

EMPREENDEDORISMO SOCIAL FEMININO: O CASO DO GRUPO DE ARTESÃS REDEIRAS

MARINA DOS SANTOS VIEIRA DA FONSECA¹; FRANCIELLE MOLON DA SILVA²

¹Fundação Universidade do Rio Grande – marinasvfonseca@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – franmolon@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O crescimento do empreendedorismo social, segundo PARENTE et al. (2011), é devido da falta de capacidade dos órgãos públicos em tratar os problemas sociais - devido à ausência de políticas públicas eficientes ou pela sua falta de recursos financeiros - e pela incompetência do mercado, o qual também não responde as necessidades sociais, o que direciona a sociedade civil a fomentar práticas sociais. Os mesmos autores afirmam que, o empreendedorismo social vem sendo difundido como um meio de inovar para que haja a superação dos desafios sociais.

A partir disso, a exclusão social é um desses desafios. A respeito desse assunto, salientam-se as questões de gênero, pois a diferenciação entre homens e mulheres com relação às atividades que exercem, a remuneração a qual recebem e ao tipo de segmento onde se empregam ainda é notória (HUMBERT, 2012). Na comunidade pesqueira não é diferente, pois “a identidade feminina é sempre vista como um reflexo ou apêndice da masculina” (MACHADO, 2009, p. 6). Diante desse cenário, o empreendedorismo social pode auxiliar a inclusão social e profissional feminina bem como ajudar elas a conquistarem sua emancipação e libertação quanto a sua participação no mercado de trabalho (JONATHAN, 2011).

Portanto, torna-se interessante a proposta de um trabalho que aborde as experiências e motivações sobre o processo de criação do grupo de artesãs nomeado Redeiras. Assim, o problema de pesquisa consiste em responder a seguinte questão: Como se constitui um empreendimento de mulheres em uma comunidade pesqueira?

O objetivo geral da presente pesquisa consiste em analisar a experiência do empreendedorismo social das Redeiras - moradoras da Colônia de Pescadores Z3, situadas na cidade de Pelotas/RS – a partir da criação do negócio e das motivações dos atores envolvidos no empreendimento.

Com os objetivos específicos pretende-se: (a) analisar como se deu o processo de criação do empreendimento Redeiras; (b) identificar os agentes que atuam no empreendimento Redeiras; (c) caracterizar o empreendimento Redeiras; (c) investigar as motivações as quais levaram as mulheres a ingressar e permanecer no grupo das Redeiras e; (d) investigar os motivos pelos quais os atores envolvidos no empreendimento Redeiras participam do negócio.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho possui abordagem qualitativa, pois ela possibilita profundidade às informações, flexibilidade, valorização interpretativa, contextualização do ambiente ou entorno, particularidades e vivências únicas (SAMPIERI et al., 2013). Para a realização da pesquisa, o método utilizado é o estudo de caso descritivo o qual permite uma investigação que preserva as características gerais e individuais dos acontecimentos da vida real e relata de

forma minuciosa o fenômeno no seu contexto (ROBERT, 2001).

A coleta de dados conta com (1) a revisão de literatura para a definição do marco referencial teórico, (2) as entrevistas semi-estruturadas com os atores envolvidos no empreendimento e (3) a análise de documentos do empreendimento, a fim de conhecer o negócio desde o seu princípio e como um todo. Quanto à técnica de análise de dados a escolha é a análise de conteúdo que, conforme MORAES (1999, p. 2) é definida como “[...] uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos.”. Além disso, o mesmo autor ressalta que com essa técnica é possível esclarecer mensagens e aprofundar a compreensão dos significados. As interpretações a partir das falas e dos documentos possibilitam aproximar as teorias com as idéias dos sujeitos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO EMPREENDEDORISMO SOCIAL FEMININO

As definições do empreendedorismo social são amplas e dizem respeito à criação de uma atividade inovadora, mas com finalidade social, além de poder ser estruturada no setor privado, no terceiro setor ou em organizações híbridas (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2012).

