

SÉRGIO RICARDO SIANI  
(ORGANIZADOR)

A ECONOMIA DA AMAZÔNIA E O  
PAPEL DA MULHER NO MERCADO DE  
TRABALHO  
DESAFIOS E OPORTUNIDADES



Rfb  
Editora

**A ECONOMIA DA AMAZÔNIA  
E O PAPEL DA MULHER NO  
MERCADO DE TRABALHO:  
Desafios e Oportunidades**



Todo o conteúdo apresentado neste livro é de  
responsabilidade do(s) autor(es).

Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-SemDerivações  
4.0 Internacional.

Nossa missão é a difusão do conhecimento gerado no âmbito acadêmico  
por meio da organização e da publicação de livros científicos de fácil  
acesso, de baixo custo financeiro e de alta qualidade!

Nossa inspiração é acreditar que a ampla divulgação do conhecimento  
científico pode mudar para melhor o mundo em que vivemos!

*Equipe RFB Editora*

Sérgio Ricardo Siani  
(Organizador)

# A ECONOMIA DA AMAZÔNIA E O PAPEL DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: Desafios e Oportunidades

1ª Edição

Belém-PA  
RFB Editora  
2023

© 2023 Edição brasileira  
by RFB Editora  
© 2023 Texto  
by Autor  
Todos os direitos reservados

RFB Editora  
CNPJ: 39.242.488/0001-07  
www.rfbeditora.com  
adm@rfbeditora.com  
91 98885-7730

Av. Governador José Malcher, nº 153, Sala 12, Nazaré, Belém-PA,  
CEP 66035065

**Editor-Chefe**

Prof. Dr. Ednilson Souza

**Diagramação**

Worges Editoração

**Capa**

Organizador

**Revisão de texto**

Autores

**Bibliotecária**

Janaina Karina Alves Trigo Ramos

**Produtor editorial**

Nazareno Da Luz

**Catálogo na publicação**

Elaborada por **Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166**

E19

A economia da Amazônia e o papel da mulher no mercado de trabalho: desafios e oportunidades / Sérgio Ricardo Siani (Organizador). – Belém: RFB, 2023.

16x23 cm  
Livro em PDF

ISBN 978-65-5889-578-7  
DOI 10.46898/rfb.f6b38711-55bb-44ed-a5d5-347a231b4841

1. Feminismo. 2. Amazônia. I. Sérgio Ricardo Siani (Organizador). II. Título.

CDD 305.42

Índice para catálogo sistemático

I. Feminismo

## **Conselho Editorial**

Prof. Dr. Ednilson Sergio Ramalho de Souza - UFOPA  
(Editor-Chefe)

Prof. Dr. Laecio Nobre de Macedo-UFMA

Prof. Dr. Aldrin Vianna de Santana-UNIFAP

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Raquel Silvano Almeida-Unespar

Prof. Dr. Carlos Erick Brito de Sousa-UFMA

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ilka Kassandra Pereira Belfort-Faculdade Laboro

Prof<sup>a</sup>. Dr. Renata Cristina Lopes Andrade-FURG

Prof. Dr. Elias Rocha Gonçalves-IFF

Prof. Dr. Clézio dos Santos-UFRRJ

Prof. Dr. Rodrigo Luiz Fabri-UFJF

Prof. Dr. Manoel dos Santos Costa-IEMA

Prof.<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Isabella Macário Ferro Cavalcanti-UFPE

Prof. Dr. Rodolfo Maduro Almeida-UFOPA

Prof. Dr. Deivid Alex dos Santos-UEL

Prof.<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Maria de Fatima Vilhena da Silva-UFPA

Prof.<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Dayse Marinho Martins-IEMA

Prof. Dr. Daniel Tarciso Martins Pereira-UFAM

Prof.<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Elane da Silva Barbosa-UERN

Prof. Dr. Piter Anderson Severino de Jesus-Université Aix Marseille



# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	9
<b>CAPÍTULO 1</b>	
O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO IMPULSIONADOR DAS VENDAS NO RAMO DA MODA EM RONDON DO PARÁ .....	11
<b>CAPÍTULO 2</b>	
EMPODERAMENTO FEMININO NO PARÁ: TRAJETÓRIAS DE VIDA .....	47
<b>CAPÍTULO 3</b>	
DIFICULDADES ENFRENTADAS POR MULHERES-MÃES AO RETORNAREM AO MERCADO DE TRABALHO EM RONDON DO PARÁ .....	81
<b>CAPÍTULO 4</b>	
EMPREENDEDORISMO FEMININO E OS SEUS DESAFIOS EM RONDON DO PARÁ-PA.....	115
<b>CAPÍTULO 5</b>	
O MINISTÉRIO PASTORAL FEMININO NA REGIÃO NORTE DO BRASIL: DISCUSSÕES E CONTRADIÇÕES.....	141
ÍNDICE REMISSIVO.....	183



# APRESENTAÇÃO

**A**presentamos o livro “Economia da Amazônia e o Papel da Mulher no Mercado de Trabalho: Desafios e Oportunidades”, que é uma coletânea de quatro trabalhos de conclusão de curso de alunos da graduação em Administração da UNIFESSPA - Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará.

Este livro apresenta uma visão ampla sobre a economia da Amazônia, explorando a importância da região para o desenvolvimento econômico do Brasil e destacando os desafios enfrentados pelos empresários e trabalhadores locais. Além disso, o livro destaca o papel fundamental que as mulheres desempenham no mercado de trabalho da região, com suas experiências, desafios e conquistas.

Os trabalhos apresentados abrangem uma variedade de temas, como o empreendedorismo feminino, e o trabalho de pastoras evangélicas na região sudoeste do Pará. Os autores conduzem pesquisas aprofundadas e apresentam dados concretos para embasar suas conclusões, oferecendo uma perspectiva única sobre a economia da Amazônia e a contribuição das mulheres para o desenvolvimento da região.

Este livro é de grande interesse para estudantes, professores, pesquisadores e profissionais que trabalham com economia, administração e desenvolvimento regional, e oferece uma leitura rica e inspiradora para todos aqueles que desejam entender melhor a realidade da Amazônia e o papel das mulheres no mercado de trabalho.



# CAPÍTULO 1

## **O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO IMPULSIONADOR DAS VENDAS NO RAMO DA MODA EM RONDON DO PARÁ**

### *THE ROLE OF SOCIAL MEDIA AS A DRIVER OF SALES IN THE FASHION INDUSTRY IN RONDON DO PARÁ*

Rayane Amaral Andrade<sup>1</sup>

Sérgio Ricardo Siani<sup>2</sup>

DOI: 10.46898/rfb.9786558895787.1

1 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6715622314223646>

2 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8480486464810054>

## RESUMO

O presente estudo objetivou-se em: Identificar como empreendedoras realizam vendas em mídias sociais, como ferramenta de divulgação no segmento de moda da cidade de Rondon Do Pará. O Referencial teórico foi dividido em: em três seções: empreendedorismo, empreendedorismo feminino, marketing digital e mídias sociais. Para a coleta de dados utilizou-se pesquisa qualitativa com aplicação de questionário semiestruturado com 13 perguntas para 6 Empreendedoras. A análise dos dados se deu por meio do método de análise de conteúdo de Bardin e foi dividida em duas categorias: Empreendedorismo Feminino e Marketing digital e mídias sociais. As conclusões identificaram que Parece que as empreendedoras têm uma preocupação em fazer sua presença ficar constante nas mídias sociais, sempre criando fatos novos para que isso aconteça, pois isso aumenta sua visibilidade e conseqüentemente suas vendas, e ainda, outro aspecto relevante foi a criação de uma espécie de comunidade, onde seus membros parecem estar em constante envolvimento, mesmo quando isso não resulta em venda direta, mas provavelmente se traduz em fidelidade do cliente à loja.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Mídias Sociais.

## ABSTRACT

The present study aimed to identify how female entrepreneurs use social media as a dissemination tool in the fashion segment in the city of Rondon Do Pará. The theoretical framework was divided into three sections: entrepreneurship, female entrepreneurship, digital marketing, and social media. Qualitative research was conducted using a semi-structured questionnaire with 13 questions for 6 female

entrepreneurs to collect data. Data analysis was performed using Bardin's content analysis method and was divided into two categories: female entrepreneurship and digital marketing and social media. The conclusions identified that female entrepreneurs seem to have a concern to maintain a constant presence on social media, always creating new content to increase their visibility and consequently their sales. Another relevant aspect was the creation of a community where members seem to be constantly engaged, even when it does not result in direct sales, but probably translates into customer loyalty to the store.

**Keywords:** Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Social media.

## 1. INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo foi inicialmente utilizado pelo economista Joseph Schumpeter, para ele o conceito está relacionado a inovação, pois empreender é a capacidade de converter uma nova ideia ou invenção em uma inovação de sucesso. Para Schumpeter, por meio de um fenômeno novo e intencional o empreendedor inicia o processo de desenvolvimento que altera o equilíbrio do fluxo da economia, com novas combinações, descontinuando negócios e deslocando esse fluxo (SCHUMPETER, 1997).

Para McClelland, (1961) a necessidade de realização, associou-se as características psicológicas de empreender tornando negócios cada vez mais rentáveis. Já para Zampier e Takahashi (2011). Apontam que os empreendedores são determinados por suas características pessoais e comportamento empreendedor, razão pela qual o conhecimento das competências empreendedoras foi criado. Essa competência inclui os conhecimentos, habilidades e atitudes que os empreendedores possuem e produzem resultados para a sociedade.

O empreendedorismo é considerado um fenômeno global, ocupando lugar de destaque nos contextos político, econômico e social, sua relevância vem sendo amplamente discutida e explorada na era contemporânea (DA SILVA; SILVA. 2019).

O empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando foram fundadas organizações como o Sebrae e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex). Antes disso, quase não se falava em abrir e montar pequenas empresas (DORNELAS, 2017).

Partindo disso, as mulheres empreendedoras no Brasil conquistaram e garantiram seu espaço, visto como uma poderosa opção de geração de trabalho e renda, permitindo que mais mulheres alcancem a realização de sua tão sonhada carreira (FERNANDES; DE AMORIM DUARTE, 2020).

O empreendedorismo pode contribuir para o empoderamento e valorização das massas femininas, promover a inclusão social e profissional e possibilitar às mulheres a conquista da emancipação e liberdade no mercado de trabalho. A participação de mulheres em empreendimentos por meio das redes sociais empodera algumas mulheres que antes não se dedicavam a essas atividades, dando-lhes uma nova perspectiva de vida e buscando maestria, habilidades e independência (ESTIVALETE; DE ANDRADE; COSTA, 2018).

Diante de um mercado altamente competitivo e globalizado, os empreendedores do mercado online precisam formular estratégias que melhor atendam às demandas e expectativas de seus clientes. Nesse contexto, precisamos entender a evolução dessas ferramentas de negócios. O marketing digital é essencial para capacitar seguidores e consumidores nas decisões de compra e pós-venda, pois permite que as empresas identifiquem as percepções, desejos e percepções que

levam à fidelização do cliente (DE OLIVEIRA ROSA; CASAGRANDA; SPINELLI, 2017).

Nesse sentido, as redes sociais criaram seus próprios novos canais de distribuição para chegar a mais pessoas para conquistar clientes por meio de mensagens publicitárias e lojas virtuais (e-commerce). Uma grande vantagem do marketing digital é que ele é interativo porque a internet é interativa. Ele apresenta seus serviços, produtos e marcas e obtenha feedback instantâneo do público para que você possa personalizar seus materiais, informações ou produtos para o sucesso (DA SILVA; DA COSTA; DE MOURA, 2020).

Neste sentido, o presente estudo busca responder a seguinte questão: Como mulheres empreendedoras de Rondon do Pará utilizam as mídias sociais no segmento de moda? Baseado nessa ideia, a presente pesquisa teve como objetivo identificar como empreendedoras realizam vendas em mídias sociais, como ferramenta de divulgação no segmento de moda da cidade de Rondon Do Pará.

O trabalho se justifica, como sugere Carvalho *et al.* (2021) que pode ser utilizado métodos de comparação entre as empresas que fazem uso de mídias sociais e as que não utilizam esta ferramenta, buscando compreender o impacto que as mídias sociais possuem nesse segmento.

## 2. REFERENCIAL TEORICO

Para embasar teoricamente o presente estudo, o referencial teórico será dividido em três seções: 2.1) empreendedorismo, 2.2) empreendedorismo feminino, e 2.3) marketing digital e mídias sociais (redes sociais).

Esta estrutura pretende, inicialmente, tratar o que seria o significado de empreender, depois relatar a importância do

empreendedorismo feminino. Posteriormente, tratar sobre o marketing digital e o surgimento das mídias sociais (redes sociais) tratando-se da influência que essa ferramenta proporciona para o mercado.

## 2.1 - EMPREENDEDORISMO

Historicamente, os termos “empreender” e “empreendedor” surgiram entre os séculos XVII e XVIII na França, tendo o significado de ser aquela pessoa que assume riscos, lidera, organiza e começa algo novo. O Empreendedorismo é um método de revitalizar negócios existentes ou criar novos negócios ou novos produtos. Portanto, esses termos eram utilizados para qualificar aquelas pessoas irreverentes e com atitudes precursoras que estimulavam o desenvolvimento econômico (DORNELAS,2016).

Segundo Schumpeter (1997) somente em 1950, o termo empreendedor passou a ser entendido como um indivíduo cujas habilidades são inovadoras o suficiente para facilitar a transformação radical de um determinado campo ou ramo de atividade; além de ser o criador de novas combinações de meios de produção, capazes de facilitar um novo ciclo de crescimento, por meio do desenvolvimento de novas tecnologias ou do aprimoramento de antigas.

De acordo com Kirzner (1997) empreender é descobrir oportunidades dadas aos empreendedores para que ele seja responsável em equilibrar o mercado. Já, Shane e Venkataraman (2000) destacam que o empreendedorismo refere-se sobre a descoberta de um negócio rentável, e com isso surge o aproveitamento dessa oportunidade.

Para Sarasvathy (2001) os empreendedores fazem suas próprias escolhas e se comportam de forma única, conhecida como lógica de *effectuation*, nela o *effectuation* traz a ideia é controlar um futuro imprevisível na empresa.

Baker e Nelson (2005), dentre os métodos que auxiliam os empreendedores a encontrar soluções para problemas que surgem no ambiente empresarial, destaca-se o método da bricolagem. Ao buscar alternativas para melhorar seus negócios, os empreendedores buscam possíveis soluções para problemas que surgem no ambiente empresarial, os empreendedores seguem uma forma de bricolagem, em um ambiente onde não há recurso.

Cantillon (2002) reforça que o empreendedor é alguém que assume um risco ao adquirir serviços ou componentes a um determinado preço com a intenção de revendê-los posteriormente a um preço incerto. Todas as ideias até agora estão relacionadas ao empreendedorismo com o ato de lucrar com a diferença entre o preço de mercado quando é comprado e quando é vendido.

Nesse sentido, o posicionamento de Dornelas (2016, p. 44) é de que o “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades, leva a criação de negócios de sucesso”.

Para Baggio e Baggio (2014) o empreendedorismo é uma busca pelo autoconhecimento em um processo de aprendizado constante, aberto a novas experiências e novos paradigmas e fazer um aproveitamento ao máximo do potencial racional e intuitivo de um indivíduo.

Ainda de acordo com os autores Baggio e Baggio (2014) o empreendedorismo pode ser entendido simplesmente como fazer algo com criatividade e prazer. Podendo ser definido, como fazer algo com entusiasmo, inovação, criatividade e motivação enquanto combate desafios e riscos. O mesmo autor acrescenta que é uma luz e uma ideia buscar a autoconsciência experiencial e aproveitar as

oportunidades de forma racional e da melhor maneira possível. E ainda “O empreendedorismo corresponde ao processo de transformar sonhos em realidade e riqueza” (DOLABELA, 2006, p. 29).

## **2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO**

Segundo Neves (2013), a inserção da mulher no mercado de trabalho continua trazendo desafios e conflitos relacionados a preconceitos, acúmulo de atividades e auto cobrança da mulher, tanto em relação à sua própria eficiência assim como os homens. A articulação entre o trabalho profissional e o trabalho familiar e doméstico (dupla jornada de trabalho para as mulheres) exige uma transformação do uso do tempo e do espaço, pois as mulheres vivem mais intensamente as pressões de múltiplos tempos, que muitas vezes as obrigam a buscar atividades produtivas criando maior flexibilidade de tempo e combiná-los com espaços para reduzir os preconceitos e conflitos que ainda existem.

O empreendedorismo feminino no Brasil vem conquistando e garantindo espaço e é visto como uma poderosa opção de geração de trabalho e renda, permitindo que muitas mulheres alcancem a realização profissional que sonham, e assim tem demonstrado sua grandeza e ganha cada vez mais destaque em diversos setores da economia. Elas atuam no comércio, indústria, serviços e negócios digitais, demonstrando que empreendedorismo não é só para homens. Apesar do crescimento, as mulheres empreendedoras ainda sofrem pela falta de oportunidades, excesso de burocracia, preconceitos, obstáculos para melhorar seus negócios, dimensões econômicas, estratégica, cultural e política (FERNANDES; DE AMORIM DUARTE, 2020).

Assim, a participação das mulheres no mercado de trabalho não serviu apenas como complemento da renda familiar. Assim, as mudanças na sociedade incluem mudanças na expectativa de vida individual e nas relações familiares.

Assim, mulheres empreendedoras motivadas pela percepção de oportunidades ou movidas por necessidades foram associadas ao empreendedorismo (BARBOSA *et al.*, 2021).

As mulheres enfrentam muitos desafios ao entrar no mercado de trabalho, porque um caminho duplo envolve uma rotina cansativa para equilibrar trabalho, casa e filhos. No ambiente corporativo, elas ainda convivem com o machismo, o preconceito, o assédio e a ideia ultrapassada de serem muito emocionais ou incapazes de se comprometer com uma empresa com filhos. Diferente dos homens, as mulheres acabam decidindo abrir seus próprios negócios para superar esses obstáculos (POLETTINI, 2022).

GEM (2019) expõe que quando se trata de empresas estabelecidas, as mulheres ainda ficam para trás com mais ou menos de três milhões de homens com negócios nesse setor. Nesta área, mas em termos iniciais, as mulheres tem posição igual aos homens. A diferença existe, pois afirmando que mulheres apostam em empreender quando necessariamente estão passando por alguma necessidade como em um momento de diminuição da renda familiar, mas assim que sanado o problema elas acabam abandonando, e esses aspectos socioculturais deixam claro o envolvimento da mulher nas obrigações do lar, fazendo com que se torne mais difícil e demorado esse avanço.

É verdade que, à medida que aumenta a participação das mulheres no mercado de trabalho, aumenta também o empreendedorismo feminino. A literatura também aponta para a busca de carreira e oportunidades, desejo de independência financeira,

realização pessoal quanto ao tempo, futuro e destino profissional, entre outros motivos para a participação das mulheres (MACHADO *et al.*, 2003).

Teixeira e Bonfim (2016) ressaltam que a sociedade impõe às mulheres a um padrão improvável de ser realizado, dificultando ainda mais o processo do empreendimento. Além disso, os autores ressaltam que, ao contrário dos homens, as mulheres não têm ajuda economicamente e socialmente, pois são vistas como apoio de amigos e familiares.

As mulheres estão dominando cada vez mais o mercado de trabalho e compartilham suas lutas e trazem consigo seus próprios desejos e valores. Cada vez mais vemos o crescimento e a igualdade das mulheres nesse cenário empreendedor. E como aliado da mulher empreendedora, destaca-se o desenvolvimento da Internet e suas tecnologias, que ajuda a empreendedora a avançar em seus negócios atingir continuamente o público-alvo fora da loja e atualizá-lo sobre as tendências do mercado (CINEGLAGLIA *et al.*, 2021).

