



Artigo:

Mulheres na ciência: elas e o mercado empreendedor dos desafios ao sucesso

Women in science: them and the entrepreneurial market from challenges to success

Mujeres en la ciencia: ellas y el mercado emprendedor del desafío al éxito



SILVA, M.N.S.; et al.

Maria Nycole Souza da Silva
Maria Eduarda da Silva Leite
Maria Jhenifer Leitão da Silva
Luana Magda Viana Dantas de Mesquita
Antonia Edivânia Lima da Silva Canja

Resumo

O presente estudo teve como objetivo investigar a trajetória do empoderamento feminino na sociedade, analisando o progresso das mulheres nas esferas política, econômica e social, assim como a contínua batalha para atingir objetivos tanto na carreira quanto na vida pessoal. Através da aplicação de teorias científicas pertinentes, orientou-se a metodologia desta pesquisa, que se efetivou por um levantamento quantitativo e estudo de campo, entrevistando mulheres em situação local que exemplificam o empoderamento, culminando em uma amostra intencional não aleatória.

Palavras- Chaves: Empoderamento, Mulher, Mercado Empreendedor, Sociedade.

Ets Communicate
Revista de Comunicação, Linguagens e Sociedade
Educare et Sabere
e-ISSN: 2965-4203
Periodicidade: Fluxo Contínuo
n.3, v.2, 2024

URL: <https://esabere.com/index.php/ecommunicate>



Esta obra está sob Licença Internacional Creative Commons 4.0.
Copyright (c) do(s) Autor(es)

SILVA, M.N.S.; et al.. Mulheres na ciência: elas e o mercado empreendedor dos desafios ao sucesso. **Ets Communicate** - Revista de Comunicação, Linguagens e Sociedade, Curitiba, n.3, v.2, p.1-19, 2024. e-ISSN 2965-4203

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12735074>

Abstract

The presente study aimed to investigate the trajectory off emale empowerment in Society, analyzing women's progress in the political, economic and social spheres, as well as the continous battle to achieve goals in both their carrer and personal life. Through the application of relevant scientific theories, the methodology of this research was guided, which was carried out through a quantitative survey and field study, interviewing women in a local situation who exemplify empowerment, culminating in a local situation who.

Keywords: Empowerment, Women, Entrepreneurial Market, Society.

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo investigar la trayectoria del empoderamiento femenino en la sociedad, analizando el progreso de las mujeres en las esferas política, económica y social, así como la batalla continua por alcanzar metas tanto en su carrera como en su vida personal. A través de la aplicación de teorías científicas relevantes se guió la metodología de esta investigación, la cual se llevó a cabo a través de una encuesta cuantitativa y estudio de campo, entrevistando a mujeres de situación local que ejemplifican el empoderamiento, culminando con una muestra intencional no aleatoria.

Palabras clave: Empoderamiento, Mujeres, Mercado Emprendedor, Sociedad.

INTRODUÇÃO

Inicialmente, o papel da mulher na sociedade tem sido discutido e refletido atualmente, mesmo com os avanços relacionados a inclusão de gênero, as mulheres vêm enfrentando diversos obstáculos, sendo necessário provar para a sociedade de que são capazes de realizar todos os seus objetivos, como quaisquer indivíduo, garantindo sua saúde física e mental, segurança e bem-estar. Essa aprovação é proveniente de um sistema machista que ao longo da história barrou o processo de participação e atuação das mulheres no corpo social. Portanto, é nessa condição de luta, que surge o empoderamento feminino, compreendido pela busca contínua das mulheres por espaço e autonomia em diferentes espaços sociais, como a educação, economia, ciência e política.

Essa pesquisa foi idealizada com o intuito de obter informações acerca da trajetória de mulheres que ao longo da história tem conquistado espaço e ganhou destaque em áreas como as ciências, tecnologia, engenharia, matemática, política e mercado empreendedor, assim como, entender o quanto o empoderamento feminino ganhou força entre essas mulheres.

O estudo presidiu a procura por menções de mulheres que buscam sua independência, que implementaram condições para que elas percebam seu espaço na sociedade, não como um embate de poderes para ficarem à frente dos homens, mas para afirmar que as oportunidades são igualitárias. Pois, essa autonomia e emancipação que elas lutam para conseguir vai além da estrutura familiar.

