulheres na informalidade e na formalidade”, sob a responsabilidade da professora e pesquisadora Adriana Maria Corrêa Riedi, doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis e Administração da FUCAPE Pesquisa e Ensino SA., que integra o seleto grupo das cinco melhores instituições de ensino do Brasil, conforme o INEP. Esta pesquisa tem por objetivo “compreender as trajetórias, motivações e desafios atribuídos ao empreendedorismo realizado por mulheres, atuantes na informalidade e na formalidade, bem como na construção de suas identidades empreendedoras, identificando convergências e divergências entre os dois grupos”. A pesquisa tem caráter qualitativo, e fará uso para a coleta, organização, análise e produção de conhecimento a metodologia da Teoria Fundamentada em Dados.

A sua participação nesta pesquisa acontecerá na etapa de coleta de dados por meio desta entrevista, que será gravada e transcrita para análise. Todas as respostas serão analisadas em conjunto, preservando a identidade do participante. Em nenhum momento você será identificada, os resultados da pesquisa serão publicados e a sua identidade continuará preservada. Sendo divulgados dados sociodemográficos para apresentar o perfil do participante e da organização, dados como formação acadêmica, idade, setor que atua, entre outros. No transcorrer da entrevista, a entrevistadora poderá fazer uso de notas, e por alguns instantes não olhará para a entrevistada. Se necessário, a pesquisadora solicitará informações complementares por telefone, *whatsapp*, e-mail, *google meet*, ou pessoalmente.

Esta pesquisa tem duração estimada de 60 minutos. A sua participação é voluntária, não havendo quaisquer incentivos, com a finalidade exclusiva em colaborar com o sucesso da pesquisa e da ciência. Ao estar de acordo com o TCLE, na sua participação será solicitado o seu relato das suas percepções e experiências vivenciadas relacionadas ao objetivo da pesquisa. Sua participação incorrerá em riscos mínimos, como insegurança ou indecisão quanto a melhor resposta. Você é livre para desistir da pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo ou coação.

Após esses esclarecimentos, você aceita de forma voluntária participar desta pesquisa?

() Sim

() Não

_____ Data: ____/____/2024.
Assinatura da Entrevistada

Em caso de alguma dúvida entre em contato com:

1. Pesquisadora responsável

Adriana Maria Corrêa Riedi – Doutoranda

E-mail: adriana.riedi@gmail.com

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1832840468334327>

2. Orientador

Professor Dr. Sérgio Augusto Pereira Bastos

E-mail: sbastos@fucape.br

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2741589118056146>

APÊNDICE B - ROTEIRO PARA A ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO

1. Onde e quando você nasceu (idade)?
2. Relate aspectos da sua história de vida com sua família de origem, pai, mãe, irmãos, desde a infância até o momento adulto.
3. Alguém da sua família de origem (pai, mãe e irmãos) também empreende?
4. **Se solteira:** Que circunstâncias e fatos foram decisivos para que você atuasse na informalidade? Foi por oportunidade ou por necessidade? Houve exemplos? Alguém a inspirou? Foi por oportunidade ou por necessidade? Em que ano você iniciou esse empreendimento?
5. **Se casada** e com/sem filhos, conte a história da família que você formou (cônjuge, filhos).
6. Que circunstâncias e fatos foram decisivos para que você atuasse na informalidade? Foi por oportunidade ou por necessidade? Houveram exemplos? Alguém a inspirou? Foi por oportunidade ou por necessidade? Em que ano você iniciou esse empreendimento?
7. Recebeu algum apoio financeiro para o início do negócio? Fale sobre o capital inicial.
8. Apresente seu negócio, conte de sua rotina, clientes e sentimentos.
9. Qual a renda gerada por esse negócio semanal ou mensal (tomando o salário mínimo vigente pode ser uma média).
10. Qual a sua escolaridade (até que série você estudou)?
11. Quando você tem dúvidas, com quem você se aconselha? Tem mentores?
12. *Como você se sente ao realizar essa atividade na informalidade, pensa em formalizar? Se sim ou não, porquê? Conhece algo sobre MEI?
13. *Discorra sobre o fato de você realizar essa atividade na formalidade. Você identifica vantagens e ou desvantagens?

CAPÍTULO 5

CONCLUSÃO GERAL

O trabalho desenvolvido nesta pesquisa evidenciou a mulher como figura central e articuladora em distintos contextos sociais, destacando, sobretudo, suas próprias histórias como elemento nuclear das narrativas analisadas. Para a construção desse conhecimento, foram evidenciadas múltiplas trajetórias, com destaque para as vivências de mulheres, marcadas pela busca de protagonismo e pela resiliência diante das adversidades impostas pelo cenário político e sociocultural contemporâneo.