## **2.3 MARKETING DIGITAL E MÍDIAS SOCIAIS**

De acordo com Cobra (2009) o marketing surgiu entre os anos 1940 e 1950 quando foi considerado uma atividade de marketing baseada na troca e maximização do consumo por meio da atividade comercial. Inicialmente, o marketing era visto como um cargo da atividade comercial, uma ocupação profissional no qual estava centrado em propaganda, vendas e promoções de vendas.

Kotler e Keller (2012, p. 4) define marketing como “um processo social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, da oferta e da livre troca de produtos de valor entre si.”

O marketing nasceu décadas atrás e é bem diferente do que é hoje, mas com a era da tecnologia surgiram novas tendências no marketing, e junto com a tecnologia veio o marketing digital, que usa a internet como meio publicidade, promoção e outras estratégias de marketing (SAMPAIO; TAVARES,2017). Torres (2010, p.7) define marketing digital como:

[...] conjunto de estratégias de marketing e publicidade, aplicadas a Internet, e ao novo comportamento do consumidor quando está navegando. Não se trata de uma ou outra ação, mas de um conjunto coerente e eficaz de ações que criam um contato permanente da sua empresa com seus clientes. O marketing digital faz com que os consumidores conheçam seu negócio, confiem nele, e tomem a decisão de compra a seu favor.

O marketing digital é uma das expressões que vem sendo cada vez mais utilizada nos últimos anos, e com o fortalecimento da internet, a tendência predominante no Brasil é que esse modelo de marketing ocupe cada vez mais espaço nos consumidores, melhorando comunicação do consumidor para empresa (MACEDO; SILVA; FEITOSA, 2017).

O crescimento da Internet e seu impacto em nosso cotidiano abriu oportunidades muito interessantes para empreendedores alavancarem todos os tipos de negócios (ENDEAVOR BRASIL, 2018).

Com o crescimento da Internet, ações isoladas não são mais imagináveis. Não importa qual seja o seu negócio, a maioria de seus consumidores é, sem dúvida, representada por usuários regulares que acessam a Internet mais do que qualquer outra mídia. Portanto, incorporar a Internet como parte do seu plano de marketing é essencial para criar um esforço integrado que permita um melhor aproveitamento dos recursos existentes. O marketing de mídias sociais basicamente envolve a construção de um relacionamento com seus clientes pela internet (TORRES, 2018).

Para Oliveira (2021), as mídias sociais estão associadas ao uso da Internet, que pode ser acessada por meio de computadores, tablets, notebooks, smartphones, etc. Com a popularidade da internet e o aumento do uso das mídias sociais, as empresas passaram a enxergar essa ferramenta como uma importante estratégia de marketing de relacionamento e feedback dos clientes.

As redes sociais também são consideradas mídias sociais quando relacionamentos, colaboração, compartilhamento e criação de conteúdo ocorrem na mesma plataforma. A maioria das redes sociais possui ambientes adequados para isso (BARBOSA, 2010).

De acordo com Tjepkema (2019) 3,2 bilhões de usuários, ou cerca de, 42% da população, fazem login, leem e conversam com amigos nas redes sociais. Na verdade, as pessoas passam mais de uma hora e meia nas redes sociais todos os dias. A seguir relata-se as três redes sociais mais populares existentes. Sendo assim, é um meio de comunicação com a cliente ocorre, principalmente, pelas redes sociais, como Facebook e Instagram, e do aplicativo de mensagens, Whatsapp.

O Facebook pode ser visto como uma ferramenta de negócios, pois permite que as empresas construam relacionamentos com os consumidores e atraiam novos clientes (COSTA *et al.*, 2015). Por meio do Facebook, as empresas podem anunciar seus produtos e/ou serviços de forma barata e de forma a atingir um público mais amplo do que outras formas que o mercado oferece (NESPOLO *et al.*, 2015). Já a segunda rede social online abordada neste estudo, é o Instagram. Conforme Oliveira (2014) o Instagram ganhou destaque por ser uma mídia social que desde o seu início abrangeu uma quantidade considerável de usuários.

A Internet oferece muitas oportunidades para empresas e consumidores se conhecerem melhor. Esses ambientes fornecem

ferramentas favoráveis para o crescimento e relacionamentos com clientes e negócios (VISENTINI; SCHEID; CHAGAS, 2018).

De acordo com Oliveira (2014) o Instagram pode ser utilizado como uma ferramenta de marketing eficaz para desenvolver ações que aumentem o contato entre a marca e o consumidor. O compartilhamento de fotos e a colaboração em tempo real são características comuns dos métodos adotados pelas empresas, o que a torna um diferencial que busca a inovação como elemento fundamental de seu progresso.

A chegada do Whatsapp marcou o início do século, visto que a comunicação direta com empresas e clientes é necessária. O uso comercial do Whatsapp é generalizado e esta ferramenta permite que você obtenha feedback instantâneo de seus clientes e de outras redes sociais (SANTOS; SANTOS, 2022).

De acordo com relatos do Miotto (2021) O Whatsapp é usado por 84 % das pequenas empresas no Brasil. Juntamente com as outras duas redes sociais mencionadas acima, elas compõem as ferramentas tecnológicas mais importantes para os pequenos empresários.

As mídias sociais quebrou barreiras e facilitou a comunicação não profissional no trabalho relacionada a diversos tipos de socialização. O aplicativo de bate-papo ou Whatsapp é usado por funcionários, seus amigos e parceiros dá para enviar mensagens de trabalho (MILLER *et al.*, 2019).

### **3. METODOLOGIA**

A metodologia desta pesquisa é qualitativa e exploratória. A pesquisa qualitativa está principalmente preocupada em investigar o significado da vida das pessoas no contexto em que elas realmente vivem. As pessoas desempenham seus papéis diários ou se expressam por meio de seus próprios diários, revistas, textos e até fotografias -

independentemente de qualquer pesquisa. Elas se distinguem por sua capacidade de apresentar os pontos de vista e perspectivas dos participantes da pesquisa (YIN, 2016).

Segundo Gil (1989) o principal objetivo da pesquisa exploratória é desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para desenvolver problemas ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

O instrumento utilizado para a coleta de dados será a aplicação de um roteiro de entrevista semiestruturado. De acordo Triviños (1987) a entrevista semiestruturada é um dos principais meios que tem o investigador para realizar a coleta de dados. Uma característica desse tipo de entrevista é a presença de questões básicas que são sustentadas pela teoria.

A técnica utilizada para interpretação dos dados será a análise de conteúdo. Utilizamos a metodologia de análise de conteúdo que Bardin (1977, p. 42) define como

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Para a análise dos dados foram seguidos os seis passos propostos por Creswell (2007) 1º- Essa primeira etapa envolve organização e preparação dos dados para análise; 2 - Aqui é recomendado ler todas as informações; 3 - Iniciar uma análise detalhada através do processo de codificação; 4º - Use o processo de codificação para gerar descrições de configurações ou pessoas que não sejam categorias ou tópicos de análise; 5º - Prever como a descrição e os temas serão apresentados em uma narrativa qualitativa; 6º - A etapa final da análise mostra, que pode ser feito tanto por meio da interpretação pessoal do pesquisador

quanto pela comparação das informações coletadas da literatura e das teorias existentes.

A coleta de dados será feita por meio de entrevistas com empreendedoras que atuam no setor de vendas usando as mídias sociais para impulsionar seu faturamento no município de Rondon do Pará, conforme quadro 1.

Quadro 1 - Empreendedoras entrevistadas

<b>APELIDO</b>	<b>IDADE</b>	<b>SEGMENTO</b>
BEATRIZ	46	MODA FEMININA
LAISA	27	MODA FEMININA E MAQUIAGEM
RITA	28	MODA EM GERAL
FRANCISCA	35	MODA GERAL
ROSA	33	MODA FEMININA
LARA	31	MODA FEMININA

Fonte: Pesquisadora

## 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

### 4.1 Empreendedorismo

Quando perguntadas sobre o que levou a ter o seu próprio negócio e quais foram suas motivações, Beatriz respondeu, que a mãe dela foi responsável por incentivá-la a ter seu negócio próprio, e a partir daí “Pra mim continuar, mas foi pelo lado financeiro, de ter o meu próprio dinheiro, ter meu próprio negócio”. Já Laissa era atendente de farmácia e largou tudo para ser maquiadora e começou atender em sua casa mesmo, ela lembra:

Tudo começou quando eu senti o desejo de ser maquiadora, larguei tudo para seguir esse ramo, comecei atendendo em minha casa mesmo fazendo maquiagens e vendendo produtos, e após ver o retorno eu já estava almejando ter minha própria loja física. E com o tempo abri minha loja de maquiagem e adicionei mais um segmento no qual foi a moda, na qual sempre fui apaixonada em trabalhar.

Já Rita descobriu que queria ser empreendedora quando saiu para estudar fora e descobriu que não era isso que ela queria: “Aí fiquei trabalhando com a minha mãe um ano na loja. Aí depois de um ano a gente abriu a loja pra mim. Aí graças a Deus até hoje, nove anos, deu certo.” Diferentemente de Francisca que já tinha experiência de trabalhar em lojas, já que trabalhou 10 anos em uma empresa de roupas e decidiu abrir seu próprio negócio, além disso, Francisca explica que “Já tinha experiência com vendas. Aí eu falei, não, vou abrir um negócio pra mim. Então foi a partir daí, da saída do meu emprego. E também a vontade de ter meu próprio negócio me motivou, já que eu sabia mais ou menos.”

O Brasil abriga um dos maiores recursos naturais do mundo ainda relativamente inexplorado: o potencial empreendedor dos brasileiros. O Brasil é um dos países onde uma explosão de empreendedorismo pode acontecer agora (BAGGIO; BAGGIO,2014).

Já Rosa explica que foi a partir do momento no qual ela largou os empregos, se casou e foi morar um pouco distante de Rondon, “Ai como sempre fui apaixonada por moda, roupas, então resolvi abrir para ter minha própria renda.” Para Lara tudo começou quando ela e seu marido vieram morar aqui em Rondon do Pará, e ai como ele teve que vir, eu também vim para acompanhar ele “E como estava sem fazer nada resolvi abrir meu negócio para ganhar um extra, já que sempre me falaram que era uma boa opção ter seu próprio negócio.”

Os economistas reconhecem que os empreendedores são parte integrante do processo de desenvolvimento econômico e seu modelo leva em consideração o sistema de valores de uma sociedade no qual se baseiam as ações individuais de seus membros. Em outras palavras, não há desenvolvimento econômico sem líderes empreendedores (BAGGIO; BAGGIO,2014).

Quando perguntadas sobre o que te teve algum apoio dos seus familiares, amigos, cônjuge, ou até mesmo empréstimos bancários, Beatriz respondeu que não precisou utilizar já que “como minha mãe fechou a loja dela eu fiquei com uma parte de mercadoria, então a partir daí eu vim trabalhando.” Diferentemente de Laisa, que pegou um pouco do seu capital e do seu esposo e aplicaram na sua loja e “aplicamos na loja online e como que foi crescendo eu consegui colocar a loja física conseguimos com o nosso próprio dinheiro, uma parte foi com o próprio lucro da loja online e outra parte foi um investimento nosso pessoal mesmo.” Já Rita fala que nunca precisou pois sua mãe abriu seu empreendimento “nunca mexi em banco até hoje”, da mesma forma Francisca e Lara nunca fez empréstimo bancários e nem cartão de crédito, Francisca ainda expõe que “A única pessoa que me deu apoio foi meu esposo, ele foi a base pra me ajudar a ter o meu próprio negócio. Mais se um dia precisasse pegar seria para ampliação da loja.” Rosa diz que nunca pegou empréstimo, mas que não é contra quem pega, se ela souber trabalhar, ela fala que “Teve ajuda de herança, mais mesmo assim consegui sem isso, antes disso eu já conseguia sem muitas coisas eu comecei mesmo com uma rescisão de um emprego, e foi daí que tudo tomou forma”.

Quando perguntado sobre quais são os maiores desafios que você enfrentou empreendendo aqui em Rondon do Pará, para Beatriz um dos problemas em empreender em Rondon do Pará é a:

Questão da cultura do pessoal só querer comprar fiado na loja, mas eu estou eliminando isso aos poucos. O outro desafio está sendo a limitação em saber mexer nos aplicativos de mídias sociais, aonde eu vejo que preciso me especializar mais nessa área, já que eu não sou dessa nova era, mas estou correndo atrás de conhecimento todo dia, e faço cursos.

Já para Laisa, o seu maior desafio foi para se ingressar no mercado presencialmente, pois apesar dela conhecer muitas pessoas que já empreendiam aqui em Rondon ela decidiu pedir ajuda, e aí ela expõe “eu não tive tanto esse apoio, eu busquei isso em mulheres empreendedoras, tipo que talvez poderia apoiar uma outra empreendedora a começar, e não eu tive que ir ali na raça, e isso foi um grande desafio.” Rita observou que o seu maior desafio durante esses anos foi tempo do início da Covid 19, que ficou bem parado o comércio em Rondon do Pará, “principalmente na pandemia, já que a rotação de dinheiro vem mais da prefeitura. A loja ficou parada, uns dias, mais depois foi melhorando de acordo com a necessidade das pessoas em comprar.”

De acordo com Francisca os seu maior desafio em empreender em Rondon do Pará, foi a questão de abrir sua loja, por que para ela aqui em Rondon do Para tem muita concorrência “no começo eu não vendia bem, eu fiquei de meses sem vender nada e pra manter as portas abertas você tem que ter dinheiro e eu não tinha, comecei aqui com mil reais, mas eu consegui, me esforcei me dediquei, é porque eu queria esse negócio então eu tinha que insistir não podia parar.”

Para Rosa o seu maior desafio também foi o costume da famosa “notinha” (hábito de assinar uma nota para pagar no futuro), por que as pessoas de Rondon do Pará não querem usar o cartão de credito, por medo, então isso dificulta muito, já que na nota as pessoas pagam quando querem, hoje após várias mudanças, ela afirma que “eu vendo muito no cartão só que no começo era fiado, a tal “notinha”

era incrível, tipo assim pela facilidade né, que antigamente vendia.” Diferentemente de Lara que por ser nova em Rondon do Pará, e seus desafios estão ligados a atração de clientes para sua loja, ela argumenta “Por eu ainda estar começando a conhecer meus clientes, por ser nova nesse mercado aqui em Rondon, minhas dificuldades se encontram em conhecer e atrair clientes.”

Quando perguntado sobre no papel de empreendedora que atitudes você tomaria para ganhar destaque frente a seus concorrentes, Beatriz afirma que:

Eu estou fazendo cursos de consultoria, imagem e mais estilo, para atender melhor meus clientes ao chegar em minha loja, porque eu quero ser referência em Rondon do Pará através desse curso, para conhecer o que eu vendo para depois mostrar para meu cliente como ele pode usar, esse diferencial que eu quero trazer para minha loja.

Na mesma abordagem, quando questionada se trazer conhecimento para sua loja agregaria mais valor para o seu empreendimento. Beatriz respondeu que “sim porque quem vem por preço, vai por preço, as pessoas verem como eu estou mudando o estilo da loja então o que acontece eu quero agregar valor quero que a cliente saia daqui satisfeita que ela possa dizer bem assim pra mim, esse look que você me deu a sugestão fez sucesso estou me sentindo bem”

Diferentemente de Laila “A gente tenta ser mais original, ter o nosso estilo próprio sem está se levando por coisinhas de momento modinha essas coisas né, tentamos ser mais originais uma coisa característica só nossa.” Já para Rita o “O atendimento é primordial, nunca pode-se destratar o cliente, sempre lembrá-lo, avisar que está tendo uma promoção, porque isso tudo chama atenção do cliente, sempre falo para minhas colaboradoras, para que elas nunca tratem ninguém mal aqui porque a gente vive disso, então é isso.” E continua

“A minha loja ela é referência em modinhas roupas de mulher, quando tem um show muita gente me procura, por falarem que eu vendo coisa linda e de qualidade.” Francisca afirma que “Para mim eu creio que o preço conta muito porque se você vender o preço padrão onde todo mundo pode comprar fica melhor, mais além de preço bom, temos qualidade.”

E Beatriz ainda diz que:

Para que consiga destaques em meus concorrentes eu trabalho diferente de todas as outras micro pequenas empresas, trabalho com a maquininha de cartão e ainda parcelo em até em doze vezes, sem nenhum acréscimo, porque a maioria das empresas em Rondon do Pará, só parcela em até 3x.

As empreendedoras Rosa e Lara, afirmam que, para ganhar de seus concorrentes ela precisaria construir um relacionamento com o seu cliente, manter promoções, preços bons, e peças de qualidade.

Quando perguntado sobre em sua concepção, quais as características tidas como indispensáveis no empreendedorismo feminino, Beatriz expõe que “É conhecimento, hoje não é só ter mais a roupa bonita, também tem que ter novidades, tem que ter o conhecimento, não adianta só compra, o que adianta ter um estoque cheio as vezes, se você tem uma fazenda no estoque, moto, carro, bicicleta, então você tem que fazer compras assertivas.” E completa que “O meu diferencial é que quero ser referência em moda casual, porque caso alguém me procure buscando modinha, eu não vou ter, então acredito que cada um tenha seu público e não precisamos nos desesperar, não podemos ficar migrando de diferentes modelos direto.”

Laisa relata que precisa ser inovadora, criativa e que o mercado está recheado de opções de todos os lugares e afirma que você tem que ser a sua influenciadora do seu próprio negócio, se comunicar com seu cliente. E continua que:

Todo dia a gente tem que traçar algo, hoje por exemplo, eu já planejei o meu mês inteiro aqui na loja tudo que vamos postar essa semana, semana que vem, e na outra, já está programado por exemplo. Como é meu aniversário dia 24 eu vou usar essa data como para eu vou lançar um cupom de desconto de 27 % que a minha idade, então eu vou usar meu aniversário para criar uma ação na loja para gente funcionar as vendas; então eu já planejei todo o meu mês. Então não tem como eu não acordar e não saber o que eu vou fazer hoje, não tem porque eu já planejei, eu já anotei, já marquei as fotos que vamos fazer com as peças que tá chegando, tem novidades para chegar então tá tudo planejado, então tem que ter planejamento.

Diferente das demais, Rita explica que “esse ano vou mudar o meu modo, quando eu chegar de viagem fazer um coquetel, chamar uma blogueira, montar assim uma coleção x, isso aí tudo chama atenção igual é carnaval, ter uma coleção para isso”. Para Francisca “o atendimento faz toda a diferença dentro da loja, e a partir daí quando você atende bem o cliente, esse cliente ele volta e dá um feedback, ele volta, ele marca a loja. Então assim a criatividade, entusiasmo e simpatia faz toda a diferença na empresa.”

Já Rosa diz que é a “Empatia e simpatia, você ser simpática, você conversar com todo mundo, você rir, assim você tratar as pessoas bem né, e eu acho que é o máximo, porque você pode ter a melhor loja, você pode ter as coisas mais baratas, mas dependendo de como você responda tanto online ou o pessoalmente, isso muda.” E Lara afirma “que não pode falta é bom humor, cordialidade, entusiasmo, inovação, acredito que seja isso, para você ser o destaque.”