A pesquisa tem o objetivo de apresentar o processo de empoderamento das mulheres em inúmeros espaços da sociedade atual que se destacaram nas áreas de

ciências, tecnologia, economia e política e como objetivo específico explorar o papel das mulheres no mercado empreendedor, os principais desafios que as mulheres enfrentam na ciência e no empreendedorismo e como esses desafios afetam seu sucesso, entendendo como elas se sentem ao serem protagonistas de suas histórias, e como indivíduos capazes de enfrentar tanta desigualdade.

O trabalho é constituído por cinco partes, a primeira é apresentada a introdução contendo o problema, a justificativa, hipótese e os objetivos gerais e específicos. A segunda parte traz a fundamentação teórica abordando citações de autores de acordo com o tema. A terceira parte são os procedimentos metodológicos e técnicos, a coleta de dados através de entrevistas, questionários com grupos focais onde mostra as técnicas utilizadas para a elaboração da pesquisa. Na quarta apresenta a análise de dados, no qual relata os resultados da pesquisa e a quinta parte a conclusão.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empowerment, conceito de empoderar-se, ter liberdade de expressão, opiniões, tomada de decisões e participar ativamente de uma organização ou instituição. O termo de origem inglesa com o significado de dar poder a alguém. Segundo Chiavenato (1999):

Empowerment é um conceito do qual muito se fala, mas pouco se pratica. Seu objetivo é simples: transmitir responsabilidade e recursos para todas as pessoas a fim de obter a sua energia criativa e intelectual, de modo que possam mostrar a verdadeira liderança dentro de suas próprias esferas individuais de competência, e ao mesmo tempo, ajudá-las a enfrentar os desafios globais de toda a empresa. O empowerment busca a energia, o esforço e a dedicação de todos e tirar do gerente o antigo monopólio do poder, das informações e do desenvolvimento.

Por tanto, o empowerment é definido por Araújo (2001) como “o fortalecimento do poder de decisão dos indivíduos de uma empresa, ou a criação de tomada de decisões para os indivíduos”. De acordo com o pesquisador, o poder nas organizações e instituições pode ser alterado sempre que necessário, visando a qualidade das tomadas de decisões.

No tocante ao empowerment dentro do empoderamento feminino corresponde a dar poder às mulheres, para que elas inicialmente se conheçam melhor individualmente e por intermédio desse autoconhecimento descubram e conquistem seu papel na sociedade, já que ao longo de anos as mulheres eram condicionadas, direcionadas, educadas e destinadas às tarefas domésticas como, cuidar do lar, a ser mãe, dedicar-se ao marido. Enquanto os homens tinham as atividades voltadas para o espaço público. Por isso, o comportamento assim como os ideais esperado pelo homem é o de provedor financeiro da família, o papel da mulher era desenvolver as atividades de cuidadora do lar. (FERRARI, 2013).

CONCEITO DE EMPODERAMENTO FEMININO

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhuma condição biológica, psíquica, econômica de fato define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto, isto é, o meio, a civilização que forja essa imagem intermediário entre o macho e o que qualificam de feminino. (BEAUVOIR, 1980, p.99). Esse conceito revela que quando nascemos não temos noção de que gênero somos e ao passar dos dias e o tempo somos norteados a seguir o que a sociedade impõe.

Del Priori (2010) afirma que a mulher sendo o padrão de conduta e moralidade a ser seguido pelo resto do micro e macro sociedade em que ela fazia

parte. A mulher tinha que se comportar e ser o padrão de perfeição, sendo o que a autora chamou de “a fabricação da santa mãezinha”. (DEL PRIORI, 1993, p.105.)

Durante esse processo a mulher acabou se colocando em segundo plano por se sentir oprimida pela sociedade “a mulher interiorizou essa repressão e seu processo de interiorização é histórico-cultural”, o que “é resulta em sua baixa estima, o que a coloca no papel de servidora/escrava do outro e a faz auto sabotar seu potencial.” Por isso, a autoestima da mulher é algo que ela precisa saber lidar, pois de nada adianta conquistar o mundo, sem estar bem consigo mesma.

O empoderamento feminino é um termo que significa que a mulher deve tomar para si seus direitos, revestindo-se e investindo-se de poder, porque “luta por seus direitos quem os reconhece, mas acima de tudo, que se reconhecem como dignos deles. (FERRARI, 2013, p. 3).