A partir dessa amplitude do conceito de empreendimento social, as correntes teóricas sobre esse tema dividiram-se de acordo com sua regionalização, situação econômica e social. Na perspectiva norte-americana fala-se em empresa social a qual opera conforme a lógica de mercado, mas com foco em soluções viáveis aos problemas sociais (KERLIN, 2006). Já na perspectiva europeia, GALERA; BORZAGA (2009) tratam da economia social como forma de representar as atividades de organizações da sociedade civil com funções públicas. Por fim, a perspectiva dos países em desenvolvimento utilizam o conceito de negócios sociais ou negócios inclusivos, pois visam reduzir a pobreza e transformar as condições sociais dos indivíduos marginalizados e excluídos (PRAHALAD, 2006).

A participação feminina como gestora e proprietária de seus negócios vem crescendo notavelmente e criando uma nova forma delas inserirem-se no mercado e sobreviver a ele (ROBBINS *apud* DE ARAUJO, 2018). As mulheres apresentam diferentes motivações das masculinas para ter um negócio próprio, tais como: dificuldade de ascensão e frustração profissional (BENNETT; DANN, 2000), possibilidade de conciliação da jornada de trabalho com as tarefas familiares (MALLON; COHEN, 2001) e o desejo de elevar a autoestima (COLLERETTE; AUBRY, 1990). Segundo MACHADO et al (2003), os fatores psicológicos e sociais são os principais motivos da iniciativa feminina a empreender.

Desse modo, a participação feminina na criação de empreendimentos sociais tem aumentado de maneira acentuada (NISHIMURA; ALPERSTEDT; FEUERSHÜTTE; 2012). Isso está acontecendo devido ao fato das mulheres buscarem novas oportunidades de trabalho em ambientes com menos competição além de almejar a qualidade de vida como resultado a ser alcançado (CALAS; SMIRCICH; BOURNE, 2009). Além disso, o perfil da empreendedora social está direcionado a preocupação em cuidar do próximo, ao desejo de realizar uma mudança social e ao interesse pela causa do empreendimento (NISHIMURA; ALPERSTEDT; FEUERSHÜTTE; 2012).

O PAPEL DA MULHER NA COMUNIDADE PESQUEIRA

Na pesca artesanal, o processo de captura é visto como a principal atividade, por isso, é inevitável a associação ao domínio masculino

(WOORTMANN,1992). Entretanto, a atividade de produção da pesca é ampla e envolve tarefas pré e pós captura, onde a mulher participa em várias etapas.

Apesar de ser inegável a presença feminina na pesca, esse grupo é permeado pela invisibilidade, pois não é percebido pela sua comunidade e sociedade, pelos órgãos públicos e privados e, inclusive, por elas próprias enquanto trabalhadoras da pesca (MARTÍNEZ; HELLENBRANDT, 2019).

Dessa forma, ALENCAR (1993) complementa dizendo que a mulher da comunidade pesqueira possui um conhecimento amplo sobre as atividades desse universo, pois além da pesca, ela enfrenta barreiras de gênero para realizar-se como ser social.

Ainda que o trabalho feminino seja imprescindível para que seja possível a continuidade da pesca artesanal, esse não é um tema predominante nas produções científicas que discutem essa atividade (MARTÍNEZ; HELLENBRANDT, 2019). Os estudos que abordam o modo de vida da pesca artesanal pouco salientam o papel das mulheres nesse contexto (WOORTAMANN, 1992) o que gera a escassez de dados sobre esse tema (MANESCHY; SIQUEIRA; ÁLVARES, 2012).

4. CONCLUSÕES

O presente estudo visou compreender as motivações das mulheres e dos agentes envolvidos no processo de criação do empreendimento social das Redeiras, situado na Colônia de Pescadores da Z3, na cidade de Pelotas-RS.