O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o pleno uso de seu potencial racional e intuitivo. É uma busca de autoconhecimento em aprendizado constante, em atitude aberta a novas experiências e novos paradigmas (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Quando perguntado sobre a sua percepção de ser “empreendedora e mulher” se é mais difícil que para os homens,

Beatriz responde que “eu acho que não. A mulher hoje está em todo lugar, ela é capaz e eu acho que até ser mais capaz com o homem, a gente cuida de casa, a gente cuida da gente, a gente empreende, a gente cuida de filho, leva e busca ao colégio, a gente dá conta.” E destaca que:

Geralmente quando o homem quando vai abrir seu negócio não é cobrado da sociedade, porque ele é homem, já a mulher ela é questionada. Mas você tem filho como vai conciliar? Se é casada como vai dar conta? Então a sociedade oprime a mulher, ainda assim nos dias de hoje ainda há uma diferença.

Nesse ponto tem muitos homens ainda que não apoiam os projetos da mulher, acha que porque tem filho, tem que ficar em casa e muitos homens eles querem a mulher ainda debaixo dos pés dele, fazendo tudo que eles querem.

Diferentemente de Laisa que diz “acredito que como mulher empreendedora, seja mais fácil atuar nesse mercado, pois mulher se abre com mulher principalmente em questões de moda feminina e maquiagem, apesar de estar enraizado o machismo das pessoas quando você é mulher, mãe e dona do seu próprio negócio.” Rita explica que “Quando eu viajo tem muito homem lá que faz compra, que compra igual a gente, eu acho que isso tudo é uma questão de você querer, Eu acho que tanto o homem como a mulher todos dão conta de o que fazer, qualquer coisa que quiser.”

Francisca afirma que:

Para a mulher realmente é muito difícil, porque ser mulher, mãe de família, dona de casa, esposa, lojista, viaja para fazer compra, então é muita coisa em cima da mulher empreendedora, mais a gente da conta. Já o homem ele não tem isso tudo, ele é mais tranquilo, porque a maior responsabilidade hoje e sempre, sempre foi na mulher, a mulher tem muita pressão julgamentos, eu mesma não tive apoio, as pessoas falavam não vai dar certo tem muitas lojas, já ouvi muito isso. Para o homem é vai dar certo, você não tem ninguém mesmo.

Rosa e Lara afirmam que:

Como mulheres elas não sentem esse embate, pois o seu ramo de empreendedora feminina, acaba sendo fácil. Então acaba que não tem como concorrer, pelo fato de ser mulher é até mais fácil ganhar esse mercado de vendas e também a mulher chegar aqui para vim comprar roupa e tem um homem, ela vai ficar com vergonha porque o ramo que ele está não é favorável.

## 4.2 Marketing digital e mídias sociais

Quando perguntado sobre, quais as mídias sociais que sua empresa mais utiliza e por que? Beatriz respondeu que em primeiro lugar é o Instagram e depois vem o whatsapp, já que são as mídias que ela mais usa, para divulgação do seu trabalho. E complementa que: “Porque cada postagem, cada coisa que você fala, cada coisa que você mostra, quantas pessoas veem, visualizam, curti, ela passa, “printa” ali e manda pra alguém que tem aquela mesma dificuldade é uma casinha que vai pra muitas casinhas, é uma ligação que vai para as muitas ligações.” Laisa expõe que

A nossa principal ferramenta é o Instagram, porque hoje em dia eu vou no Instagram, ele criou um poder sem igual, ele virou uma máquina de vendas para quem sabe usar. Quando lançamos a nossa coleção de dezembro pelo Instagram fotografamos, não fiz coquetel, não fiz nada aqui na loja, fizemos tudo voltado para o Instagram e foi um sucesso! Graças a Deus, então a nossa principal ferramenta é o Instagram, todo atendimento começamos por lá, mostramos os nossos catálogos, nossas coisas, tudo por lá, o nosso segundo é o whatsapp, temos o whatsapp da loja. Eu uso “whatsapp business” então lá temos o atendimento personalizado, conseguimos mandar tudo que o cliente precisa saber, nós não fazemos envios, mas a pré-venda fechamos lá e concluímos na loja física.

E ela ainda destaca que “conseguimos comunicar bem essas mídias. Se ela saísse do mercado, a gente ia ter que se reinventar de outra forma.”

Rita expõe que:

Instagram trouxe bastante benefício porque a loja hoje é conhecida, todo mundo sabe, a loja mudou muito depois do

Instagram, outra ferramenta das mídias é o whatsapp, que a gente disponibiliza o link lá na página para quem quiser entra em contato por ligação ou mensagem mesmo, por lá fazemos a pré-venda.

Para Francisca “O Instagram é uma coisa que todo mundo acompanha, então é o que mais utilizamos, e um dos benefícios ao uso do Instagram foi que a loja ficou conhecida por boa partes das pessoas, fazemos muitas vendas pelo Instagram então isso é um grande benefício pois fechamos 90% da compra por lá.” E Continua que

O whatsapp também ajuda muito. Pois ele fica lá na biografia, então quem precisar entrar em contato ou dar uma ligação para ver as peças ele atende à demanda, agora o único que não uso, pois vejo que já não tem muita utilidade é o Facebook pois o Instagram tomou conta de tudo.

Rita expõe que:

O Instagram e whatsapp, são as duas ferramentas que mais me auxilia no dia a dia, isso me deu um alcance muito bom, uma acessibilidade de encontrar clientes. Muitas clientes que me acompanha pelo Instagram fala comigo na rua me cumprimenta e as vezes nem sei quem é, porem sei que deve ser ligado ao meu perfil da loja por me acompanharem todo dia. Os benefícios são que eu consigo elaborar e fechar vendas através dessas duas mídias, através de grupos mensagens e várias outras coisas.

Lara deixou claro que para ela o Instagram e o whatsapp para ela foi muito bom, pois melhorou a sua comunicação para com seus clientes de uma forma muito boa, agora quando se fala em Facebook ela afirma que “o Facebook não é mais utilizado, porque acreditamos que o pessoal está no Instagram agora.”

Fundamentalmente, as mídias sociais não devem ser consideradas uma plataforma para os usuários postarem, mas sim como o próprio conteúdo postado que circula por essas plataformas. Esse conteúdo varia muito de acordo com a região, portanto, avaliar o

que está sendo postado e por que está sendo postado nas redes sociais é uma obrigação (MILLER *et al.*, 2019).

Quando perguntado sobre após integrar as mídias sociais ao seu método de trabalho e se isso fez um aumento em suas vendas, Beatriz respondeu que “Foi na pandemia que eu comecei a me dedicar mais, para mim foi a melhor época de fazer vendas, vendia muito o Instagram trouxe uma visibilidade muito boa para minha loja.” Diferentemente de Laisa que expõe:

Sim, primeiro que desde o início usamos as mídias sociais, desde o início começamos de lá. Vou dar um exemplo, teve um “bug” lá no Instagram um tempo atrás eu não lembro quantos dias, mas teve um “bugzinho” no Instagram, e não estava postando vídeo, não estava postando foto, mas foi questão de horas apenas e estávamos fechando venda naquela hora e atrapalhou, então só para você ter uma noção, imagine se fosse um tempo maior então, ele faz toda a diferença ! Eu posso dizer que é uma das nossas principais ferramentas de vendas da loja.

Rita expõe que “Sim, principalmente na pandemia, tanto que nesse tempo que o povo aprendeu o delivery, as vendas online aumentaram, então tudo mudou através do uso das mídias que se intensificou durante esses anos. Em questões de vendas foi o melhor tempo”.

Francisca afirma que “Sim identifiquei que após usar as mídias sociais, como o Instagram e o whatsapp, vi que tive um bom faturamento na loja.” Já Rosa afirma que:

Toda vez que eu faço uma propaganda paga, ou que eu pago uma arte ou alguma pessoa que trabalha em marketing para mim, aumenta sim as visualizações, trabalhamos no marketing na hora de fazer um sorteio, ou um “mimo”, quem é que não quer ganhar um sorteio? e quem não quer uma promoção pra comprar?

E ainda relata que “Agrado muito minhas clientes e acabo tendo um retorno muito bom, optando por cartões fidelidades, promoções, mimos e até mesmos sorteios. A partir disso elas começam

a compartilhar, então isso aí é um marketing porque você usa seus métodos para trazer mais clientes.” Lara, que relatou que “por mais que minha loja seja nova, muita gente veio para cá por causa do Instagram, acaba que vai melhorando a visibilidade da empresa”.

Uma das principais vantagens do marketing digital é que mesmo com pequenos investimentos é possível trabalhar com medidas bastante eficazes, desde trazer visitantes ao site até converter muitos visitantes em clientes. Portanto, também é indicado para médias e pequenas empresas que desejam crescer rapidamente (ENDEAVOR BRASIL, 2018).

Quando perguntado se as mídias sociais são uma boa forma de divulgação, como propagandas e marketing em geral para a empresa, e ainda quais os métodos de marketing digital que foi usado ao longo dos anos, que mais fez sucesso, e quais que infelizmente você tentou agregar mais não conseguiu, Beatriz relata que antigamente antes tudo era feito por rádio televisões, e que era um absurdo, que pagavam para rolar suas propagandas e que hoje está tudo diferente, ela afirma que “Sendo que para você aparecer hoje nas redes sociais é de graça. Quem não aparece ele está deixando dinheiro na mesa. Isso está bombando porque é de graça e assim a gente vai conquistando” E continua que para ser lembrada “Eu tenho que aparecer, a cliente diz: eu lembro dela que ela está me falando todo dia, que ela vende tal coisa. Eu estou aqui todos os dias persistindo até ganhar meus futuros clientes, quero ser referência nas mídias.”

Já, Laisa menciona que Marketing digital veio realmente nesse novo século para fazer a diferença, porque é algo bem grandioso em sua visão, várias empresas ainda que não aderiu essa nova era, principalmente do Instagram infelizmente ficam para trás, porque outra vem e faz e consegue atrair os clientes.

Ela Afirma que:

Quando lançamos as nossas coleções pelas mídias sociais, o nosso marketing é feito pelo Instagram, tudo por lá, então primeiro atraímos os clientes visualmente, tipo com as nossas fotos e os nossos vídeos e tudo mais, tutoriais principalmente, tutorial de maquiagem atrai muito, então esse é nosso marketing principal.

Diferentemente de Rita que expõe, “que ainda esse ano eu quero fazer cursos de marketing mesmo, ou até mesmo administração porque eu preciso pra loja, porque eu vou ver com outros olhos meu próprio negócio.” E ainda Continua “eu sei comprar, vender, mas tem muita coisa que eu preciso aprender ainda, porque sou leiga.”

Para Rosa:

É a partir das postagens que os clientes ficam em alerta, perguntam aonde é a loja, pergunta se tem tal tamanho, fechamos pedidos e saímos para entregar, então isso gera uma movimentação muito boa para nós, esse meio de comunicação hoje veio para facilitar nossas vidas, e trazer suas compras no conforto de sua casa.

Ainda, Lara expõe:

Sim ajuda muito, porque antes, tínhamos que esperar o cliente nos procurar, e hoje não, somos nós que postamos nas mídias, chamamos atenção dele de dentro de casa ou qualquer outro lugar, ao usar o Instagram como plataforma de divulgação, podemos notar que nas visualizações de um produto, então pelas mídias tudo é mais fácil, e ainda assim tem muitas pessoas que não fazem o uso, quando passa aqui na vitrine ver algo chamativo entra e aí eu começo atende-la.

No entanto, há um claro interesse público em questões como se as mídias sociais ajudassem na comunicação no local de trabalho ou se é apenas uma distração para os funcionários. Perguntas sobre se vale a pena para as empresas investir tempo e dinheiro em marketing nas mídias sociais para expandir suas capacidades de negócios e atrair e reter clientes (MILLER *et al.*, 2019).

Quando perguntado sobre como empreendedora, o que você faz para se conectar com o seu público e identificar “sua necessidade

ou anseios”, Beatriz e Laisa expõe que elas se conectam pelo Instagram, elas conseguem atrair mais pessoas por lá, um dos exemplo são nos “*Stories*” elas conseguem colocar uma caixinha de pergunta, sempre que coloca a caixinhas e enquetes ela consegue entender o que o público espera dela. E Laisa continua “que através das caixinhas eu consigo identificar as necessidades, aí elas falam quero ver seus cosméticos ou roupas então eu consigo um monte de respostas através disso”. Já para Rita “Como a gente posta muitas coisas os próprios clientes as vezes manda roupas que eles querem ver por aqui, e ai eu acabo trazendo de acordo com o que eles vem me falando, até mesmo quando veem aqui na loja eu identifico isso.”

Para Francisca :

Que através das compras eu identifiquei que os clientes, só estavam desinteressados pelo fato de não ter mais tantas novidades, e que a partir daí, eu consegui identificar que eu precisava estar trazendo mais coisas para minha loja, para minha mercadoria girar e ter mais lucro.

Rosa ela afirma que “Usa as mídias para me conectar com meu público, deixando caixinhas de empoderamento, caixinhas de dúvidas, de indicações de roupas “*Plus Sizer*” (Roupas do tamanho GG) por exemplo para eu ter uma base do meu público.” Lara afirma que conversa muito com seus clientes, “aqui a gente puxa muito assunto conversa muito tenta manter aquele clima agradável, com o que ela vai falando a gente vai entendendo identificando qual estilo qual o tipo de peça que ela gostaria que tivesse aqui e a gente tenta identificar pelas conversas”.

Quando perguntado sobre, como você descobriu o marketing e quem te ensinou sobre, Beatriz responde que, quem a mostrou um pouco sobre isso foi sua irmã e filha, e que hoje depois que descobriu como é amplo esse negócio ela está praticando e se especializando em cursos para ter um melhor aprimoramento.

Diferentemente de Laisa que afirma “Eu sempre fui muito ativa nas mídias sociais, então pra mim nunca foi uma descoberta, porque já vinha estudando, me especializando e hoje eu cuido mídias sociais da minha própria loja é de outras lojas também”

Já Rita Expõe que:

Eu conheci por pessoas ao meu redor, elas começaram a me falar, começam a usar o Instagram. Ele é a nova ferramenta de marketing digital, e ai quando as clientes vinha comprar, automaticamente elas postavam, indicavam para outras pessoas e isso foi ajudando na visibilidade da loja.

Francisca respondeu que “Conheci através do Instagram mesmo vendo vídeos, e comecei aplicar em minha loja. Com isso houve um aumento em minhas vendas porque o marketing digital ele ajuda divulgar a loja,” e afirma que:

Fazendo provadores, com blogueiros, igual a Ana que faz provador pra mim, a loja também vai sendo divulgada, então, eu acho que através do marketing acabei gerando boas vendas e maior conhecimento da loja, porque gerou uma divulgação da minha loja. Depois que eu comecei fazer estratégias que englobam o marketing digital, tem dado certo a loja ficou mais conhecida nas mídias.

Para as empreendedoras Rosa e Lara elas conheceram o Marketing digital através do próprio Instagram, vendo vídeos, e elas estão se especializando, a cada dia para dar um bom retorno para seus clientes. E serem conhecidas na cidade, por seus segmentos.

O marketing digital como meio de comunicação é uma das formas pelas quais as empresas buscam obter vantagem competitiva. A Internet é a forma de interação mais influente para as empresas e, com o aumento da concorrência e as mudanças aceleradas do mercado, as empresas precisam estar em movimento, o que é uma ótima forma de estar presente. Ao utilizar, pretendemos estabelecer um diálogo direto e transparente com nossos clientes e conseguir uma colaboração em

massa que contribua para a criação de produtos e serviços (MACEDO; SILVA; FEITOSA, 2017).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vale a pena resgatar o objetivo desse trabalho. A presente pesquisa teve como objetivo identificar como empreendedoras realizam vendas em mídias sociais, como ferramenta de divulgação no segmento de moda da cidade de Rondon Do Pará.

Pode-se verificar o poder de alavancar um negócio com as mídias sociais, em especial o Instagram e o Whatsapp, mesmo em negócios que estavam no seu estágio inicial.

Elas estão presentes no dia a dia do empreendedor, e permitem que as empresas se comuniquem diretamente com seus clientes (ou futuros clientes), sem que se tenha que gastar muito pra isso. Diferentemente das mídias tradicionais como rádio e televisão, onde se tem que gastar muito para ter seu produto veiculado.

A pesquisa mostrou uma visão ampla de como começar um empreendimento, de como fazer gestão, como reagir diante as dificuldades do dia a dia de um empreendedor, em aplicar recursos usando as mídias sociais para elevar o seu negócio.

Parece que as empreendedoras têm uma preocupação em fazer sua presença ficar constante nas mídias sociais, sempre criando fatos novos para que isso aconteça, pois isso aumenta sua visibilidade e conseqüentemente suas vendas.

Outro aspecto relevante foi a criação de uma espécie de comunidade, onde seus membros parecem estar em constante envolvimento, mesmo quando isso não resulta em venda direta, mas provavelmente se traduz em fidelidade do cliente à loja.

O uso de “blogueiros” ou “influenciadores” demonstrou ser uma estratégia acertada, pois desperta um interesse até então desconhecido de um público que não conhecia aquela loja (ou marca), uma espécie de publicidade segmentada, através de um novo modelo de anúncio.

Por fim, conclui-se que as mídias sociais têm o poder de influenciar o comércio em Rondon do Pará, mas para aproveitar desse benefício o lojista precisa fazer forte presença nas mídias sociais, criando estratégias de marketing diferenciadas.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. Ed. 70, São Paulo. 2011.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BAKER, Ted; NELSON, Reed E. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative science quarterly*, v. 50, n. 3, p. 329-366, 2005.

BARBOSA, Cristiane Clébia. Apropriação das Mídias Sociais como recurso no processo ensino-aprendizagem. *Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação: redes sociais e aprendizagem*, v. 3, 2010.

BARBOSA, Hávila Maria Abreu et al. Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. *Revista de Gestão e Secretariado*, v. 12, n. 2, p. 94-121, 2021.

CANTILLON, Richard. *Ensaio sobre a natureza do comércio em geral*. CONVIVIM, 2002.

CARVALHO, Ester Machado et al. PEQUENOS EMPREENDEDORES DE MODA E MÍDIAS SOCIAIS: ENFOQUES NO USO DO INSTAGRAM. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 6, n. 4, p. 227-249, 2021.

CINEGLAGLIA, Maria Natalina et al. DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO. *LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades*, v. 5, n. 3, p. 59-76, 2021.

COBRA, Marcos. *Administração de marketing no Brasil*. Elsevier Brasil, 2009.

COSTA, LM da et al. A evolução do marketing digital: uma estratégia de mercado. XXXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção, v. 35, p. 01-14, 2015.

DA SILVA, Emanuela Ana Paula; DA COSTA, Marconi Freitas; DE MOURA, Maria Raiza Ferreira. Mulheres empreendedoras e Estratégias de Marketing nas Redes Sociais: Um estudo no segmento da moda do Agreste Pernambucano. *Journal of Perspectives in Management-JPM*, v. 4, p. 52-67, 2020.

DA SILVA, José Alan Barbosa; SILVA, Murilo Sergio Vieira. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 a 2016. *Revista Estudos e Pesquisas em Administração*, v. 3, n. 2, p. 115-137, 2019.

DE OLIVEIRA ROSA, Renato; CASAGRANDA, Yasmin Gomes; SPINELLI, Fernando Elias. A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. *Revista de tecnologia aplicada*, v. 6, n. 2, 2017.

DOLABELA, Fernando. (2006). *O segredo de Luisa*. São Paulo: De Cultura.

DORNELAS, José. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. José Dornelas- 6. ed. - São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

ENDEAVOR BRASIL. Marketing Digital para Empreendedores. 2018.

ESTIVALETE, Vania de Fátima Barros; DE ANDRADE, Tais; COSTA, Vivian Flores. Contribuições do empreendedorismo social para o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 17, n. 2, p. 172-191, 2018.