De acordo com Stefanny Lima, do Portal nossacausa.com, empoderar é “engrandecer” uma menina ou uma mulher no degrau de cima, contribuir para que conquistem seus espaços, seja de fala ou de trabalho. Não menos importante: enaltecer a si mesma.” O empoderamento começa quando a mulher olha para dentro de si e aprende a respeitar e ter empatia diante a outras mulheres, quando acontece a sororidade, uma união que quebra qualquer tabu.

AUTONOMIA DA MULHER E SOCIEDADE ATUAL

O papel da mulher na sociedade é ser protagonista da sua vida e escolher qual caminho deve trilhar. Por muito tempo, foi condicionado pela sociedade que o papel da mulher seria o de se casar, cuidar da casa e ser submissa ao marido. Nos anos 1960, a contracepção e uma revolução cultural transformaram profundamente

a situação das mulheres em todos os países ocidentais. Hoje, a mulher só é mãe ou esposa se escolhe ser, e seus direitos estão sendo mais reconhecidos e visíveis.

Essa transformação do papel da mulher na sociedade seguiu as mudanças econômicas, científicas e sociais durante os Trinta Anos Gloriosos e causou parte das reações desencadeadas pelos movimentos de 1968. No entanto, não podemos esquecer que, em muitas partes do mundo, o modelo patriarcal e social continua sendo uma regra bem estabelecida, que impede a mulher de ter acesso à educação, ao emprego e, assim, à emancipação.

Empreendedorismo feminino é o termo usado para descrever as mulheres que criam, lideram e administram empresas. Elas fazem isso para buscar independência financeira, contribuir para o crescimento econômico e social, e incentivar a equidade de gênero.

O empreendedorismo feminino tem uma longa história, mas se tornou mais notório durante a Segunda Guerra Mundial. Com os homens participando da guerra, as mulheres tiveram que ocupar várias funções que eram feitas por eles anteriormente. Elas não só trabalharam nas fábricas, mas também administraram empresas familiares e começaram seus próprios negócios. Esse período de mudança econômica e social iniciou um movimento crescente de mulheres buscando independência financeira e oportunidades de negócios.

O empreendedorismo feminino é uma tendência crescente que abrange negócios criados, idealizados ou liderados por mulheres. No Brasil, o Sebrae possui um programa denominado Sebrae Delas, que apoia, reconhece e acelera a trajetória de mulheres empreendedoras, fornecendo orientação e motivação para que elas possam vender mais, ampliar lucros, atrair novos clientes e ter sucesso nos negócios.

A diferença salarial entre homens e mulheres no Brasil é um assunto de grande importância social e econômica. Essa desigualdade social é enorme, mesmo com a mulher mostrando que pode fazer qualquer coisa, até liderar em uma organização.

O IBGE divulgou em 08 de março de 2012 um estudo sobre a participação da mulher no trabalho. O dado revela que as mulheres ganham menos que os homens, mesmo fazendo as mesmas tarefas e tendo a mesma qualificação. Apesar das lutas das mulheres por seus direitos na sociedade e no trabalho, elas ainda sofrem desvalorização.

Há inúmeras dificuldades da sociedade e das organizações entenderem que as mulheres não são mais aquele padrão de perfeição, que elas querem ser respeitadas independente das suas escolhas. A imagem feminina que é construída na imprensa operária é de que estas são românticas, sensíveis, frágeis, ingênuas, ao contrário do homem, dotado de razão, símbolo da força e da coragem, princípios objetivos da humanidade, ativo e poderoso (CAVALCANTI, 1997, p.61).

As barreiras enfrentadas pelas mulheres para participar do mundo dos negócios eram sempre muito grandes, independentemente da classe social a que pertencessem. Da variação salarial à intimidade física, da desqualificação intelectual ao assédio sexual, elas tiveram sempre de lutar contra inúmeros obstáculos para ingressar em um campo definido pelos homens como naturalmente masculino (DEL PRIORE, 1997, p. 581-582).