No Capítulo 2, intitulado “Legado familiar e empreendedorismo feminino: Do Imprinting à origem do próprio negócio”, verificou-se que as filhas empreendedoras são influenciadas, direta ou indiretamente, pelos seus genitores. O ambiente familiar de negócios oferece vivências significativas que contribuem para o aprendizado pessoal e profissional dessas mulheres, por meio do *imprinting* e da aprendizagem vicária. No entanto, tais influências não se configuram como determinantes exclusivos, uma vez que as decisões de carreira também envolvem o exercício do livre-arbítrio. A pesquisa explorou a interseção entre a Teoria do Empreendedorismo Transgeracional e a Teoria do Imprinting, avançando na compreensão da atuação feminina no empreendedorismo, ao destacar como aspectos herdados, vivências familiares e escolhas individuais se articulam na formação de um mindset empreendedor feminino.

No Capítulo 3, denominado “Saberes ancestrais e resistência coletiva por indígenas mulheres: A formação de uma identidade política coletiva de reexistência no Brasil”, empregou-se a Grounded Theory em conjunto com a Análise de Redes Sociais, resultando na construção de um modelo teórico que posiciona a mulher

indígena como centro articulador da identidade política dos povos originários, bem como agente comunicadora de manifestações culturais, por meio da defesa de direitos, da preservação cultural e do fortalecimento de redes de pertencimento. O modelo proposto integra os conceitos de identidade política, epistemologias indígenas e ativismo digital, destacando a reexistência como elemento central na construção política das mulheres indígenas. Também foi evidenciado o papel estratégico das redes sociais, especialmente o Instagram, como ferramenta de visibilidade e articulação política cotidiana.

No Capítulo 4, intitulado “Identidade empreendedora em ação: Uma análise comparativa entre mulheres na informalidade e na formalidade”, o objetivo foi compreender as trajetórias, motivações e desafios associados ao empreendedorismo feminino, bem como a construção da identidade empreendedora, considerando as especificidades de mulheres atuantes tanto na informalidade quanto na formalidade. As análises revelaram comportamentos similares entre os grupos, mas com divergências marcantes em suas motivações e nas formas de inserção no campo empreendedor. O grupo das informais pauta sua atuação em um empreendedorismo mais afetivo, espontâneo e vinculado a aptidões e paixões significativas, enquanto o grupo das formais apresenta um perfil mais planejado, com forte vínculo à formação acadêmica e à identidade empresarial. As mulheres da informalidade buscam autonomia pela leveza criativa, ao passo que as da formalidade almejam autonomia com disciplina e alto grau de qualificação educacional. Em ambos os casos, o empreendedorismo constitui um caminho de reexistência feminina, sustentado por valores, paixões, autenticidade e projetos de vida orientados à autorrealização.

Nos três estudos, a aplicação da *Grounded Theory* possibilitou a identificação de dimensões agregadas (codificações teóricas), a partir de códigos de primeira e

segunda ordem (ou codificação inicial e focada). Com base nessas codificações, foram analisadas as experiências de filhas de empreendedores, lideranças indígenas femininas e empreendedoras atuantes na formalidade e informalidade, resultando na construção de três modelos teóricos, cada um com teorias emergentes próprias e fundamentações consolidadas.

Algumas limitações foram observadas ao longo das três investigações, especialmente no que diz respeito à subjetividade da pesquisadora na análise qualitativa dos dados. Essa limitação decorre do fato de que a interpretação das histórias e dados é influenciada pelo entendimento, repertório e capacidade analítica de cada pesquisador. Consequentemente, a formação das categorias analíticas pode variar de acordo com a percepção individual quanto ao alinhamento dos dados aos objetivos da pesquisa e ao grau de saturação teórica alcançado. Também se identificaram limitações relacionadas à composição dos sujeitos de pesquisa, incluindo tamanho, características sociodemográficas e diversidade cultural, entre outros fatores. Nesse sentido, os achados não possuem caráter generalizável para toda a população, sendo válidos para os grupos específicos contemplados em cada recorte empírico.

Em suma, o conhecimento produzido nos três artigos que compõem esta tese, centrados na figura da mulher enquanto agente resiliente e protagonista, mostra, de forma complementar, caminhos realizados e potenciais por um almejado protagonismo nos negócios.