FERNANDES, Ronaldo Augusto Silva; DE AMORIM DUARTE, Karoeny. Empreendedorismo Feminino: Análise de Perfil de Mulheres Empreendedoras No Brasil. Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação, v. 6, n. 2, p. 1-11, 2020.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil : 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020.

KIRZNER, Israel M. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. Journal of economic Literature, v. 35, n. 1, p. 60-85, 1997.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. Tradução de Sônia Midori Yamamoto. 2012.

MACEDO, Piedley; SILVA, Emerson; FEITOSA, Monike. Marketing com Digital. - 1. ed. - Porto Alegre: Simplíssimo, 2017.

MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. RAE eletrônica, v. 2, 2003.

MCCLELLAND, David C.; MAC CLELLAND, David Clarence. Achieving society. Simon and Schuster, 1961.

MILLER, Daniel et al. Como o mundo mudou as mídias sociais. UCL Press, 2019.

MIOTTO, Rafael. WhatsApp, Instagram e Facebook: como usar redes sociais em seu negócio. G1, 2021.

NESPOLO, Daniele et al. Comportamento do consumidor: fatores que influenciam o consumo virtual nas redes sociais. *Revista Ciências Administrativas*, v. 21, n. 1, p. 288-316, 2015.

NEVES, Magda de Almeida. Anotações sobre trabalho e gênero. *Cadernos de Pesquisa*, v. 43, n. 149, p. 404-421, 2013.

OLIVEIRA, Yuri Rafael de. O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias. 2014.

POLETTINI, Marcia Regina Negrisoli Fernandez. Empreendedorismo Feminino: conquistas e desafios. *Revista Científica UCE*, v. 1, n. 1, 2022.

SAMPAIO, V.; TAVARES, CVCC. Marketing digital: O poder da influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor universitário da cidade de Juazeiro do Norte-CE. *Revista Científica Semana Acadêmica, Fortaleza*, v. 1, n. 104, p. 1-26, 2017.

SANTOS, Douglas Reis dos; SANTOS, Rodrigo Paiva de Oliveira. Marketing digital nas redes sociais: seus benefícios para micro e pequenas empresas do Gama-DF. 2022.

SARASVATHY, Saras D. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.

SCHUMPETER, Joseph A. Teoria do Desenvolvimento Econômico. Ed. Nova Cultural Ltda. 1997.

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, Sankaran. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 10, p. 44-64, 2016.

TJEPKEMA, Lindsay. Top 5 Social Media Predictions for 2019, 2019.

TORRES, Cláudio. Marketing na internet. 2010. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35252585/Claudio-Torres-Marketing-na-Internet-with-coverpagev2.pdf?Expires=1666635705&Signature=Q1MUj06VR3nfvhOiUGGOhgk2P12Fpsuv11JOTw2dU-02PR~Z5y6ji0iomPiR9q9JiDOI3OpldomVgg85ZolJDOFVrbRe8P-JSsarnd2FspG8Yrav5wGEM66LknLaL9sOgFIVXbLlkm12j09oz~1z-zoL27cMhubnfAnULiHizr1gwfQqk3cSLXsgdGoKe0QeZnbwHfsrjw-dpRQB9pTmYUxpYemQFEMSUhXzR3hRp71OcqlhFwvvgzOYGQk-FWAuum9XOuJ3MyPFKjpN4r2whbBobmvoSuTe2Ahj8ruh7d5J-z0WLKMKIG1xKmtz~2IU0P7cu38l0ii~Fae6e~1YytIPdow\\_&KeyPairId=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35252585/Claudio-Torres-Marketing-na-Internet-with-coverpagev2.pdf?Expires=1666635705&Signature=Q1MUj06VR3nfvhOiUGGOhgk2P12Fpsuv11JOTw2dU-02PR~Z5y6ji0iomPiR9q9JiDOI3OpldomVgg85ZolJDOFVrbRe8P-JSsarnd2FspG8Yrav5wGEM66LknLaL9sOgFIVXbLlkm12j09oz~1z-zoL27cMhubnfAnULiHizr1gwfQqk3cSLXsgdGoKe0QeZnbwHfsrjw-dpRQB9pTmYUxpYemQFEMSUhXzR3hRp71OcqlhFwvvgzOYGQk-FWAuum9XOuJ3MyPFKjpN4r2whbBobmvoSuTe2Ahj8ruh7d5J-z0WLKMKIG1xKmtz~2IU0P7cu38l0ii~Fae6e~1YytIPdow_&KeyPairId=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA) . Acesso em: 20 set. 2022



# CAPÍTULO 2

## EMPODERAMENTO FEMININO NO PARÁ: TRAJETÓRIAS DE VIDA

### *WOMEN'S EMPOWERMENT IN PARÁ: LIFE TRAJECTORIES*

Erica Pereira de Souza<sup>1</sup>

Sérgio Ricardo Siani<sup>2</sup>

DOI: 10.46898/rfb.9786558895787.2

<sup>1</sup> Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8706804503532876>.

<sup>2</sup> Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8480486464810054>.

## RESUMO

O presente trabalho visa entender como as mulheres que exercem cargos de liderança e estão empoderadas em suas funções atuais tiveram suas carreiras construídas, na cidade de Rondon do Pará-PA e Marabá-PA. O empoderamento é a capacidade de restaurar as bases políticas e sociais e estruturar todas as dimensões dominadoras que têm sido vistas ao longo dos anos. É uma defesa contra conflitos construídos por vulgarização e deflúvio de teorias e aplicação de ferramentas de modificações sociopolíticas. O empoderamento é o resultado da convergência de pessoas em um processo constante de coletividade que resulta em mudanças sociáveis aproveitadas por todos. Este estudo é uma pesquisa de campo qualitativa que visa coletar dados para desenvolver temas históricos e construtivos para a sociedade em geral, com entrevistas abertas e observação de campo. Quanto aos resultados, as análises das entrevistas e a identificação das três categorias identificadas, contribuem positivamente para com a ideia proposta do trabalho aqui apresentado o qual apresentou trajetórias e conquistas de mulheres, que ainda, mesmo com todas as realizações, ainda enfrentam a descriminalização de gênero em algumas áreas e âmbitos de suas carreiras.

**Palavras-Chave:** Empoderamento. Empoderamento feminino. Gênero.

## ABSTRACT

The present work aims to understand how women who hold leadership positions and are empowered in their current roles have built their careers in the cities of Rondon do Pará-PA and Marabá-PA. Empowerment is the ability to restore political and social foundations and to structure all dominant dimensions that have been seen over the years. It is a defense against conflicts constructed by vulgarization

and the flow of theories and application of sociopolitical modification tools. Empowerment is the result of the convergence of people in a constant process of collectivity that results in sociable changes that benefit everyone. This study is a qualitative field research that aims to collect data to develop historical and constructive themes for society as a whole, with open interviews and field observation. Regarding the results, the analysis of interviews and the identification of the three identified categories contribute positively to the proposed idea of the work presented here, which presented trajectories and achievements of women who still, even with all their accomplishments, face gender discrimination in some areas and aspects of their careers.

**Keywords:** Empowerment. Female empowerment. Gender.

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo Berth (2018) empoderar, antes de tudo é a capacidade do trajeto de restauração das bases políticas e sociais, acometendo simultaneamente com o que foi situado, entendendo ser esta a estruturação de todas as dimensões dominadoras que temos visto a o longo dos anos. Essa compreensão, é a mais defensiva e idônea contra o conflito construído de vulgarização e deflúvio de toda a teoria e sua aplicação de ferramentas de modificações sociopolíticas.

Ainda, empoderamento seria o resultado da convergência de pessoas que em um processo constante que compõem e descompõem o empoderamento prático de coletividade, obtendo como resultado as mudanças sociáveis que serão aproveitadas por todos. Em outros termos, com a condição de que não se desligue de seu discernimento grupal e continue visando a entrada para a posição fortificada ao sistema predominante, qualquer movimento de pessoas rumo ao empoderamento é bem recebido (BERTH, 2019) .

Ainda a autora (2019), ressalta que é de grande importância aprofundar-se na pesquisa sobre a percepção de “empoderamento feminino”, pois a ideia central dele, nos dias atuais, passou a ser ignorada, o que foge da origem de seu conceito, resumindo-se apenas em expressões individuais.

O empoderamento feminino se torna extremamente necessário não apenas no âmbito empresarial e corporativo, mas sim em toda a sociedade. A igualdade de gênero, ainda que discretamente, é maior que de anos atrás. No Brasil a força de trabalho feminino representa 41%, porém não em cargos mais importantes, sendo esses representados apenas por 24%. Embora que lentamente as mulheres vem conseguindo pouco a pouco uma importância significativa em cargos mais relevantes. Em 1990, apenas 8% desses cargos eram ocupados por mulheres, em 2000 subiu para 13% a parcela de mulheres brasileiras nos cargos executivos, segundo dados de pesquisa anual da gazeta mercantil (PROBST, 2021).

Uma sociedade saudável se preocupa com a elevação da mulher em meio a ela. Índices de criminalidade e de gravidez na adolescência diminuem, da violência doméstica, outros níveis positivos se elevam, como a educação, crescimento econômico e emprego. Quando as mulheres recebem treinamentos, educação e tratamento igualitário no meio trabalhista, ocupam cargos importantes e recebem apoio para estarem em liderança, os resultados só beneficiam a todos o que torna essencial a humanidade entender essa correlação entre empoderamento feminino/sociedade (GATES, 2019).

Dentre os fatores que dificultam a entrada das mulheres no mercado de trabalho e até mesmo a chegar a cargos importantes, a visão oprimida que se tem das mulheres apenas como mães e donas de casa ainda é uma das primordiais até hoje (GATES, 2019).

As mulheres apesar, de ano após ano conquistando seu espaço em meio a sociedade com papéis importantes, principalmente no mercado de trabalho, ainda sentem o peso machista no ambiente de trabalho, que se torna uma barreira para as mulheres prosperarem. Um exemplo disso é o avanço das conquistas das mulheres que aponta em direção a uma redução da lista de profissões proibidas para o sexo feminino na Rússia. Em 2019 ela foi reduzida de 456 vetos, para 100, e entrou em vigor no dia 01 de janeiro de 2021, passando a poderem exercer profissões como: maquinistas de trem; caminhoneiras, mecânicas, entre várias outras. Vitória que durou anos para acontecer e que perdurava desde a era soviética (GATES, 2019).

Dentro desse contexto de resistência e resignificação, o presente trabalho visa entender como as mulheres que exercem cargos de liderança e estão empoderadas em suas funções atuais tiveram suas carreiras construídas, na cidade de Rondon do Pará-PA e Marabá-PA.

Esse trabalho se justifica, pois Simon e Boeira (2017), lembram que a desigualdade que existe entre homens e mulheres foi construída historicamente, e há necessidade de realizar equidade entre os gêneros, mas isso só será possível quando forças externas atuarem no sentido de despertar o interesse nessa mudança, e sugerem que existe um campo vasto para pesquisas de campo, sobre as possibilidades das mulheres que se apresenta hoje dentro de um sistema hegemônico.

## **2 - REFERENCIAL TEÓRICO**

O presente referencial teórico está assim dividido: 2.1 - Visão de empoderamento no mercado de trabalho, 2.2. - Liderança e 2.3- Gênero e igualdade de direitos.

Como assegura Berth (2018) nos dias atuais, o conceito de empoderamento tem se tornado muito alterado e vazio, onde

seu verdadeiro conceito foge da compreensão, se tornando uma definição distorcida e mal interpretada. Precisamente, não pelo seu significado, no entanto pela maneira evacuada com que é utilizado e que foge totalmente das raízes da teoria proposta, por isso vem sendo rigorosamente reprovado.

De acordo com Shild (2007), o empoderamento libertador entra em sobreposição ao empoderamento liberal, que tem por finalidade, adaptar as mulheres no mercado de trabalho sem estorvar as desigualdades de gêneros existentes. O libertador por sua vez, entra como ato de extermínio do patriarcado, colocando a força feminina como um processo no qual as mulheres busquem e alcancem emancipação e independência nas relações de poder, transformando e desfazendo a ordem de gênero de dominação patriarcal.

Ainda segundo Shild (2007), tal abordagem, não estaria relacionada a relevância do empoderamento de nível pessoal de cada mulher no meio organizacional e sim na ação coletiva que elas desempenham.

Em “conceituando empoderamento na perspectiva feminista”, de Cecilia M. B. Sadenberg, citando Sharma Batliwala explica que poder é:

O termo empoderamento se refere a uma gama de atividades, da assertividade individual até à resistência, protesto e mobilização coletivas, que questionam as bases das relações de poder. No caso de indivíduos e grupos cujo acesso aos recursos e poder são determinados por classe, casta, etnicidade e gênero, o empoderamento começa quando eles não apenas reconhecem as forças sistêmicas que os oprimem, como também atuam no sentido de mudar as relações de poder existentes. Portanto, o empoderamento é um processo dirigido para a transformação da natureza e direção das forças sistêmicas que marginalizam as mulheres e outros setores excluídos em determinados contextos” (1994, p. 130).

Já para Foucault (1979) poder é ganhar posse em seus limites e em suas subdivisões [...] auferir o poder em todos os seus aspectos e bases locais e regionais, para que ultrapasse as regras que o demarque [...] ou seja, atingir o poder em sua forma de exercício menos jurídica possível.

Butler (2010), relata que nesse período, a fábula que as próprias feministas que propuseram o empoderamento feminino, criaram sobre a idealização de mulheres com grande independência financeira e soberania, pudessem estar à frente de grandes corporações com diversas filiais pelo mundo e de agências bancárias, ainda parecia surreal duas décadas depois.

O empoderamento para Berth (2018) é mais do que um componente governamental, ele compõe-se como um projeto de caráter que conduz um composto de práticas, valores e posturas a serem interiorizados pelos usufruidores das políticas estatais contemporâneas, o qual, ainda segundo o autora ocorre por elas mesmas quando há uma concentração como indivíduos capazes a esses projetos assistenciais e sociais, onde o papel das mulheres se dá através da junção entre projetos políticos de desenvolvimento e o conhecimento feminista.

Butler (2010), ainda visa a relação do conhecimento das mulheres com a política social que através de uma educação por parte de feministas objetiva a liberdade das mulheres, levando assim os valores materialistas a debilitação.

Segundo Mendes et al. (2015), a igualdade de gênero e o materialismo, nesta ocasião de demandas feministas, ainda nos anos 70, entraram em questão nas agências de desenvolvimento e quando encontradas causam tensões. As duas são opostas, pois uma parte de uma concepção mais tradicional como a maternidade, que

está relacionada as ações das mulheres no investimento social e nas políticas públicas. Ao mesmo tempo que pretende a liberdade feminina nas atuações de esferas públicas e atuações políticas, afeiçãoados a equivalência entre homem e mulher, derivados dos movimentos feministas e ações de ONGs. Isso posto, análise do que é e como compreender o empoderamento fica ainda mais relevante diante do entendimento da importância de cada indivíduo perante a os cenários sociais e cenários de política.

Criados para empoderar as mulheres no âmbito profissional e em meio a sociedade, os sete princípios criados pela colaboração entre o pacto da ONU MULHERES e a ONU (2022), são um conjunto de considerações que ajudam as comunidades empresariais a albergarem práticas de inserção de gênero. Sendo os sete princípios:

1. Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível.
2. Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação.
3. Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa.
4. Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres.
5. Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing.
6. Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social.
7. Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero. (CARTILHA ONU MULHERES, 2017).

Esses princípios são baseados em práticas comerciais reais e ajudam as empresas a ajustar as políticas e práticas existentes - ou estabelecer novas políticas e práticas - para alcançar o empoderamento

das mulheres. Esses princípios também levam em consideração os interesses da sociedade e do governo, e incentivam a interação as frações interessadas, pois a equidade entre homem e mulher postula a parcela de todos. Como líder no campo da igualdade de gênero e autonomia feminina, a ONU mulheres conta com mais de 30 anos de experiência para este trabalho. O Pacto Global das Nações Unidas é a maior iniciativa de cidadania corporativa do mundo, com mais de 12.000 signatários participantes, dos quais 8.000 empresas vêm de mais de 170 países / regiões (CARTILHA ONU MULHERES, 2017).

De acordo com Martins et al (2016), ao longa de décadas, as mulheres veem buscado pelos seus direitos, ou seja, pela sua igualdade, ocupando seu lugar adequado na sociedade e, com isso, afastando a opressão de gênero. Entretanto, essa realidade é outra, sendo que nem sempre conseguiram ir à luta.

Segundo Santos (2018), no governo de Getúlio Vargas em 1932, as mulheres conseguiram o direito de voto, a partir de então conquistaram papéis importantes em todos os ramos de atuação. Conforme o Art. 5º da Constituição Federal de 1988, que se caracteriza por ser liberal e democrática, garantindo direitos iguais perante lei a todos os cidadãos brasileiros e estrangeiros que residam no país, e equidade entre homem e mulher em suas obrigações e seus direitos.

Consoante a Pinto (2003), a mulher passou a ser vista como um status elevado, tanto em relação a governos autoritários e a sociedade tradicionais, quanto aos projetos progressistas que geralmente viam com muita desconfiança a questão feminista.

De acordo com Santos (2018), o movimento feminista, no século XVII, transformou-se em uma razão política que brigava pela igualdade em relação a homens e mulheres. A partir do século XIX por

conta do progresso tecnológico e a concretização do sistema capitalista, a mão de obra das mulheres foi levada para as organizações.

De acordo com Santos (2018), cabe destacar que além de trabalhar e exercer cargos de responsabilidade, tal como os homens, elas ainda também se empenham-se ao trabalho doméstico, sendo um segundo expediente. Dessa maneira, trabalhar fora de casa é uma vitória que aconteceu a pouco tempo para as mulheres.

Dessa maneira, o feminismo é fundamental, uma vez que proprietárias do lar, também podemos exercer cargos tais como os homens. Podendo ser: mecânicas, motoristas, advogadas, engenheiras dentre outros tantos cargos existentes.

## **2.2. - Liderança**

Os líderes tem papel importante nas organizações e é através deles que as modificações acontecem, já que os mesmos tem o papel de incentivarem as pessoas. As mulheres que estão empoderadas, estão em cargos de liderança no seu trabalho, razão pela qual essa seção é de fundamental entendimento. Assim uma definição clássica de liderança pode ser:

Podemos definir liderança como a uma influência interpessoal exercida numa situação dirigida através do processo de comunicação humana com objetivos específicos. Os elementos que caracterizam a liderança são, portanto, quatro: a influência, a situação, o processo de comunicação e os objetivos a alcançar (CHIAVENATO, 1999, p. 558).

Citando o mesmo autor, a liderança envolve duas dimensões. A primeira é a habilidade do líder de induzir e talhar a participação espontânea das pessoas para atingir os objetivos encadeados. A segunda é a aptidão dos seres de seguirem o líder em quem depositam

a confiança de prosseguimento da realização pessoal e obtenção do objetivo apетecido. Assim, ele explica:

[...] é uma lâmina com corte duplo: nenhuma pessoa pode ser um líder, a menos que possa fazer com que as pessoas façam aquilo que ela pretende fazer, nem será bem-sucedida, a menos que seus seguidores a percebam como um meio de satisfazer suas próprias aspirações pessoais (CHIAVENATO, 1999, p. 528).

Neste sentido, segundo Chiavenato (2003), liderança é uma forma de influenciar pessoas, sendo então influencia uma força psicológica, ação que alguém ou algo tem sobre outra coisa, ou seja, o poder, o controle ou a autoridade de modo a influenciar o comportamento interpessoal de outra pessoa de forma intencional.

Já para Bass (1990), entende que os líderes são como intermediários de modificações, pois este tem o poder de influenciar as pessoas para que estas possam agir de acordo com os interesses do grupo.