De acordo com Vilas Boas, Neto e Cramer (2003) “a burocratização e formalização das organizações tendem ao favorecimento masculino”, tendo em vista que até pelo lado financeiro é mais benéfico para as instituições investirem em um funcionário que terá tempo e vida útil mais longa na empresa, até porque ainda

julgam o lado da maternidade e os dias em que as mulheres menstruam. Além disso, de acordo com Paulilo (1987) “o trabalho doméstico consome uma energia incalculável, e é um trabalho invisível aos olhos sociais e familiares, debilitando, às vezes, os afazeres dentro da organização.”

Com todo esse desafio enfrentado pelas mulheres, pode-se dizer que a determinação delas para vencer todos os obstáculos, não as diminuem. Pelo contrário, elas continuam lutando pelos seus direitos e conquistando seus lugares no mercado de trabalho e na sociedade.

De várias formas, a sociedade resistiu e adiou essa manifestação do empoderamento e a ascensão de lideranças femininas no setor decisório da hierarquia.

Muito recentemente a figura da “mulher pública” foi dissociada da imagem da prostituta e pensada sob os mesmos parâmetros pelos quais se pensa o “o homem público”, isto é, enquanto ser racional dotado de capacidade intelectual e moral para a direção dos negócios da cidade. Pelo menos até a década de sessenta, acreditava-se que a mulher, sendo feita para o casamento e para a maternidade, não deveria fumar em público ou comparecer a bares e boates desacompanhadas, e a política era considerada assunto preferencialmente masculino. (DEL PRIORE, 1997, p. 604).

Durante toda a história as mulheres eram vistas somente como um objeto para agradar e servir para atividades domésticas, ao marido e aos filhos, não tendo participação nos negócios familiares, pois os homens eram impostos como patriarcal familiar. Ao longo de muito tempo as mulheres eram subordinadas aos homens, e só tinham papel na sociedade como um enfeite ao lado deles.

Eles mostram que, como a burguesia quer que a mulher fique de olho no Lar, esses anarquistas dificultam a presença feminina nas organizações de classe, nos

sindicatos e nos espaços produtivos, confinando seu papel ao espaço definido pelos homens: os afazeres domésticos e a maternidade (CAVALCANTI, 1997, p. 66).

As mulheres não passam o sentimento agressivo e não desejam vencer pela força bruta. É da natureza da mulher ser mais maleável, educada e pensar antes de agir. Por esses motivos, a sociedade muitas vezes entende que os homens têm mais força e autonomia para resolver questões.

Pouco importam os vários artigos que na imprensa operária cobram uma maior participação feminina nos movimentos reivindicativos da classe. Na prática, esses movimentos eram controlados pelo sexo masculino, que certamente tinham maior liberdade de circulação, maior acesso à informação e maior organização entre si. As mulheres deveriam participar enquanto filhas, esposas ou mães, isto é, na condição de subordinadas aos líderes. (RAGO, 185, p. 64).

Como mostrado no caderno de Formação Gênero e autonomia econômica para as mulheres (MMIRDH):

O patriarcado funciona através de dois princípios: a noção de que as mulheres são propriedade dos homens e, por isso, deveriam estar sempre a serviço deles e nunca poderiam dizer não, e a divisão das mulheres em duas categorias: “santas” e “pervertidas”.

Mulheres que antes brigavam por atenção masculina e se odiavam e julgavam, agora buscam se unir para se compreenderem. Mas muitas famílias ainda são patriarcais. As mulheres estão buscando o seu empoderamento, não para superar os homens ou ocupar o lugar deles, mas sim para garantir seus direitos iguais, poder participar da política, das organizações, do seu lar, financeiramente e em outros aspectos. No entanto, a sociedade ainda não reconhece que o sexo

feminino pode desempenhar um papel tão eficiente quanto aos homens na sociedade.

A ONU Mulheres (órgão da ONU para as questões de gênero) estabeleceu sete princípios de empoderamento das mulheres para promover ações por um mundo mais equitativo e justo, seus princípios são:

1. Estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero.
2. Tratar mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitar e apoiar os direitos humanos e a não discriminação.
3. Garantir saúde, segurança e bem-estar das trabalhadoras e trabalhadores.
4. Promover a educação, a capacidade e o desenvolvimento profissional das mulheres.
5. Apoiar o empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de fornecedores e de comunicação e marketing.
6. Promover a igualdade por meio de iniciativas voltadas às comunidades e do engajamento social.
7. Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero.