Constata-se que o objetivo maior dos empreendimentos sociais femininos é possibilitar que as mulheres tenham condições dignas de vida ou que elas tenham a oportunidade de não se submeter a lógica do mercado para garantir sua sobrevivência. Além disso, o empreendimento social feminino visa não somente contribuir com a renda, mas principalmente com a libertação feminina a qual deve ser impulsionada através da concessão de políticas públicas adequadas, da formação de redes de apoio e do acesso educação igualitária. Dessa forma, a sociedade como um todo se beneficia, pois novos caminhos e oportunidades são gerados, principalmente aquelas comunidades negligenciadas, mas que possuem a tradição de ser um povo forte e lutador, como as comunidades de pescadores.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALENCAR, E. F. Gênero e trabalho nas sociedades pesqueiras. In: FURTADO, L. G.; LEITÃO, W.; FIÚZA DE MELO, A. (Org.). **Povos das águas: realidades e perspectivas na Amazônia**. Belém: MPEG, 1993, p. 63-81.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 370-384, 2012.
- BENNETT, R.; DANN, S.. The changing experience of Australian female entrepreneurs. **Gender, work & organization**, v. 7, n. 2, p. 75-83, 2000.
- CALAS, M. B.; SMIRCICH, L.; BOURNE, K. A. Extending the Boundaries: Reframing “Entrepreneurship as Social Change” Through Feminist Perspectives. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 552 – 569, 2009.
- COLLERETTE, P.; AUBRY, P. Socio-economic evolution of women business owners in Quebec (1987). **Journal of Business Ethics**, v. 9, n. 4-5, p. 417-422, 1990.
- DE ARAÚJO, I. T. et al. Empreendedorismo Feminino: o contexto social e perfil de mulheres no nordeste brasileiro. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 6, p. 108-127, 2018.

- GALERA, G.; BORZAGA, C. Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation. **Social enterprise journal**, v. 5, n. 3, p. 210-228, 2009.
- HUMBERT, A. L. Women as social entrepreneurs. 2012. 12 f. **Working Paper 72**, University of Birmingham, Birmingham, 2012.
- JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, n. 1, 2011.
- KERLIN, J. A. Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 17, n. 3, p. 246, 2006.
- MACHADO, H. V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE-eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-22, 2003.
- MACHADO, M. F. Entre a Terra e o Mar: O Trabalho das Mulheres nas Comunidades Pesqueiras no Brasil. **O portal dos psicólogos**, 2009.
- MALLON, M.; COHEN, L. Time for a change? Women's accounts of the move from organizational careers to self-employment. **British Journal of Management**, v. 12, n. 3, p. 217-230, 2001.
- MANESCHY, M. C.; SIQUEIRA, D.; ÁLVARES, M. L. M. Pescadoras: subordinação de gênero e empoderamento. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 20, n.3, p. 713-737, set/dez. 2012.
- MARTÍNEZ, S. A.; HELLENBRANDT, L. M. Mulheres na Atividade Pesqueira no Brasil: uma introdução. In: MARTÍNEZ, S. A.; HELLENBRANDT, L. (Org). **Mulheres na atividade pesqueira no Brasil**. Campos dos Goytacazes, RJ : EDUENF, 2019, p. 9-19.
- MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação, Porto Alegre**, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.
- NISHIMURA, M.; ALPERSTEDT, G. D.; FEUERSHÜTTE, S. G. Empreendedorismo Social Feminino: Uma Pesquisa a Partir da História de Vida de Mulheres Empreendedoras. In.: **XXXVI Encontro da ANPAD**, 2012, Rio de Janeiro. Anais [...] Rio de Janeiro: Anpad, 2012. p. 22 - 26.
- OPUSZKA, P. R.. Grasping the concrete reality: popular cooperativism and artisanal fishing in the southern Brazil. **Education and Science Without Borders**, v. 4, n. 6, p. 22, 2012.
- PARENTE, C. et al. Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. In: **XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização**, 2011, Anais [...] Lisboa, 2011, p. 268-282.
- PRAHALAD, C. K. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid**. Pearson Education India, 2006.
- ROBERT, Y. I. N. et al. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. Penso, 2013.
- SEELOS, C.; MAIR, J.. Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. **Business horizons**, v. 48, n. 3, p. 241-246, 2005.
- WOORTMANN, E. F. Da complementaridade à dependência: espaço, tempo e gênero em comunidades “pesqueiras” do nordeste. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 7, n. 18, p. 38-52, 1992.