Para Hunter (2006), o conceito de liderar, significa conquistar pessoas, fazendo assim que estas pessoas possam se empenhar ao máximo em desenvolver os objetivos que o líder necessita. Ainda segundo autor Hunter (2006) “Você não gerencia pessoas, você lidera pessoas”.

Para Maxwell (2007), o líder possui um poder elevado sobre os subordinados, em alguns momentos mantendo até certa distância dos mesmos. Este modelo é totalmente centrado no líder, gerando a falsa sensação de que este é insubstituível e indispensável. Sendo esse o método mais tradicional no contexto da autocracia. O autor complementa ainda dizendo que para nunca estar sozinho no topo, um líder deve sempre construir relações e conquistar pessoas.

Para Hersey e Blanchard (1986, p.117), em situações não constantes, os líderes são capazes de se moldarem às situações e

necessidades de seus liderados, moldando seu comportamento, sendo esse um desafio para um líder eficaz a cada dia.

Maxwell (2007) afirma que a liderança é algo complexo e requer um nível de engajamento elevado por parte dos destinados a executar essa atividade. Para esse autor existem 9 tipos principais de lideranças: Conector, Assessor, professor, provedor, pioneiro, estimulador, equalizador, criador e influenciador. Cada um deles conta com uma característica específica e pode ser utilizado de maneiras diferentes em contextos diferentes.

Segundo Chiavenato (1999), dos anos 50 em diante, surgiram teorias neoclássicas, como a origem da teoria neoclássica da administração e a origem da administração moderna.

A teoria neoclássica segundo Chiavenato (2003) é bem semelhante em relação a teoria clássica, mais atualizada e redimensionada aos problemas administrativos atuais. Ela absorve aspectos gerais que são determinantes para a gestão, engloba um pouco de cada uma das teorias administrativas.

Utilizado como tutorial por empresas, o livro de James Hunter (2004), o monge e o executivo: uma história sobre a essência da liderança, lembra:

Um líder é alguém que identifica e satisfaz as necessidades legítimas de seus liderados e, para tanto, necessário é saber o significado e o sentido do verbo servir, pois para liderar é preciso servir, com limites, responsabilidades e estímulos para se tornarem melhores, percebendo as diferenças entre necessidades e vontade e com uma forte dosagem de flexibilidade (HUNTER, 2004, p. 55).

Sendo assim, os líderes com desenvolvimento sábios estão começando a entender que é sua responsabilidade em incentivar a participação dos seguidores no estabelecimento de metas e objetivos. Os líderes modernos estão vendo os seguidores como

parceiros na organização que devem ser encorajados a buscar inovação e ter a capacidade de fazer seu trabalho.

O líder como já apresentado, possui um papel fundamental e de extrema importância para definir o resultado futuro das organizações, pesando rigorosamente no desempenho da empresa.

Segundo Maxwell (2007), as pessoas irão agir dentro do ambiente organizacional de acordo com a maneira que o líder atua, pois, a maneira que o líder age, interfere no ambiente organizacional. O que você realiza determina sua capacidade de liderar.

Almeida (2005) explica que o desempenho organizacional pode ser medido através de dois fatores, sendo estes a eficácia que está diretamente ligada à busca por resultados e objetivos; já o outro a eficiência, fator está diretamente ligado com a otimização dos resultados.

Seguindo o contexto das avaliações, entende-se que o líder é um colaborador altamente determinado e focado, com visões bem definidas acerca dos objetivos apresentados (MORAIS, 2012).

Almeida et al (2008), ressalta a diferença entre liderar e gerenciar. Para ele, liderar está na ação de interagir com diversas pessoas de diversos setores e classes, tendo disso uma visão corporificada sobre o assunto. Sendo também os líderes, grandes incentivadores a mudanças e acomodações a novos ambientes. Sobrepondo a liderança, o autor também destaca que gerenciar estaria ligado a rotina, onde processos e pessoas agiriam de forma sistemática e calculável. Sendo as organizações pressionadas e desafiadas a estarem preparadas para selecionar pessoas qualificadas para serem gestoras e também para desempenharem papel de liderança.

Maxwell (2007), destaca a importância da equipe da seguinte forma:

Em minhas organizações, não tenho funcionários. Tenho colegas. Sim, pago as pessoas e ofereço benefícios a elas. Mas as pessoas não trabalham para mim. Elas trabalham comigo. Trabalhamos juntos para concretizar a visão. Sem elas, eu não posso vencer. Sem mim, elas não podem vencer. Somos uma equipe. Atingimos nossos objetivos juntos. Precisamos uns dos outros. Se não precisarmos, então um de nós está no lugar errado (MAXWELL, 2007 pág. 331).

Segundo Kets de Vries (1997), as mulheres tem um papel de destaque no mundo atual, pois isso está ligado diretamente pelas habilidades cognitivas que são desenvolvidas desde a infância, ainda mais cedo que nos homens. Elas possuem facilidade de desenvolvimento interpessoal, empatia, sensibilidade e vontade de ajudar as pessoas.

Para Drucker (1996), as mulheres com espírito de liderança se destacam por terem, antes do sexo oposto, suas características e habilidades distintas e amadurecidas primeiro. São proativas, sempre com metas e objetivos, sinceras em relação a suas próprias fraquezas, buscando sempre melhoras. Dentro da organização tratam as pessoas com igualdade, possuem bom humor e humildade, além da capacidade de conhecer bem seu adversário o tratando sempre com respeito.

As mulheres desempenham papéis de destaque na liderança das organizações, e tal destaque pode ser observado na evolução do mercado para tais líderes, algumas organizações adotam horários flexíveis para melhorar a vida familiar das líderes.

Hoje no Brasil a existe uma prevalência do sexo feminino. Segundo dados do IBGE (2017), em porcentagens as mulheres ultrapassam os homens, sendo 3,2% superiores a quantidade de homens no país, sendo 48,2% homens e 51,8% mulheres. No mercado de trabalho global, 49% são representados por população feminina. Onde mais que preparadas para serem líderes em cargos importantes, pois assim, além de aumentar o leque de opções, também serão

aumentadas as possibilidades de sucesso para o crescimento e desenvolvimento das organizações.

Segundo a ONU Mulheres (2017), acredita-se que para as próximas décadas, apesar da resistência por parte de algumas organizações, as mulheres serão predominância nos cargos de liderança, pois hoje em dia é grande toda revolução por igualdade no âmbito trabalhista e evolução de costumes e cultura, para que as empresas abram espaço para as mulheres continuarem trazendo mudanças revolucionárias para as comunidades em geral.

Ainda existe o movimento feminista, que segundo Berth (2019), especialmente aquele que foi estruturado desde o rompimento com a ideia absoluta da categoria mulher, atribuindo um novo sentido as diversas categorias de mulheres pela condição de dois ou mais fatores sociais que definem uma pessoa, como exemplo: negras, latina americanas, indígenas, e mulheres brancas ou não brancas, entre outras, que por fim, acabam reformulando os princípios para a compreensão e a eficiência, também como a identificação de distorções que precisam de atenção. Esse ponto de vista é importantíssimo para uma visão de diferença/preconceito de gênero, a partir da posição social das mulheres.

### **2.3 - Gênero e igualdade de direitos**

Durante boa parte da história, especificamente levando em conta as sociedades passadas, a mulher era tida como objeto de uso, ou seja, ser subordinadas aos desejos e prazeres dos homens, e ainda, vista somente para procriar, preocupar-se com as tarefas de casa e seus filhos.

À vista disso, o enunciado da igualdade de gênero é um princípio a ser alcançado por motivo das necessidades e direitos das

mulheres, levando em consideração que as desigualdades de gênero na razão dos papéis sociais exigidos aos seres humanos em relação ao sexo biológico são de grande significância para compreender as causas que provocam o domínio masculino e a discriminação da mulher.

De acordo com Colling (2004), principiando do previsto que gênero tem sido uma forma de basear a teoria em relação a diferença sexual, indica-se que a condição de gênero não se consiste em uma diferença universal, porém ela possibilita a compreensão da idealização e organização social em relação a diferença sexual.

Ainda segundo o autor (2004), tal delimitação importa o dever de manifestar a compreensão do conceito de gênero, à medida que ser mulher ou ser homem é simplesmente uma concepção simbólica induzida pelo regime emergente que configuram sujeitos.

Assim sendo, além da vontade da própria mulher em assumir posição de suas lutas, a contribuição dos outros indivíduos se faz necessário, de forma que a resposta das transformações e melhoras atinge a todos.

### **3. METODOLOGIA**

O presente estudo, se resume a uma pesquisa de campo qualitativa. Segundo GIL (1989), na clássica obra “Métodos e Técnicas de Pesquisa Social” explica que a pesquisa qualitativa tem sua base na coleta de dados onde será possível o desenvolvimento de temas, históricos e construtivos para a sociedade em geral, com respostas e propostas de mudanças, com entrevistas abertas e observação de campo para as suposições emancipadas e construtivas.

Ainda segundo Gil (1989), a pesquisa exploratória, por sua vez, por ter a necessidade de englobar em suas pesquisas o estudo de caso, levantamentos históricos e bibliográficos e entrevistas não

padronizadas, se torna uma das mais complexas da atualidade. Tendo como objetivo, o levantamento de estudos anteriores, para expor, argumenta-los e altera-los junto a concepção de ideias já concretizadas anteriormente, formulando novas adversidades e conjecturas apuráveis.

Inicialmente buscou-se o trabalho mediante consulta a livros e artigos acerca da área estudada, onde as palavras-chave utilizadas na busca foram:

- a) Empoderamento feminino.
- b) Liderança.
- c) Gênero

Quanto aos meios, a pesquisa inclui trabalho de campo. Segundo Gil (2008), “o trabalho de campo é o padrão clássico de investigação em antropologia, de onde ele se origina”. Hoje, ele é usado para muitos outros campos, como sociologia e administração. A estratégia utilizada é explorar maneiras de empoderar as mulheres nas organizações e sociedades.

O instrumento de pesquisa que foi utilizado foi a entrevista semi-estruturada, que para McIntosh e Moraes (2015), seria o método de pesquisa no qual o entrevistado tem liberdade para responder como quiser. Depois de coletadas, essas respostas com visão subjetiva das pessoas em relação a situação ou fenômeno ocorrido. Além da diversidade de prognósticos, também possui uma estrutura única, compatível com pesquisas mistas, quantitativas e qualitativas.

A pesquisa foi realizada com mulheres que de alguma forma, construíram uma carreira no mercado de trabalho e hoje desfrutam de poder na sociedade local, ou seja, em Rondon do Pará e Marabá-PA.

Foram identificados pela autora mulheres que exercem cargos de liderança em empresas, organizações não governamentais, política e

iniciativa privada. Os nomes próprios foram substituídos por apelidos para manter o sigilo das informações, conforme quadro a seguir:

Quadro 1 - Entrevistadas

Apelido	Área de trabalho	Anos de experiência	Função que ocupa
Márcia	Educação	Quase 2 anos	Secretaria municipal
Maria	Cultura e Educação	Pouco mais de 5 anos	Secretaria municipal e docente de uma faculdade EAD
Margarida	Educação física	17 anos	Dona de Academia
Madalena	Empreendedora	4 anos e meio	Proprietária de um estúdio de maquiagens e loja de roupas.
Melissa	Servidora publica	17 anos	Comandante da companhia independente especial de polícia assistencial - CIEPAS
Mariza	Servidora publica	3 anos	Secretaria municipal de 2017 a 2020.
Lumena	Educação	1 ano	Pró-reitora

Fonte: Dados da pesquisa

A amostra foi do tipo por conveniência. Para Marconi e Lakatos (2003), as amostras por conveniência são bastante utilizadas quando se quer colher informações de modo rápido, onde o pesquisador seleciona a amostra de acordo com sua conveniência. Fazendo parte de um dos três tipos básicos de amostragens não probalísticas, onde os entrevistados fazem parte da área mais acessível da sociedade.

O trabalho foi realizado em 4 etapas. Primeiramente como já foi demonstrado, foi feita uma revisão bibliográfica, depois uma estruturação inicial da entrevista (conforme anexo I), depois que as entrevistas foram feitas e analisadas, e por fim o trabalho terá a conclusão, onde pretende-se apresentar as contribuições deste trabalho para a área de administração.

## 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Durante as entrevistas puderam ser identificadas, na fala das entrevistadas, três categorias analíticas, a seguir: Empoderamento, gênero e liderança.

### 4.1- Empoderamento

Quando perguntado às entrevistadas sobre seu trabalho, e as pessoas que elas tem sobre seu comando, Marcia respondeu “Dentro da secretaria trabalho com 42 pessoas, mas na educação em geral é em média 400 pessoas” e ainda “A gente se depara com homens que tem aquele certo receio ne, tenta chegar como homem, como tal, mas não tenho dificuldade em chegar junto nessas pessoas e fazer com que elas entendam que naquele momento a mulher tá no comando”.

Para Hanna Arendt, livro de Joice Berth (2019), a habilidade humana de se ter poder, não está apenas no agir, mas no agir coletivo, sendo o poder, existente em grupos e mantendo-se assim enquanto o grupo estiver unido. Sendo assim, quando alguém está no poder, nos referimos ao fato de esse poder lhe foi concedido por algumas pessoas para agir em nome delas.

Melissa contou que comanda 70 colaboradores e destacou ainda que “[...] só acredito que homens e mulheres, tem suas diferenças e limitações e por isso devemos nos respeitar, reconhecer que homens e mulheres estão aptos para galgarem os mais elevados cargos e que cada um tem suas peculiaridades”. Quando questionada sobre a visão que a sociedade tem sobre a mulher, complementou dizendo: “[...] a sociedade ver como mãe, dona de casa e como mulher do mercado de trabalho, porem essa missão múltipla tem muitas facetas tanto positivas como negativas”.

Segundo Colling (2004) o século XIX ficou marcado com a inserção da mulher em várias atividades, bem como iniciou uma grande discussão com a conformidade feminina e o trabalho. Toda a discussão girava em torno de contestações dos impactos gerados por mulheres que trabalham e a conciliação com suas atividades como mãe e esposa.

Mariza ao falar sobre seu trabalho disse “trabalho diretamente com 15 profissionais” e ainda disse: “homens e mulheres são muito diferentes em diversos aspectos, por isso acho que cada um tem suas habilidades e limitações que precisam ser respeitadas, dessa forma, acho desnecessária

essa competição” e complementou dizendo:

[...] nas minhas observações pessoais, eu acho que a mulher hoje, compreende que ela pode e deve fazer o que tem vontade, assim como os homens sempre fizeram, sem permissão de ninguém. Minha teoria pessoal sobre feminismo se resume em respeito e igualdade. Não quero ser maior ou melhor, quero apenas respeito e igualdade.

Berth (2019) diz que a o todo, em nossas sociedades, a luta das mulheres vai além da capacidade de superar as desigualdades ocasionadas pela historial predominância masculina ao longo dos anos, sendo indispensável a superação da visão de pensamentos complementares desse sistema de submissão, como ocorre com o racismo.

Maria informou que “Atualmente na secretaria de cultura tenho 20 colaboradores e na faculdade tenho 10 parceiros”. Já Margarida, fez questão de destacar que:

Eu não gosto muito da ideia de bater no peito e fazer engolir seco uma opinião. Eu acho que com respeito a gente chega a onde quiser. A mulher é empoderada, temos que bater no peito por isso sim, porque a gente é, a gente sofre preconceito, de qualquer forma mulher

parece que é mais menosprezada do que o homem, mas a gente tem que ser empoderada pelo nosso potencial, é isso.

O empoderamento para Berth (2019) além de ser um lugar de fala, ele coloca-se como uma estratégia para tirar a oscilação de humor da sociedade, que sofre com um sistema de crise ética confuso e a o mesmo tempo almeja pela igualdade dele, porém não se mostra propenso a olhar seus aglomerados e argumenta-los para promover um declínio em favor da transformação social.

Madalena, ao falar do seu trabalho cotidiano, destacou seu empoderamento comparando-se aos homens:

[...] mulher consegue fazer, atuar tanto igual, como até mais que um homem em um cargo de liderança e ainda conciliar família e casa. Alguns homens só conseguem atuar bem no trabalho, quando são postos pra conciliar tudo isso com a vida pessoal, ele não dá conta. A mulher já consegue ter essa versatilidade, dominar essas várias coisas juntas.

Para Colling (2004) [...] as que resistem a esses conceitos ditados pela “natureza” – esposa e mãe- são acusadas de contribuir para o desmantelo dos lares e da família. Fora do lar as mulheres são perigosas para a ordem pública. Estes limites da feminilidade, determinado pelos homens, são uma maneira clara de demarcar a sua identidade.

## 4.2 - Gênero

A questão de gênero apareceu por diversas vezes na fala das entrevistadas. Quando foram perguntadas se em algum momento sofreram algum tipo de preconceito em relação a esse tema, e igualdade de direitos, Márcia relatou “Nunca senti preconceito por questão de gênero, talvez por eu ser uma pessoa muito firme, talvez não tenha chegado e eu não percebi”, ela acredita na igualdade entre homens e mulheres, já que ela disse “eu acredito que os direitos são iguais

e tanto homens como mulheres desenvolvem o mesmo potencial, eu acredito que o potencial se desenvolve por pessoa e não por questão de gênero”.

Melissa por sua vez, acredita que as competências femininas ainda são muito questionadas “sim, é muito questionada. Temos que nos desdobrar para as vezes mostrarmos que somos capazes. Sempre parece que o homem não precisa fazer muito esforço para mostrar sua competência. Já as mulheres, tem que mostrar mesmo na integra” E ainda diz “[...] essas habilidades variam de pessoa para pessoa, independente de sexo”

Colling (2004) diz que a história de diferenças de sexo e de gênero ao invés de serem ditadas pela natureza, são produzidas pela história e em segundo plano ligadas ao sexo biológico, onde tentam mostrar sua história e desconstruir o universal. De modo que as civilizações e as sociedades que sustentam sentido à essa diferença, conseqüentemente, a diferença entre os sexos seria um falso enredo com um esforço contínuo de cultiva-la, interpreta-la e dar-lhe sentido.

Lumena acredita que o feminismo vem a ser uma estratégia para alcançar uma maior igualdade de direitos dentro das organizações, já que diz: “[...]daí a importância da discussão do campo do feminismo nas organizações. Muitos homens e mulheres não se atentam à reprodução de comportamentos que implicam na desigualdade de gênero” e ainda segue dizendo [...] o feminismo é um movimento necessário para o desenvolvimento da sociedade, por se tratar de um movimento de garantia de direitos das mulheres, que vai desde o direito à vida até direitos relacionados ao protagonismo social. Essencialmente é um movimento inclusivo e pedagógico, fazendo com que discussões , como a violência de gênero e a não representatividade do feminino nos espaços de poder, sejam pautadas, permitindo a

análise das reverberações negativas de uma sociedade patriarcalista e complementa:

Inegavelmente, por questões que vão desde características de espécie, até papéis sociais impostos a homens e mulheres. Há diferenças comportamentais entre homens e mulheres, mas não há que se perpetuar estigmas neste campo, já que muitos outros níveis que produzem a identidade de um gestor. Dessa forma, não é possível dizer que um cargo x só pode ser exercido ou será mais bem exercido por um homem ou por uma mulher. A questão que importa é fundamentar a escolha de um(a) gestor(a) na avaliação de um conjunto de habilidades e competências relacionadas a função, com chances iguais por gênero.

Colling (2004) afirma que as mulheres só perceberam que o movimento feminista foi o grande condutor de inúmeras conquistas femininas, há bem pouco tempo. [...] e que em todas as conquistas das mulheres o feminismo tem sua essencial importância.