Para ter mais mulheres participando da economia, política e comunidade, é preciso praticar esses princípios nas empresas e na sociedade. Assim, elas se sentem mais confiantes, energizadas e experientes em seus desafios. Todos os princípios de empoderamento melhoram o setor privado, a educação, a igualdade de gênero no trabalho, no mercado e na sociedade.

METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa exploratória sobre este assunto, que apesar de relevante, é pouco conhecido pela sociedade. A pesquisa exploratória busca gerar

conhecimento em áreas pouco sistematizadas. Por sua característica de explorar, não tem hipóteses prévias que, porém, poderão aparecer durante ou depois da pesquisa (VERGARA, 1998).

De acordo com Mattar (1996), a pesquisa exploratória é adequada para as fases iniciais de estudo quando o pesquisador tem, normalmente, pouco ou nenhum conhecimento, entendimento e intimidade com o fenômeno em questão.

Para a pesquisa, é proposto um estudo de campo. Gil (2008) diz que esse método surgiu na Antropologia e é muito usado em outras áreas, como sociologia e administração. A estratégia é investigar profundamente como as mulheres se empoderaram nas organizações e na sociedade.

Esta é uma pesquisa qualitativa, baseada em entrevistas com mulheres para confirmar o que o artigo afirma. Bogdan (2003) diz que a pesquisa qualitativa usa dados descritivos, coletados pelo pesquisador na situação estudada, foca mais no processo do que no resultado e busca representar o ponto de vista dos participantes.

Foram entrevistadas mulheres consideradas empoderadas e empreendedoras no distrito de Vazantes, localizado no município de Aracoiaba- Ceará para fazermos a pesquisa. Segundo Duarte (2005), apud Fontana & Frey (1994), “a entrevista é um meio comum e poderoso de entendermos nossa condição humana”. Essa citação sugere que a entrevista ajuda a compreender melhor os conceitos e opiniões sobre o tema tratado.

Esta pesquisa usou uma amostra não aleatória, baseada na conveniência, ou seja, as mulheres entrevistadas foram escolhidas por suas atitudes de empoderamento e empreendedorismo na sociedade.

A amostragem não probabilística pode ser usada, de acordo com Costa Neto (1977), quando, mesmo podendo abranger toda a população, escolhemos a amostra de uma parte que seja mais fácil de acessar.

ANÁLISE DE DADOS – PERFIL DAS ENTREVISTAS

Entrevistamos cinco mulheres empreendedoras e empoderadas da comunidade local. A primeira é agricultora e vendedora de verduras, legumes e churrasco em sua casa. Ela faz parte do projeto social, vinculado a Fundação Fé e Alegria- Vazantes, tendo por objetivo apoiar famílias locais em condições de vulnerabilidade econômica a ter independência financeira através da agricultura familiar.

“Como a única mulher do grupo, enfrentei muitas dificuldades os homens da equipe diziam que eu não daria conta, mas eu continuei firme. Hoje sou a única do primeiro grupo que está há mais de cinco anos no projeto, trabalhando na horta de verduras e legumes. Fiquei orgulhosa de continuar no trabalho, sem desistir. No começo, os homens que trabalhavam comigo duvidavam da minha capacidade, força de trabalho braçal, organização financeira e gerenciamento, mas eu não desisti.”

Ela é uma mulher que luta, que sustenta sua família e que empreende no mercado local. Com sua demonstração de perseverança, coragem, determinação e autonomia, ela inspira outras mulheres da comunidade a procurarem sua independência financeira, mesmo com os desafios de criar seu próprio negócio e conciliar duas jornadas de trabalho.

A entrevistada seguinte é uma microempreendedora independente que começou seu negócio com a abertura de um bar na região, e depois ampliou sua

oferta de serviços, incluindo atualmente, além do bar, uma sorveteria e açaiteria, serviços de buffet e um mercadinho de variedades.

“Sempre fui uma mulher independente e gostei de vendas e contato com o público. Trabalhei em outra área por dez anos, me formei em Recursos humanos e trabalhei com carteira assinada, mas não era feliz na profissão. Por isso, escolhi mudar tudo e seguir meu verdadeiro sonho. Sempre fui ousada, buscando o novo e o incrível. Meu negócio é a realização dos meus sonhos, com meu empreendimento posso ajudar toda a minha família que sempre me apoiou e incentivou e trabalha comigo, também posso gerar renda para pessoas da minha comunidade com a expansão de meus serviços posso aumentar minha equipe e capacitá-la.