Contudo a experiência da Maria foi completamente diferente, verificado isso na seguinte fala “Em questão de preconceito por questão de gênero, sim, já tive. Pelo fato de ser mulher, muitas portas foram fechadas no início, mas acredito que hoje já me impus enquanto ser humano” e destacou ainda que “a mulher não precisa estar dividida em gênero, precisa mais sim de uma unidade, onde todos possam ter o seu lugar ao sol”.

O mesmo aconteceu com Margarida:

Eu tive uma situação, aqui em Rondon, que foi na beira do campo de futebol, final de campeonato, um monte de homem, o time dele perdeu, ele veio me dar dedada na cara falando que eu era mulher e estava ali, que eu não sabia de nada. Eu só me calei, não ia mexer com torcedor fanático. Mas aquele momento foi um momento de preconceito. Não havia ainda uma mulher à frente da secretaria de esporte, que é um meio muito machista em Rondon, mais homens fazendo do que mulheres.

Quanto a igualdade de direitos Margarida, está alinhada com as outras entrevistadas, pois ela declara “eu acho que todo mundo tem seu direito de brilhar, seja homem, seja mulher, o que vale é a essência da pessoa. Fazer o que gosta independente de ser homem ou mulher”.

Ainda, nesse quesito, Madalena fala do preconceito que sofreu:

Eu sempre sonhei muito alto, “quero por uma lojinha online e ficar por aqui mesmo”, não. Eu sempre quis mais. Só que quando você fala isso para as pessoas, acredito muito que e por ser mulher, as pessoas logo põem vários pores, diferentemente de quando se é homem. Apesar de toda conquista sobre questão de gênero, ainda tem muito a se alcançar. Hoje uma mulher que trabalha fora, que passa o dia lutando pelo seu nome e pelo seu trabalho, ainda é muito desafiador. Sofri preconceito, até mesmo por familiares, ouvi falas do tipo de que eu estava querendo ser o homem da casa. Essa diferença ainda é muito rígida, tudo pesa mais pra mulher, parece que a mulher nunca tem seu mérito próprio quando conquista algo.

Colling (2004) afirma que ao falar da história das mulheres, questões como: o pensamento simbólico, a marginalização o esquecimento de sujeitos na história do ocidente, o social e o político, o real e as imagens as representações e o poder, são problemas postos em revisão. A extinção de seus traços, tanto privados quanto públicos, é uma das principais e iniciais vertentes para a dificuldade de sua história. A imagem de deusa e musas se contrasta com a falta de informação. Sendo chocante esse conjunto de representações que cobre a história das mulheres. A história responde as questões que formulamos, mas o olhar é que faz a história.

Em contrapartida, Mariza declara:

Para minha sorte não sofri nenhum preconceito por questões de gênero, mas eu me sentia cobrada por mim mesma a melhorar cada dia mais, por isso, decidi fazer mestrado em ciências ambientais, o que demandou muito esforço para gerenciar a secretaria e o mestrado a o mesmo tempo.

Santos (2018), salienta que, tal como os homens, as mulheres, além de exercerem cargos de atribuições importantes, ainda exercem as funções domésticas. Sendo assim, o trabalho fora de casa, uma vitória para as mulheres.

### 4.3- Liderança

Quando as entrevistadas foram questionadas sobre a habilidade de liderar entre homens e mulheres, Maria relatou que “Quando eu olho pra mim eu vejo que o meu cargo eu consigo gerir diferente, que por ser mulher, eu consigo olhar com um olhar diferenciado, com mais cautela, mais prudência em liderar” e falou da sua forma de liderar “Com liderança e com muito respeito, eu tenho facilidade em delegar poderes, eu acredito e aprendi que não lideramos sozinhos, eu ouço muito as opiniões e ouço muito as pessoas”.

Mariza descreveu como desempenha seu papel de líder “sou democrática, gosto de ouvir a opinião dos meus colegas e tomamos decisões de forma democrática, porem existem algumas situações que exige que sejamos mais enérgicas” e complementou dizendo como se fazer uma boa gestão “conhecer bem a parte técnica do seu local de trabalho, manter a equipe motivada, buscar sempre inovação e ter boa relação interpessoal com a equipe”

Hunter (2004) lembra que para liderar é preciso saber as necessidades de seus liderados, para que com flexibilidade e responsabilidade, possa atender as indigências dos mesmos.

Lumena expos seus aspectos pessoais de liderança e como os compreende dentro da área de trabalho “eu compreendo o espaço de trabalho como um espaço de desenvolvimento humano. Por isso ele deve necessariamente permitir que cada companheiro(a) de trabalho disponibilize seus conhecimentos e esteja disponível a receber os

conhecimentos disponibilizados pelos(as) outros(as), a serviço do aprimoramento dos processos e do resultado do nosso setor. Outro aspecto muito importante é a constante observação, avaliação e, se necessário, redimensionamento das ações. Dar voz e escuta é fundamental para que cada um(a) se sinta reconhecido e valorizado no ambiente de trabalho. Outro aspecto importante também é dar voz e escuta respeitosa aos(às) usuários(as) dos nossos serviços. Isto permite que compreendamos níveis da realidade vivida por eles(elas) que impactam diretamente no aprimoramento de nossa entrega. Meu objetivo é fortalecer espaços democráticos de trabalho e ainda completa manifestando seu pensamento de liderança como algo em constante evolução:

Não acredito que a liderança seja um traço definitivo, que exista independentemente da situação em que um cargo é exercido. Assim, longe de ser um dom, é uma escolha acompanhada da constante disposição de: aprender com as pessoas com quem trabalho, autoavaliar-me e aprimorar o trabalho do setor que estou a frente, partindo de dois parâmetros: a qualidade de entrega a sociedade e a saúde dos(as) meus(minhas) companheiros (as) de trabalho. Tenho essa disposição e acredito que isso me leva a cargos de gestão.

Chiavenato (2000), lembra que liderança é uma atividade constante, de decisões, que a empresa pode escolher o melhor caminho em direção a sua meta, independentemente das suas conturbações internas e externas. O líder por sua vez, escolhido pela equipe, tende a ser aquele que defina os melhores caminhos para o alcance dos objetivos e ajude o grupo, lhes dando orientação e assistência para as soluções de problemas.

Assim, Marcia explica que a liderança foi aprendida:

Exercer o hábito da 1111escuta e usando os pilares de liderança, a gente consegue uma boa gestão [...] pra mim foi desafiador, como eu ia liderar. Por exemplo, os motoristas, como eu ia conduzir um cargo no qual eu não tinha conhecimento, mas ao mesmo tempo eu fui adquirindo e buscando conhecimento [...] Você não pode

esquecer que você é líder, mas você precisa ouvir e trabalhar essa mudança na escuta e não é fácil, porque essa pasta é uma pasta complexa, ela é uma pasta grande que me consome muito. Às vezes eu paro e reflito que eu deixei um pouco de ser eu, o meu eu, fica guardado um pouquinho. Eu percebo que a minha vida pessoal, os pequenos detalhes que construíram a minha vida, ela tem ficado para trás, então eu estou priorizando agora o que eu deixei da minha vida pessoal na questão da saúde, então eu estou resgatando. Como eu não tenho criança, filhos pequenos, talvez seja mais fácil pra mim. Mas o que eu tenho tentado fazer hoje é deixar as minhas noites e o domingo para minha família e minha vida pessoal.

Para Chiavenato (2000) é mais fácil a pessoa satisfazer suas necessidades pelo relacionamento com pessoas que já são do seu convívio, do que por outros meios.

Maria acredita que existe diferença na forma que homens e mulheres são vistos em cargos de liderança, ela deixou claro que “Infelizmente homens e mulheres não são respeitados igualmente em cargos de liderança, desde o respeito e o salário, são diferenciados” no tocante às habilidades “[...] cada ser e um ser diferente, na maioria das vezes a mulher é mais focada e mais envolvida”.

Por sua vez, Melissa também acredita que homens e mulheres não são tratados igualmente estando em liderança “[...] temos mais dificuldades para que os colaboradores compreendam isso” e ainda relata que enfrenta desafios em seu cargo de liderança “[...] as vezes encontro problemas de aceitação entre as próprias mulheres, por incrível que possa parecer” e complementa relatando os desafios de liderar “considero um ganho pessoal e profissional, tendo em vista o cargo de liderança nos aproxima e é capaz de fazer nos entender como pensam e agem as pessoas do sexo oposto”

Madalena, parece ainda estar aprendendo:

Me considero sim uma líder, consigo decidir, sou um pouco mandona, mas tenho ainda uma certa dificuldade em delegar. [...] O respeito de gênero em liderança, hoje isso ainda é um

problema na sociedade. As mulheres ainda sofrem, parece que as mulheres não tem a mesma autoridade que os homens. Falam como se não tivéssemos capacidade de entender aquele assunto. Passei por isso em algumas reformas que fiz, quando eu cobrava ou questionava algo, eu não era ouvida da mesma forma como meu esposo era, quando falava algo [...] a mulher consegue fazer, atuar tanto igual, como mais que um homem em um cargo de liderança e ainda conciliar família e casa. Alguns homens só conseguem atuar bem no trabalho, quando são postos pra conciliar tudo isso com a vida pessoal, ele não dar conta. A mulher já consegue ter essa versatilidade, dominar essas várias coisas juntas.

Martins et al (2016), diz que a o longo de muitos anos as mulheres veem buscando igualdade e reivindicando seus direitos, ocupando lugares importantes na sociedade, afastando assim essa desigualdade. Todavia, nem sempre conseguiram ir à luta.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo inicial deste estudo, foi entender como as mulheres que exercem cargos de liderança e estão empoderadas em suas funções atuais, tiveram suas carreiras construídas na cidade de Rondon do Pará-PA e Marabá-PA.

Os resultados obtidos, a partir de sete entrevistas semi-estruturadas realizadas com mulheres independentes e com cargos importantes para a sociedade, do município de Rondon do Pará e Marabá, chegou-se à conclusão de que para essas mulheres, o empoderamento, a igualdade de gênero e a liderança feminina, ainda se tem muito a conquistar, principalmente dentro das organizações. Entrando em concordância com pesquisas feitas pela Gazeta mercantil, realizada por Elisiana Renata Probst (2021) onde aponta que o trabalho feminino no Brasil representa 41 %, porém não em cargos importantes, onde esse percentual cai para 24 %.

As análises das entrevistas e a identificação das três categorias identificadas, contribuem positivamente para com a ideia proposta do trabalho aqui apresentado o qual apresentou trajetórias e conquistas de mulheres, que ainda, mesmo com todas as realizações, ainda enfrentam a descriminalização de gênero em algumas áreas e âmbitos de suas carreiras.

Assim, pode-se argumentar que a inserção da mulher no mercado de trabalho, em cargos mais importantes, é bem-conceituado pelas entrevistadas como uma oportunidade repleta de desafios. Para elas, conciliar a vida pessoal e a vida profissional, família, casa e filhos, torna a jornada pela busca de igualdade um pouco mais difícil (porém não impossível), já que a sociedade ainda tem a visão da mulher apenas como mãe e dona de casa. Este panorama indica que para algumas mulheres, essa inserção no mercado de trabalho, resulta na desistência de algumas. De fato inúmeras mulheres passaram a ter domínio em diversas esferas de suas vidas, porém não a ponto de se elegerem autônomas e empoderadas, já que mesmo com muitos anos de luta por igualdade, esse caminho do empoderamento, ainda é percorrido por poucas mulheres, que ainda se privam ao domínio do lar.

No tocante a categoria gênero, pudemos perceber que a desigualdade de gênero na sociedade, durante muito tempo e se perdurando até hoje, se torna uma grande problemática para toda a sociedade. A promoção à igualdade, respeito e oportunidades iguais para as mulheres, se torna totalmente necessário, em todos os aspectos da vida, não só no âmbito empresarial, mas para toda a sociedade.

Como visto, as barreiras enfrentadas pelas mulheres em muitos aspectos da vida, incluindo o mercado de trabalho, onde ainda existe uma desigualdade de salários e oportunidades de carreira.

A superação, foi possível, segundo as entrevistadas, através do empoderamento, e não se curvar as palavras desencorajadoras ouvidas por muitas pessoas próximas e familiares.

Tal superação só foi possível pela via do empoderamento feminino, que foi alcançado pela iniciativa de quebrar barreiras sociais, culturais e econômicas, que impediam que as mulheres alcançassem todo seu potencial. Foi através do empoderamento que essas mulheres ganharam voz, tomando as rédeas de sua vida, tomando decisões sobre seu destino e o futuro das suas vidas.

Por fim se tornaram líderes, lidando com o preconceito diário. Cada uma com seu estilo próprio de liderança, muito influenciadas por sua cultura e história de vida. Ao ocupar cargo de liderança essas mulheres ganharam influência e podem promover mudanças positivas e a construir uma sociedade mais justa, igualitária e inclusiva.

Em síntese, o conceito de gênero sobre as mulheres é complexo e está profundamente enraizado nas normas sociais e históricas da sociedade. Apesar dos avanços, a luta pela igualdade de gênero continua, é importante reconhecer as barreiras e desafios que ainda precisam ser superados para alcançar a verdadeira igualdade de gênero.

## **REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, Maria Amélia Pacheco Nunes. Aprender a Gerir as Organizações No Século XXI. Lisboa: Áreas Editora, 2005.

BENNIS, Warren G. A formação do Líder. Tradução: Marcelo Levy. São Paulo: Atlas, 1996

BERGAMINI, Cecília W. O Líder Eficaz. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2002.

BERTH, Joice. Empoderamento / Joice Berth. -São Paulo : Sueli Carneiro ; pólen,2019.

BERTH, Joice. O que é empoderamento? Belo Horizonte: Editora Letramento, 2018.

BERTH, Joice. O que é empoderamento?. Belo Horizonte-MG: Letramento, Justificando,2018.

BURNS, J.M. Liderança. São Paulo: Futura, 1978.

BUTLER, Judith. Problemas de gênero. Feminismo e subversão de identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira,

CARTILHA ONU MULHERES. Princípios de empoderamento das mulheres. [www.onumulheres.org.br](http://www.onumulheres.org.br). Movimento mulher 360,2017.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a teoria geral da administração :uma visão abrangente moderna administração das organizações- 7. Ed. E atual - Rio de Janeiro : Elsevier, 2003.

GATES, Melinda. O momento de voar: como o empoderamento feminino muda o mundo. Sextante, 2019.

KETS DE VRIES, Manfred F. R. Liderança na empresa - como comportamento dos líderes afeta a cultura interna. São Paulo: Atlas, 1997

M.B Sardenberg, CECILIA. Conceituando “empoderamento” na perspectiva feminista” <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20Perspectiva%20Feminista.pdf>

MARTINS, Eduarda Alfaro Mena Barreto et al. A Importância Das Lutas Feministas Diante Da Busca Pela Igualdade De Gênero. Rio de Janeiro: Oficina de Textos, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria Geral da Administração. 1. ed. 8. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

MAXWELL, John C. O Livro de ouro da Liderança: o maior treinador de líderes da atualidade apresenta as grandes lições de liderança que aprendeu na vida. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

MENDES Raiana Siqueira; Bruna Josefa de Oliveira VAZ, Amasa Ferreira CARVALHO. O Movimento Feminista e a luta pelo empoderamento da mulher. São Paulo: Gen, 2015.

MORAIS, Luís. Liderança e Estratégia: Casos de Inovação nas Organizações de Saúde. Lisboa: Escolar Editora. 2012.

RHPORTAL. A evolução da mulher no mercado de trabalho. <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-evolucao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/>, 2015.

SANTOS, Bianca Marques. A luta das mulheres no mercado de trabalho. São Paulo: Erica, 2018.

SCHILD, Verónica. Empowering 'consumer-citizens' or governing poor female subjects?: the institutionalization of 'self-development' in the Chilean social policy field. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 7, [S.l.:s.n.] 2007.

SIMON, Vanêssa Pereira; BOEIRA, Sérgio Luis. Economia social e solidária e empoderamento feminino. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 53, n. 3, p. 532-542, 2017.

## ANEXO I

### Roteiro inicial de perguntas para as entrevistas

#### **a) Identificação**

- 1) Que cargo você ocupa hoje?
- 2) Qual sua formação?
- 3) Sua idade?

#### **b) Empoderamento**

- 4) Você poderia falar da sua carreira, como você chegou no seu cargo atual?
- 5) Você tem quantas pessoas subordinadas a você diretamente?
- 6) Você enfrenta/enfrentou algum preconceito por questão de gênero?

#### **c) Liderança**

- 7) Você se considera uma líder?
- 8) Você acha que as pessoas respeitam igualmente os homens e as mulheres em cargos de liderança?
- 9) Quais desafios você enfrenta no seu cargo atual?
- 10) Você acha que mulheres e homens tem habilidades/compartamentos/estilos diferentes estando em cargos de liderança?
- 11) Na sua opinião houve um empoderamento da mulher em relação ao mercado de trabalho nos últimos anos?
- 12) Existe igualdade de poder entre a mulher e o homem exercendo um cargo de liderança?
- 13) A sociedade ainda vê a mulher apenas como mãe e dona de casa?



# CAPÍTULO 3

## **DIFICULDADES ENFRENTADAS POR MULHERES-MÃES AO RETORNAREM AO MERCADO DE TRABALHO EM RONDON DO PARÁ**

### *DIFFICULTIES FACED BY MOTHERS RETURNING TO THE LABOR MARKET IN RONDON DO PARÁ*

Jhefinir Reis da Silva<sup>1</sup>

Sérgio Ricardo Siani<sup>2</sup>

DOI: 10.46898/rfb.9786558895787.3

1 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2793143194157260>.

2 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8480486464810054>.

## RESUMO

O papel da mulher por muitos anos foi ligado somente ao ambiente familiar, sempre foi destacado o cuidado com o lar, marido, filhos entre outros. Quando elas procuraram crescimento profissional sofreram diversas dificuldades. Sendo assim, objetivo geral deste trabalho é identificar as principais dificuldades enfrentadas por mulheres que buscam retornar ao mercado de trabalho após a maternidade na cidade de Rondon do Pará, tendo como objetivo analisar as percepções da mulher-mãe no mercado de trabalho. O referencial teórico foi dividido em três sessões: Ascensão feminina no mercado de trabalho; Maternidade versus Trabalho e Licença-Maternidade. A pesquisa é de caráter qualitativo, com entrevistas semiestruturadas e questionário contendo dez perguntas, tendo um total de 6 mulheres entrevistadas. Quanto aos resultados, foi identificado no trabalho que as mulheres enfrentam muitas dificuldades no mercado de trabalho, sendo que muitas vezes estão relacionadas a desigualdade de gênero. A primeira a aparecer foi a discriminação na contratação, pois o processo seletivo para a mulher é diferente do que para o homem, mesmo de forma inconsciente, fazem perguntas discriminatórias que jamais seriam feitas aos homens.

**Palavras-chave:** Mulheres. Mães. Filhos.

## ABSTRACT

For many years, the role of women was only associated with the family environment, where they were always highlighted for their care for the home, husband, children, among others. When they sought professional growth, they faced various difficulties. Therefore, the general objective of this work is to identify the main difficulties faced by women who seek to return to the labor market after maternity in the

city of Rondon do Pará, aiming to analyze the perceptions of mothers in the labor market. The theoretical framework was divided into three sections: Women's rise in the labor market; Motherhood versus Work, and Maternity Leave. The research is qualitative, with semi-structured interviews and a questionnaire containing ten questions, with a total of 6 women interviewed. Regarding the results, it was identified that women face many difficulties in the labor market, often related to gender inequality. The first difficulty that emerged was discrimination in hiring, as the selection process for women is different from that for men, and even unconsciously, discriminatory questions are asked that would never be asked of men.

**Keywords:** Women. Mothers. Children.

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, as mudanças no cenário social, com relação às mulheres tomaram força com o movimento feminista, com a sua eclosão, por volta de 1970, pois em 1975 a ONU declara o dia internacional da mulher, cujo o objetivo de acordo com a Fundação Getúlio Vargas é identificar e denunciar as discriminações e as desigualdades, libertação das mulheres enquanto sexo dominado, prover a conquistas dos seus direitos e garantir espaço para suas representantes políticas (FGV, 2022).

A história revela que as mulheres eram associadas ao universo privado, do lar, dos afazeres domésticos e dos cuidados com a família (CARVALHO 2015). O papel da mulher por muitos anos foi ligado somente ao ambiente familiar, sempre foi destacado o cuidado com o lar, marido, filhos entre outros, e não podiam trabalhar fora de casa, pois isso atrapalharia de certa forma seu desempenho com a família.

Desde a consolidação dos direitos das mulheres em 1988, o Brasil passou a ter um aumento da participação feminina no mercado de trabalho. Para Guiginski e Wajnman (2019), mesmo tendo ocorrido evoluções positivas nos últimos anos no mercado brasileiro a força feminina apresenta crescimento e conseqüente redução das desigualdades de rendimentos por sexo.

Para **Alves (2009)**, a crescente participação da mulher no âmbito profissional gerou significantes transformações no meio organizacional. As mulheres conquistaram um novo status que sobressai seu antigo papel social e em decorrência disto assumiram novas funções.

Mesmo existindo maior liberdade, aceitação social e estímulos para que mulheres-mães assumam novos papéis. A sociedade impõe que suas obrigações com o lar e filhos sejam desempenhadas perfeitamente. Conforme Garcia e Vieceili (2018), ainda se pressupõem que a mesma mulher desempenhe papéis ligados ao imaginário social de mantenedora do lar, esposa e mãe.

Com maior participação no mercado surgem novas necessidades voltadas às mulheres, ou seja, antes as obrigações que envolviam a família, casa e filhos passam a ser somatório na nova rotina. Com uma carga média de 44 horas semanais, essas mulheres precisam se desdobrar para conseguir dar conta de tudo. Profissionalização, maternidade e manutenção do bem estar familiar são atribuídas as mulheres, e que juntas causam um grande desgaste físico e psicológico (CAVALCANTI; BAÍA, 2017).

Quando essas mulheres conseguem conciliar o emprego e juntamente os afazeres domésticos, a estabilidade profissional é colocada em risco quando no caso delas engravidarem. Ainda que essas

mulheres contribuam com a renda da família, o caráter reprodutivo é exercido inteiramente por elas (GUIGINSKI; WAJNMAN, 2019).

Mesmo tendo participação na contribuição financeira de suas famílias, o trabalho de gerar um novo ser continua sendo exercido primordialmente por elas. A ideia de mulher e sua associação com a maternidade é uma construção meramente social (BUTLER, 2003). Nascimento e Villas Bôas (2016), lembram que a incorporação feminina no mercado atual sofre com negligência de muitos patrões, pois são vistas como as despesas organizacionais por simplesmente poderem gerar uma nova vida.

Mesmo sendo resguardo por lei os seus direitos de licença maternidade e estabilidade, que segundo Pretti e Silva (2021) está definido no artigo 7º, inciso XVIII da Constituição Federal de 1988, que dispõe sobre a estabilidade desde a gravidez. O que garante à gestante o direito de não se separar da empresa sem justa causa, o que lhe garante a estabilidade.

Após a licença maternidade, as mulheres se preparam para voltar ao mercado de trabalho, mas agora com novos desafios. O fato de muitas delas não terem com quem deixar os filhos, ou até mesmo a falta de apoio para lidar com as novas responsabilidades, tanto na vida profissional como no pessoal, pode gerar um esgotamento físico e psicológico.

Voltar ao mercado de trabalho logo após uma gestação envolve uma série de inseguranças nessas mulheres, pois quando retornam às atividades se deparam com a falta de tempo e o canso físico e mental. Um estudo publicado pela Catho mostra que 30% das mulheres saem do mercado de trabalho para cuidar dos filhos (TREVIZAN, 2019).

Para aquelas que optam pela amamentação exclusiva a justiça prevê o direito de duas pausas de 30 minutos para a realização. Como

mostra o Artigo 396 da CLT: “Para amamentar seu filho, mesmo sendo adotivo até que complete até 6 meses de idade, a mãe terá direito a duas pausas especiais de meia hora cada uma” (BRASIL, 1943, art. 396).

O presente trabalho busca responder a seguinte pergunta de pesquisa: Quais as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres que buscam retornar ao mercado de trabalho após a maternidade em Rondon do Pará?

Assim o objetivo geral é identificar as principais dificuldades enfrentadas por mulheres que buscam retornar ao mercado de trabalho após a maternidade na cidade de Rondon do Pará, tendo como objetivo específico analisar as percepções da mulher-mãe no mercado de trabalho.

Este trabalho se justifica pela necessidade de se registrar o novo processo do funcionamento da sociedade atual a respeito do tema e registrar as dificuldades dessas mulheres. Abordar a relação entre o trabalho feminino e a maternidade é de suma importância para equiparar os diversos meios sociais – sindicatos, trabalhadores, organizações (GARCIA; VIECELLI, 2018).

## **2. REFERENCIAL TEORICO**

### **2.1 Ascensão feminina no mercado de trabalho**

O mundo pós globalização se tornou mais competitivo e com o grande crescimento da tecnologia, passou a exigir ao final do século passado novos meios de organização e novo processo produtivo (AMARAL, 2012).

A presença feminina no mercado de trabalho teve seu aumento com a Revolução industrial, pois foi onde as mesmas precisavam

completar a renda da família. Conforme relatado por D'Alonso (2008), após a Revolução Industrial, elas deixam o âmbito privado (marido, filhos e casa), para darem início a sua vida profissional.

De acordo com Leone e Baltar (2008), o aumento da atividade feminina no meio econômico, pode ser notado desde a década de 60, que foi definido como uma luta para a superação do modelo anterior. Que via a mulher apenas como mantenedora do lar, e suas únicas responsabilidades eram com a casa e filhos.

Pereira, Santos e Borges (2005), afirmam que as alterações de padrões culturais impulsionaram as mulheres a participarem do mercado de trabalho de forma consistente, buscando estudar e se aprimorar.

Para Bruzamarello; Patias e Cenci (2019), a participação da mulher no âmbito profissional é um fenômeno atual na sociedade brasileira. Nas últimas décadas as mulheres ganharam grande espaço no mercado de trabalho, e esse crescimento tem sido marco de grandes mudanças no meio social.

Ceribeli; Rocha e Pereira (2017), afirmam que o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho tornou-se um dos principais fenômenos da sociedade moderna.

Nas últimas décadas e com constantes mudanças o mercado de trabalho passou a exigir qualidades que são atributos femininos. Como afirma Amaral (2012), o mercado flexível busca traços femininos, ou seja, exige habilidades como empatia para lidar com o público, docilidade, criatividade, e “jogo de cintura”, características consideradas femininas.

Ocupando cada vez mais espaço no âmbito profissional essas mulheres também ocupam cargos de chefia, mostrando suas aptidões

no sentido de liderar equipes e gerenciar negócios. Para Menda (2004, p. 57):

[...] a posição que as mulheres ocupam no mundo do trabalho estrutura os interesses e muitos dos comportamentos cotidianos. Isso nos leva a pensar no trabalho das mulheres e o lugar que ocupam nesse mundo, pois uma situação de igualdade entre homens e mulheres necessariamente terá que passar também pelo caminho do trabalho das mulheres em pé de igualdade com os homens. As mulheres enfrentam dificuldades não só para atuarem no mercado de trabalho, mas também por receberem salários menores que os homens. Além de sofrerem discriminação no meio profissional (NASCIMENTO; VILLAS BÔAS, 2016).

Ao se ter um olhar mais aguçado do mercado de trabalho, é notório que apesar da incorporação inquestionável das mulheres, ao se observar determinadas áreas de atuação elas continuam desvalorizadas em relação aos homens (GALVANE; SALVARO; MORAES, 2015).

Lima, Lima e Tanure (2009), relatam que algumas das barreiras ao avanço das mulheres estão relacionadas a processos tendenciosos e discriminatórios. A crescente participação das mulheres em funções e responsabilidades cada vez mais diversificadas indica que elas têm limitado seu espaço na esfera pública da produção.

Apesar do crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, sua presença ainda é marcada por mais baixos em relação aos homens, mesmo exercendo as mesmas funções.

## **2.2 Maternidade vs Trabalho**

Vivemos em uma sociedade onde a mulher era vista até pouco como ser reprodutor. A reprodução além de ser instintiva era vista com como dever religioso, que não deveria ser questionado ou deixado de lado (BADINTER, 2011). Nogueira (2010), enfatiza que o discurso preconceituoso, designava a mulher ser naturalmente esposa e mãe; concretizando o conceito universal da família.

Muitas mulheres ainda almejam o sonho de se tornarem mães, mas o atual mercado faz com que essa decisão seja adiada ou até interrompida. Lima (2012), argumenta que as mulheres adiam o sonho de se tornarem mães, pois esperam o momento adequado, onde se encontraram em estabilidade financeira e um relacionamento estável.

A maternidade exige dessas mulheres não só um bom estado emocional, mas também econômico. Sina (2005), afirma que a mulher moderna enfrenta uma enorme sobrecarga, quando busca harmonizar suas atribuições domésticas com a vida profissional; deixando de lado saúde.

A culpa por não está presente em diversos momentos da vida dos filhos, acarretam diversos problemas. Mulheres-mães que escolhem por harmonizar maternidade e carreira tendem a sentir mais culpadas, com a ausência em relação aos cuidados com o lar e filhos (VIEIRA; AMARAL, 2013).

As implicações que aparecem para essas mães são o resultado de um sistema arcaico e sem empatia, se dedicar a carreira profissional e ser mãe são dois papéis antagônicos do ponto de vista dos empregadores (TANURE, CARVALHO NETO; ANDRADE, 2006).

Nas palavras de Pereira, Santos e Borges (2005), as mulheres que trabalham fora ainda cumprem com a maior parte do serviço doméstico em casa. Em certas ocasiões o trabalho se torna extremamente intenso e cansativo.

As mulheres inseridas no mercado de trabalho, quando se tornam mães precisam se reorganizar, para conseguirem conciliar os filhos e a vida profissional (VANALLI; BARHAM, 2012). Ser mãe é uma fase transitória do ciclo vital da mulher, fazendo com que ela busque reorganizar sua identidade (MANENTE; RODRIGUES, 2016). As políticas que afetam diretamente a decisão das mulheres de terem

filhos e participar da força de trabalho devem ser relevantes, pois têm efeito da maternidade sobre a participação no mercado de trabalho. (PAZELLO; FERNANDES,2004).

A maternidade é cercada de penalidades que mostram que quando se existe uma escolha, é advinda, de um lado, pelos estereótipos e, de outro lado, pelas instituições: falta de infraestruturas adequadas e estímulos (MEULDERS *et al.*, 2007).

## 2.3 Licença maternidade

A Constituição brasileira em 1988 passou a garantir o direito a licença-maternidade, equivalente a 120 dias, e a mulher pode se afastar de suas atividades nas empresas sem ser prejudicada. Conforme Ansiliero e Rodrigues (2007), a licença maternidade foi aprovada como direito social que tem por duração de cento e vinte dias, nos termos do art. 7º, para resguarda empregada.

Relação ao artigo 7º da Constituição Federal, esta salvaguarda especificadamente os direitos do trabalhador, inclusive quanto à licença maternidade e paternidade:

Art. 7º São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social:

XVIII - licença à gestante, sem prejuízo do emprego e do salário, com a duração de cento e vinte dias;

XIX - licença-maternidade, nos termos fixados em lei (JUS, 2022).

Machado (2018), afirma que, a maternidade impõe um caráter cíclico ao trabalho feminino, já que a mulher está sujeita a estes afastamentos periódicos do trabalho. Protegendo assim as futuras mães que de certa forma se sentem pressionadas pelo atual mercado, que culpabiliza e coagem essas mulheres que buscam tanto pelo crescimento e estabilidade financeira. Com o surgimento de novas demandas e necessidades e recomendações que aconselham que a

mãe amamente seu filho exclusivamente até os seis meses de vida (GOV, 2019).

A lei novamente sofreu alterações para suprir essas necessidades. A Lei Federal nº [10.421](#), de 15.04.2002, alterou o artigo [392](#) da [Consolidação das Leis do Trabalho \(CLT\)](#) para constar o seguinte:

Art. 38. Os arts. 1º, 3º, 4º e 5º da [Lei nº 11.770, de 9 de setembro de 2008](#), passam a vigorar com as seguintes alterações: [\(Produção de efeito\)](#)

“ [Art. 1º](#) É instituído o Programa Empresa Cidadã, destinado a prorrogar:

I - Por 60 (sessenta) dias a duração da licença-maternidade prevista no [inciso XVIII do caput do art. 7º da Constituição Federal](#);

II - por 15 (quinze) dias a duração da licença-paternidade, nos termos desta Lei, além dos 5 (cinco) dias estabelecidos no [§ 1º do art. 10 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias](#). (PLANALTO,2008).

Com as novas mudanças na atual legislação a relação entre empregado e patrão, principalmente quando direcionadas à mulheres tende a dificultar a contratação da mesma. A licença pode ocasionar salários mais baixos para as mulheres, devido a perda de experiência da trabalhadora durante o afastamento e os custos ao empregador (ALVES; PAZELLO; SCORZAFAVE, 2015).

Nas empresas as mulheres são vistas como gastos extras, já que devido ao seu afastamento resguardado por lei, o empregador terá que contratar outro funcionário para ocupar temporariamente a função ou até mesmo sobrecarregar outros funcionários com as respectivas atividades. Alves, Pazello e Scorzafave (2015), descrevem que essas despesas, podem acontecer pela contratação de trabalhadores temporários ou pagamento do benefício.

Mesmo não sendo comprovado gastos extra com o afastamento dessas funcionárias, muitos gestores alegam ter prejuízos, sendo que é comprovado que a licença-maternidade não gera custos consideráveis para as empresas. Visto que existem políticas públicas que absorvem esses custos, além de, na maioria das vezes, empresas não contratarem outra pessoa para substituir os afastados (MACHADO, 2018).

As pausas geradas ao longo da gravidez, se revelam futuramente como perigosas armadilhas nos ambientes profissionais. Aumentando os preconceitos arraigados no meio empresarial, que associam as licenças-maternidade a demérito.

### **3. METODOLOGIA**

O presente trabalho é de natureza qualitativa. Nascimento (2016), afirma que é baseada na interpretação dos fenômenos observados, levando em consideração o significado tanto do entrevistador ou que os mesmos carregam; observando também a realidade que está inserido. A pesquisa qualitativa é uma abordagem de pesquisa que estuda os aspectos subjetivos do comportamento humano e de fenômenos sociais. Segundo Neves (1996) os métodos qualitativos, assemelham-se aos fenômenos que usamos em nossa vida cotidiana, são da mesma natureza que os dados que os pesquisadores qualitativos usam em suas pesquisas.

Quanto a natureza, é uma pesquisa aplicada. Segundo Nascimento (2016), pesquisa aplicada é designada à criação de conhecimento para solucionar problemas existentes e específicos, buscando a verdade em sua aplicação.

É um estudo do tipo exploratório, que tem como finalidade proporcionar familiaridade do pesquisador com a área de estudo que está interessado, assim como delimitar o mesmo (GIL 2002).

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, que foram realizadas com mulheres de dezoito a trinta e cinco anos que possuem carteira assinada, que tinham filhos e que residiam na cidade de Rondon do Pará. Entrevistas semiestruturadas combinam questões abertas e fechadas, que o informante tem a oportunidade de falar sobre o tema proposto. O pesquisador está sujeito a um conjunto predeterminado de questões, mas o realiza se parecendo a uma conversa informal (BONI; QUARESMA, 2005).

As entrevistas vão cessar no momento que acontecer o fenômeno bola de neve, também entendido como amostragem de saturação. É uma ferramenta conceitual utilizada em investigações qualitativas. Conforme Falqueto e Farias (2016), é utilizada para definir o tamanho final de uma amostra terminando a captação de novos dados, sendo assim o número de entrevistados é definido operacionalmente.

Para a coleta de dados deste trabalho, foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado, que para Manzini (2012) o roteiro semiestruturado possui como característica um formulário bem elaborado com perguntas abertas, e é indicado para estudar um determinado fenômeno com uma população específica.

As entrevistas foram feitas de forma presencial e gravadas pelo celular, direcionadas a mulheres-mães de Rondon do Pará, para se obter maiores esclarecimentos sobre as dificuldades enfrentadas por elas ao tentarem retornar ao mercado de trabalho após a maternidade, no qual decorreram perguntas direcionadas, claras e eficientes sobre o assunto, para absorver as informações necessárias, criando assim, uma interação entre entrevistador e os entrevistados. Dando liberdade para que as entrevistadas pudessem contar um pouco de sua vivência.

Segundo Creswell (2010), análises como essas, requerem reflexões contínuas sobre os dados obtidos. A análise qualitativa é conduzida simultaneamente com a realização de interpretações consistentes na redação de relatórios, baseados em formular questões abertas para desenvolver uma conclusão clara das informações fornecidas pelos participantes.

Para a pesquisa foi elaborado um roteiro contendo dez (10) questões abertas, todas relacionadas ao assunto. A fase de coleta de dados teve a duração de cerca de quarenta e cinco (30) dias, as entrevistas duraram aproximadamente dez (10) minutos, iniciadas no mês de dezembro de 2022.

O objetivo desta pesquisa foi identificar as principais dificuldades encontradas por mulheres-mães que buscam retornar ao mercado de trabalho. Quanto aos objetivos específicos, buscou-se: analisar se as entrevistadas foram constrangidas, sobrecarregas, assediadas e até mesmo desvalorizadas por terem filhos.

Durante o procedimento de pesquisa, optou-se por não identificar as entrevistadas, sendo estabelecido um apelido para cada pessoa, conforme o quadro 1.

Quadro 1: Identificação das entrevistadas

Nome	Idade	Profissão	Quantidade de filhos
Ana	27 anos	Vendedora	1
Paula	30 anos	Auxiliar de escritório	2
Maria	32 anos	Dona de casa	1
Yngrid	25 anos	Auxiliar de cabeleleiro	2
Maria do Carmo	40	Domestica	2
Joana	39	Balconista	3

Fonte: Pesquisador

## 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

A presente seção foi dividida em duas partes: 4.1) A mulher no mercado de trabalho, e 4.2) A mulher como mãe.

### 4.1 - A mulher no mercado de trabalho

Quando perguntado se tinham alguma dificuldade de ascensão no meio profissional várias mulheres responderam que sim, se sentiam inferiorizada ou até mesmo desvalorizada pelo fato de serem mulheres. Mesmo a maioria possuindo o mesmo grau de ensino que os homens e ocuparem os mesmos cargos de chefia, como explica Ana:

As pessoas acreditam que a mulher tem que estar na cozinha, cuidando dos filhos, limpando a casa, fazendo os serviços domésticos. Só que nós, mulheres, estamos cada vez mais conquistando espaço no meio profissional. Tentando nos igualar aos homens, os salários dos mesmos, o que é bem difícil.