Enfrentei vários desafios no começo, como a escassez de materiais para montar o meu bar, que é o meu espaço de lazer. As cadeiras e mesas eram emprestadas e o local onde eu funcionava era alugado. Mas isso não me fez desanimar. Eu percebia que algumas pessoas, especialmente homens, duvidavam de mim e do meu trabalho, por eu ser mulher. Eles achavam que eu não tinha competência ou habilidade para gerenciar um bar. Mas eu nunca me deixei abater por ninguém. Fui firme e valente e hoje tenho uma rede de serviços diversificada e sonho em expandir o meu negócio para outras áreas além da minha comunidade.”

Ela é um exemplo de força, determinação, energia e autonomia. Suas ideias inovadoras a fizeram uma grande empreendedora, superando todas as barreiras do machismo e preconceitos e conquistando sua independência financeira e pessoal. Ela sabe que pode estar onde quiser e que nada, ninguém e nenhum sistema pode impedir seus sonhos e realizações.

A terceira entrevistada é uma empreendedora que, com sua família, criou um negócio modesto de grande valor para a comunidade, especializado na venda de vestuário feminino que visa promover autoestima e bem-estar entre suas clientes.

A quarta entrevistada é uma mulher sem experiência prévia em empreendedorismo, dedicada ao trabalho doméstico e aos cuidados da família. Após a morte do marido, com limitado apoio dos filhos, ela persistiu no negócio de vendas iniciado por ele, superando sua inexperiência no mercado e dando continuidade à empresa.

A quinta mulher, uma maquiadora freelancer, se esforçou para ganhar reconhecimento no seu trabalho, usando a maquiagem não para ocultar, mas para revelar as múltiplas facetas da identidade feminina e enfatizar ainda mais sua beleza.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O objetivo desta entrevista era verificar o entendimento sobre empoderamento feminino entre as participantes, e todas as cinco confirmaram claramente que ele representa a liberdade de ser quem desejam e tomar decisões independentes em qualquer contexto. Uma entrevistada articulou perfeitamente o consenso do grupo.

Trata-se da liberdade de nossa voz ser ouvida em qualquer ambiente com a segurança adequada, isto é, a capacidade que adquire de exercer controle sobre minhas relações e atividades, independentemente das escolhas feitas.

A indagação central é se essas mulheres reconhecem a significância de seu papel na sociedade. Três entrevistadas percebem que sua contribuição é

significativa, vendo-se como mulheres comprometidas em compreender e auxiliar outras mulheres.

Algumas entrevistadas relataram terem problemas em falar sobre si mesmas, entretanto, todas elas têm o intuito de encorajar mulheres através de atos ou movimentos. Uma delas declarou: “se uma menina está me ouvindo, quero ser um bom exemplo e transmitir coisas positivas para ela e deixar meu conselho de que não desista diante das dificuldades, elas existem para serem vencidas”.

Durante as entrevistas, comentaram sobre a relação delas com os padrões sociais. As cinco concordam que não se conformam a esses padrões e, apesar das barreiras persistentes, optam por estilos e comportamentos que preferem. É reconhecido que os padrões representam um desafio para as mulheres, já que estamos em um processo contínuo de evolução nessas questões, entendendo que as contribuições femininas à sociedade vão além de cumprir um ideal de perfeição. Uma das entrevistadas menciona:

Gostaria de dizer que os padrões não me afetam, mas eles continuam a ter um efeito sobre mim. Eu me esforço para superá-los, especialmente no que diz respeito ao reconhecimento do meu trabalho. Lutar contra essas limitações é algo com o qual lido todos os dias.

Na sociedade, a todo instante a mulher é inferiorizada perante o homem, principalmente quando elas ocupam cargos de liderança ou poder, as entrevistadas relataram suas experiências enquanto mulheres e como alcançaram seu lugar na sociedade. Elas enfatizaram que foi necessário lutar arduamente, demonstrar constantemente sua competência em qualquer atividade e assegurar respeito, especialmente em relação ao próprio trabalho e ao seu corpo.

Uma das entrevistadas enfatiza que, como muitas mulheres, ela passou por numerosos desafios, especialmente decorrentes de sua condição feminina, em uma de suas falas diz que a falta de “credibilidade, humilhações, preconceitos são ações recorrentes, na maioria por parte de homens.”

Ao falar sobre as influências femininas em suas vidas, duas participantes mencionaram mulheres que exemplificaram uma postura de empoderamento que inicialmente não compreenderam ou escolheram seguir. Uma participante destacou sua mãe como uma referência inspiradora por incentivá-la a continuar lutando pelos seus sonhos. As outras mencionaram mulheres que lhes ensinaram a relevância de desafiar a conformidade e ir atrás de seus objetivos com determinação, apesar das expectativas da sociedade.

CONCLUSÃO

Ao realizar a pesquisa, procurou-se explorar o contexto cultural e histórico sobre as mulheres, visando compreender em que momento o movimento de empoderamento feminino começou a se fortalecer.

Historicamente, percebe-se que as mulheres eram frequentemente relegadas a papéis menores na sociedade, sendo desde cedo condicionadas a se dedicar aos afazeres domésticos, ao cuidado com os filhos e ao suporte dos maridos. A mulher que não obedecia a esse padrão imposto pela sociedade machista, tinha uma imagem pejorativa, eram chamadas de “bruxas” e “imorais”. Ao longo do tempo, essas mulheres começaram a entender que poderiam transcender os padrões estabelecidos pela sociedade, se mobilizaram e perseguiram seus próprios objetivos e desejos. Esses movimentos alcançaram, em certo sentido, a igualdade de gênero, permitindo que as mulheres pudessem sair para estudar, trabalhar e tomar suas

próprias decisões. Apesar de todos os progressos alcançados, devemos enfatizar que existem áreas significativas para melhoria, visto que as mulheres continuam a enfrentar desigualdades sociais, tanto no ambiente profissional quanto em seus lares.

É evidente que a desigualdade de gênero persiste tanto no ambiente organizacional quanto na sociedade; mulheres ainda são minoria em posições de liderança. Mesmo demonstrando capacidade para executar tarefas com eficiência igualitária, elas enfrentam preconceitos e julgamentos sobre seu comportamento, força e postura.

As evidências sugerem que o empoderamento feminino vem da reivindicação de direitos, autoaceitação, apoio entre as mulheres e o engajamento no movimento coletivo, resumido pela frase "não desista", citada por uma das participantes.

Assim, percebe-se que o empoderamento feminino é uma rota para as mulheres alcançarem sua posição na sociedade, tendo poder de voz e livre expressão, além de se reconhecerem e aceitarem suas próprias identidades e corpos. Este empoderamento inclui também aspectos econômicos, inserindo mulheres em posições de liderança e poder, permitindo que elas construam suas próprias narrativas, superando a tradicional visão secundária da mulher. Durante um período considerável, somente os homens eram reconhecidos, detinham o poder, produziam conteúdo e constituíam as figuras notórias nas esferas sociais e culturais. Ao encorajar mulheres a criar conteúdo, compartilhar sucessos e apresentar suas perspectivas, fortalecemos outras para que lutem por mudanças, se afirmem e tomem decisões autônomas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO, Luis César G. De. **Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional: arquitetura, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia.** São Paulo: Atlas, 2001.

BEAUVOIR, Simone. **O Segundo sexo – fatos e mitos; tradução de Sérgio Milliet.** 4 ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1980.

BOGDAN, R. S.; BIKEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos.** 12^a. ed. Porto: Porto, 2003.

CAVALCANTI, Jardel. **Os anarquistas: e a questão da moral.** Campinas: Cone Sul, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

COSTA NETO, P. L. O. **Estatística.** São Paulo: Edgard Blücher, 1977.

DEL PRIORE, Mary. **Ao sul do corpo: condição feminina, maternidade e mentalidades no Brasil Colônia.** Rio de Janeiro: José Olympio, Edunb, 1993.

_____. **História das mulheres no Brasil.** 2^a ed. São Paulo: Contexto, 1997.

_____. **História das crianças no Brasil.** 7^a ed. São Paulo: Contexto. 2010.

DUARTE, M. Y. M. **Estudo de caso.** In: **BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Pedro: Atlas, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** – 6^a ed. São Paulo: Atlas, 2008.