A dificuldade de as mulheres conseguirem cargos de liderança está associado a vários fatores. Porém deve-se ressaltar a falta de conciliação entre filhos, trabalho e família (REIS *et al*,2019). Graças a uma sociedade machista que desde os tempos mais antigos colocou a mulher em uma posição doméstica onde a mesma não era vista como um ser que pudesse trabalhar fora de casa e só poderia cumprir as funções familiares. Paula argumenta:

Você conseguir uma boa faixa salarial, conseguir respeito, conseguir tudo hoje é muito difícil por ser mulher. Quando a gente tenta ingressar no mercado de trabalho, mesmo que as nossas qualificações sejam superiores aos homens, jamais a gente vai conseguir chegar a um terço do prestígio que eles têm.

As mulheres enfrentam dificuldades não só para atuarem no mercado de trabalho, mas também por receberem salários menores que os homens. Além de sofrerem discriminação no meio profissional

(NASCIMENTO; VILLAS BÔAS, 2016). As mesmas sofrem com discriminação no meio profissional, devido não só as dificuldades de ingressarem no mercado de trabalho como também sofrem com a diferença salarial.

A entrevistada Maria do Carmo descreve que o esforço feminino para obter crescimento profissional, terá sempre que ser maior que os dos homens. Para que assim se consiga ao menos chegar perto daquilo que almejam, segundo ela:

[...] a gente tem que se esforçar três vezes mais, tem que correr atrás três vezes mais. E se um homem é capacitado, você tem que ser três vezes mais capacitado que eles. Porque a gente vive numa sociedade muito machista e que um ambiente profissional é composto, na maioria das vezes, em cargos de poder por homens.

Já em contra partida outra entrevistada alega que vai depender do tipo de trabalho que deseja, ou seja, que atividades preferencialmente exercidas por homens será mais difícil ainda para uma mulher ingressar. Joana: “dificulta, mas eu acho que depende muito da profissão que você está. Quando você busca uma posição que é ocupada em sua maioria por homens, você vai ter uma grande dificuldade”.

No atual cenário, as mulheres se fazem maioria entre os estudantes de nível superior (BARROS; MOURÃO,2018). Mesmo sendo maioria na educação superior, continuam sub-representadas em algumas áreas do conhecimento, revelando assim certa desigualdade nesse meio que se estende ao meio profissional.

Mulheres mesmo estudando mais, sempre vão encontrar em seu caminho agentes que dificultam sua ascensão, de modo que as mesmas por diversas vezes se sintam desencorajadas.

A volta ao mercado de trabalho nunca é fácil para as mães, principalmente quando as mesmas se afastam por anos. Deixando assim um grande vazio em seus currículos.

Porque você deu uma pausa ali no seu emprego, e que nessa pausa pode ter acontecido um milhão de coisas. E quando você volta, você se sente totalmente perdida, fora de lugar. Parece que aquela posição que você ocupava não é mais o seu lugar (INGRYD, 2023).

É bastante intimidador, porque quando você volta, você volta cheia de inseguranças e cheias de medo de ter acontecido algo que você não se atualizou ou de pelo tempo que você estava fora acontecer. Novas mudanças, novas complicações (PAULA, 2023).

As entrevistadas relatam que ao retornar ao seu emprego se sentem deslocadas, pois algo que antes era rotineiro agora se apresenta cheio de incertezas. Fazem elas se questionarem se realmente continuam aptas a exercer suas antigas funções e rapidamente acompanhar o ritmo da empresa.

A entrevistada cita que encontrou dificuldades para encontrar um novo emprego mesmo já tendo experiência e conhecendo os padrões. Maria do Carmo: “Sim, eu trabalhei um tempo como doméstica e quando eu tentei voltar, eu encontrava muita dificuldade. As pessoas não querem te empregar, você fica naquela insegurança. É tudo muito difícil, é muito corrido”.

Essas mulheres são incansavelmente questionadas sobre sua capacidade de criar seus filhos e conciliar um emprego, sendo sempre sobrecarregada e nunca parabenizada (POMPERMAYER, 2019)

A todo tempo essas mulheres são colocadas em posições de questionamento, sobre a decisão de voltar cedo ou tarde a sua carreira profissional, enfrentando o julgamento de terceiros, mas também no próprio emprego. O relato da entrevistada cita que sempre é colocada

em posição de dúvida se realmente é o momento ideal para voltar ao trabalho, segundo Ana:

E a nossa dimensão em relação a nossa capacidade é colocada muito em dúvida, quando se tem filhos e queremos continuar trabalhando, as pessoas já falam você já vai deixar seu filho pequeno em casa e já vai voltar a trabalhar. Então ser colocada em dúvida o tempo inteiro é algo rotineiro, nós nunca somos colocadas como um ser capaz de dar conta.

Todas as mulheres que passam por esse retorno, descrevem passar por um momento de alta reflexão, e preocupação com essa nova vida de profissional e mãe que não são separadas, mas que pouco é visto de forma amigável no meio profissional (CAVALCANTI; BAÍA, 2017).

Quando questionadas sobre o sentimento de culpa ou o fato de se sentirem sobrecarregadas as entrevistadas Ana e Maria afirmaram que há um grande julgamento vindo de familiares e amigos:

A gente leva uma pressão muito grande da sociedade, nós podemos dizer assim, porque o que eles pensam logo que estamos deixando o filho para ir trabalhar. Mas eu deixo o meu filho para ir trabalhar porque eu quero ter um crescimento profissional, mas as pessoas não entendem isso (ANA, 2023).

A primeira coisa que aconteceu comigo quando eu pensei em voltar a trabalhar foi a minha mãe e o meu esposo me julgando bastante, falando que o menino ia ficar descuidado, que o menino não ia me amar pelo fato de eu querer deixar ele com a babá para poder trabalhar (MARIA, 2023).

Essa sobrecarga faz com que mulheres que optaram por harmonizar carreira e maternidade, experimentam a de culpa em relação a sua ausência nas atividades que envolvem os filhos e o lar (VIEIRA; AMARAL 2013). A preocupação com os deveres domésticos é uma das principais queixas das mulheres, muitas alegam que por muitas vezes não conseguem dar conta de tudo e algumas dessas obrigações acabam por ficar de lado. Maria do Carmo lembra:

Sobrecarregada, culpada e cansada. Esses são as palavras que definem qualquer mulher. Você não tem ajuda, na maioria das vezes, do seu esposo. Os seus filhos te demandam bastante tempo e o seu emprego é uma coisa totalmente fora do seu particular que você não deve se deixar levar, nem coisas do seu ambiente, pro pessoal, pro profissional”.

Da mesma forma, Paula argumenta:

Olha, acho que é uma das coisas mais difíceis que tem. Você deixar seus filhos na sua casa porque você quer crescer profissionalmente ou muito bem. Ou às vezes você quer trabalhar e estudar. Então você tem que deixar os seus filhos.

A falta de compartilhamento das tarefas direcionadas ao lar e cuidado com os filhos, no crescimento econômico, social e profissional faz com que essas mulheres se sintam insatisfeitas.

## **4.2. - A mulher como mãe**

Após a maternidade voltar ao emprego assusta muitas mulheres, principalmente aquelas que estavam de licença maternidade e se encontram em uma situação de deixar seus filhos de em média 4 meses. O relato da entrevistada Ana nos traz a falta de empatia do chefe para a situação que ela se encontrava, e a entrevistada Maria teve que parar de amamentar seu bebê para voltar ao trabalho. Ana e Maria relatam que:

[...] a falta de empatia do chefe, pois a licença maternidade só quatro meses. Em alguns casos, chega a seis. E aí eu tenho um filho pequeno que ainda mama, eu tenho que deixar com outra pessoa em casa, e eu não tenho aquela sensibilidade de o patrão chegar e saber conversar sobre como a gente vai resolver a situação (ANA, 2023).

Então é muito difícil, principalmente porque eu amamentava. Então com quatro meses já pensar em parar de amamentar o meu filho para voltar a trabalhar era uma dificuldade muito grande (MARIA, 2023).

Uma das primeiras dualidades enfrentadas por essas mães quando tentam conciliar a maternidade e o trabalho está associado ao período de amamentação e desmame (VANALLI; BARHAM, 2012).

A segunda entrevistada teve que adaptar a uma nova vida após ser mãe, pois agora as responsabilidades mudaram, existem novas prioridades. Paula(2023) “Acho que a maior dificuldade foi entender bem o que estava acontecendo. Tinha acabado de ser mãe e era tudo muito novo e tudo muito assustador. Você tem que equilibrar um bebê pequeno em um emprego” .

A entrevistada Joana conta que sua maior dificuldade foi sobre com quem deixar o filho, já que é uma insegurança de várias mães que buscam voltar a trabalhar:

[...] eu acredito que com quem deixar os meus filhos e se os meus filhos vão estar em segurança se eles vão estar bem, e este é o medo de toda mãe. É a nossa principal dificuldade, porque não é fácil você encontrar uma boa creche ou de confiança para deixar seu filho.

Durante esse período é comum que isso ocorra, pois a falta de tempo para gerir diversas atividades ao mesmo tempo faz com que essas mulheres deixem de ser enxergar com um ser humano passível de erro. Não conseguir tempo para o seu cuidado pessoal, lazer e estudos, faz com que elas se ressintam.

Em algum momento todas as mães se deparam com esse questionamento, participar de forma efetiva do cotidiano dos filhos ou dividir o tempo e continuar no emprego. A mulher tem que optar entre sua carreira/profissão ou a maternidade (REIS *et al.*, 2019).

As entrevistadas Ana e Paula relatam que se tivessem um pouco mais de instrução ou até mesmo pudessem voltar no tempo, optariam por não serem mães naquele momento por envolver diversas

questões. Ana: “se eu pudesse voltar no tempo e às vezes até me prevenir, eu escolheria não ser mãe naquele momento” e Paula:

Eu costumo dizer com algumas pessoas próximas a mim que em outros tempos e em outras ocasiões, hoje eu não seria mãe por porque é muito difícil. É muito difícil você encontrar uma boa escola e você encontrar alguém de confiança para cuidar do seu filho.

Em contra partida as entrevistadas Maria e Yngrid abdicaram de sua carreira em prol dos filhos, entraram em conflito com seus superiores para cuidar e amparar quem mais importava naquele momento:

Sim, é triste admitir, porque uma vez o meu filho teve uma febre muito grande e eu estava trabalhando, e eu tive que sair correndo tentei explicar a situação para o meu chefe e ele simplesmente falou que não poderia me liberar e que se eu quisesse, eu poderia esperar ou pedir para alguém ir com o meu filho para o hospital. E naquele momento eu lembro que eu parei de frente para ele e falei assim então pode ajeitar a minha demissão, porque eu estou indo embora. E peguei minhas coisas na mesa e fui embora. Naquele momento eu percebi que eu sempre escolheria ser mãe e não uma empregada subordinada de alguém. Então, todas as vezes que meu filho precisar de mim e eu tiver que abrir mão do meu emprego, eu vou abrir mão do meu emprego (MARIA, 2023).

Nas duas vezes que eu tive filha, duas vezes eu escolhi ser mãe. E não me arrependo, porque só cumpria os 30 dias do aviso prévio e pedia demissão; eu não conseguia deixar os meus filhos em casa com uma babá e ir trabalhar. A empresa espera que você aja como se você não tivesse filhos, então eu ia trabalhar quase que chorando todos os dias. E quando chegava ali pelo 15º dia, eu falava pode começar a dar entrada na minha papelada, eu quero a minha demissão e eu vou ser mãe e não me arrependo (INGRYD, 2023).

Há também aquelas mulheres que não tiveram essa opção, que por algum motivo tiveram que exercer as duas funções, relatando que na maioria das vezes por necessidade seus filhos as acompanhavam na jornada de trabalho, como pode-se observar com as entrevistadas:

Eu não tive essa opção de escolher um ou outro passei muita dificuldade. Sempre faltou muitas coisas, então a gente tinha que trabalhar desde novinha, desde cedo. Mesmo eu tendo engravidado nova eu tinha responsabilidade, tive que ser os dois e dar conta do tranco. Hoje, depois do que eu estudei, não nego que as coisas melhoraram um pouco (MARIA DO CARMO, 2023).

[...] eu optei por ser mãe quando me deparei com essa bifurcação, podendo se dizer assim. Eu optei por ser mãe e não tinha negociação, não tinha uma segunda opção plausível, tive que ser mãe. Então, sem pensar, eu deixei meu emprego, tranquei um cursinho que eu fazia na época porque demandava muito tempo e era noite (JOANA, 2023).

A incompatibilidade de papéis, a dificuldade em administrar a maternidade e a vida profissional. Em casos extremos, o que ocorre com que essas mulheres que fazem elas renunciarem são vários fatores. As mães necessitam que o ambiente de trabalho seja mais flexível, pois a grande maioria não tem rede de apoio, e os pais não são tão presentes; e nem abdicam de suas vontades pessoais ou profissionais (MARQUES,2022).

Ao serem questionadas sobre alguma diferenciação ao mencionar que tem filhos em entrevistas de emprego, todas responderam que sim. Mas vale destacar que:

A gente fica até sem palavras, porque quando você vai pra entrevista de emprego, você prepara o seu currículo profissional. Você está ali para mostrar as suas competências, as suas habilidades, suas experiências profissionais e o que você entende daquilo. Mas na entrevista eles pergunta direto sobre filhos e marido, nunca ouvi dizer que essa pergunta é feita aos homens (ANA, 2023).

A forma que eles te tratam muda drasticamente a partir do momento que você menciona ter filhos, não é? Eu só tenho um. E quando eu mencionei a primeira vez que eu fui voltar ao mercado de trabalho, que a feição do meu gerente lá mudava automaticamente de tipo de estar prestes a ser contratado (PAULA, 2023).

As mulheres já são vistas como um custo maior nas organizações, quando há a menção de filhos esse cenário se complica ainda mais. Recrutadores são relutantes em contratar, educar e promover uma mãe trabalhadora se comparado a outra mulher sem filhos (POMPERMAYER,2019). Maria recorda:

Chega a ser chato e cansativo porque todas as vezes que a gente vai pra uma entrevista de emprego, pergunta se a gente tem filho, né? E principalmente se você falar que tem um filho pequeno aí que realmente se você as suas chances de conseguir emprego já era difícil por ser mulher e ser mãe, se seu filho for pequeno ainda, se tiver menos de um ano, é mais difícil ainda. A probabilidade de contratarem você é zero, porque pra ele já gera um problema automaticamente.

De acordo com Ramos e Araújo (2016), uma grande parte de estudos voltados ao segmento de recrutamento e seleção de pessoal expõe a discriminação sofrida por mulheres em cargos de liderança, mesmo elas apresentando currículos melhores. Demonstrando assim o preconceito velado relacionado a mulheres que tem filhos, dificultando ainda mais a sua volta ao mercado de trabalho.

As entrevistadas relataram que são questionadas sobre os filhos em praticamente todas as entrevistas de emprego que participaram, que se sentiram por muitas das vezes constrangidas. Nesse quesito Ana e Maria reclamam que:

É a pergunta de praxe de toda mulher que busca um cargo no mercado profissional. Eles perguntam a quantidade de filhos, com quem eles ficam, quantos anos tem e tem doenças. Então a coisa então chega a ser constrangedora. Mas eles te perguntam e fazem tipo uma auto análise da sua vida baseada pelos seus filhos (ANA, 2023).

Sim. E acho que eu nunca passei por nenhuma entrevista que não fosse me perguntado se eu tinha filhos. Tanto on line quanto presencial. Todos perguntam se você tem filhos, quantos anos tem e um monte de outras coisas. É meio que constrangedor, né? Porque não? Ao meu ver, não mudaria nada eu ter filhos ou não (MARIA, 2023).

Para Machado (2018), afirma que grande parte das entrevistadas se sentem incomodadas com esses preconceitos arraigados. Pois elas são descartadas automaticamente ao mencionarem que tem filhos, além de ser considerada uma atitude antiprofissional, machista e preconceituoso o fato de recrutadores perguntarem, nas entrevistas, se as mulheres possuem filhos, e qual a idade deles. Veja o relato de Maria do Carmo:

Eu acho que eu nunca participei de nenhuma conversa ou nenhuma proposta de emprego que não tivessem me feito essa pergunta antes. Acho que para eles deve ser uma pergunta normal, né? Não sei se aos homens perguntam quando vão procurar emprego, mas sempre foi me perguntado. A gente fica até meio sem graça. Mas como a gente precisa daquele emprego, a gente sempre vai. Eu tive uma patroa que sempre que quando ela foi me contratar, ela perguntou se eu tinha filhos, porque se eu tivesse filhos ia ficar muito difícil pra ela, porque eu ia ter que ter mais responsabilidades além do emprego, que eu não ia dar conta de cuidar das coisas dela e tudo mais.

Mesmo sem saber se algo importante na vida do candidato irá perturbar o fluxo de trabalho, com certa frequência. Sua reinserção no mercado de trabalho, portanto, é muito pior; ou seja, pode-se dizer que as mulheres que são mães recentemente, são discriminadas em relação às mulheres que não têm filhos.

Moura e Lopes (2014), relatam que o processo de recrutamento e seleção pessoal dever ser imparcial, observando os requisitos propostos pelo cargo para que os resultados sejam guiados de forma inerentes. Mas ainda assim as entrevistadas relatam que são questionadas sobre os filhos, quantidade, se são casadas e quem fica com eles para que elas possam trabalhar.

Ao serem questionadas se mediante a contratação houve constrangimento por parte dos recrutadores ao mencionarem que tinham filhos, as entrevistadas relataram que sim. Yngrid explica que:

Uma vez passei um bom tempo na entrevista e eu liguei de novo pro entrevistador e o pessoal lá do RH dessa empresa e eu perguntei pra eles como tinha sido e como seria o feedback da entrevista. A moça foi bem sincera comigo e falou assim, olha a gente gostou muito da sua entrevista, porém o fato de você ter filhos vai impossibilitar você de ocupar a vaga, porque no momento a gente não está procurando uma pessoa que tem filhos, principalmente dois.

Para Nascimento e Villas Bôas (2016), a visão dos empregadores atua diretamente na forma que as mulheres são inseridas no mercado de trabalho, pois estas são vistas como aumento das despesas por terem predisposição biológica para gerar um filho.

Usufruir de direitos como licença maternidade, intervalos para amamentação e estabilidade de emprego, as mulheres com filhos são vistas como um futuro problema as empresas. Mesmo não tendo nada que comprove tal afirmação. Ana lembra que:

Me perguntaram se eu tinha filhos e respondi que sim, e a moça que era responsável pela entrevista falou assim... nossa!, mas aqui a gente não contrata mulheres que tem filhos, porque atrapalha muito, você vai ter que sair, tem que participar da vida do seu filho. Tirando também o stresse que causa pra gente quando você traz um atestado porque seu filho está doente.

A mulher sofre de certa forma, uma penalização por ter filhos. Pois de acordo com as entrevistadas é notório uma diferenciação ou até receio por parte do empregador em contrata-las, mesmo indo bem nas entrevistas, apresentando um bom currículo elas são descartadas como profissional. Joana relata:

É um constrangimento velado, sabe bem disfarçado do recrutador ficar com piadinhas de tipo ah... se tiver mais um filho a gente já vai ter que repensar o seu currículo. Se seu filho ficar muito doente, a gente vai ter que contratar um plano de saúde para ele. Então, são piadas que acabam machucando a gente como mãe, porque a gente vai em busca de novas oportunidades, de uma estabilidade financeira.

Lima (2018), afirma que as mulheres são impactadas de forma desigual ao se tornarem mães no ambiente de trabalho, já que conseqüentemente elas pausam suas carreiras e vida acadêmica; além de cuidarem de todo o serviço de casa. E ainda sofrem diversas formas de preconceito por serem mães, quando se deparam com gestores ou patrões que as questionam sobre seus filhos ou até mesmo as invalidam como profissionais capazes.

Questionadas sem em algum momento da gravidez no ambiente de trabalho sofreram algum tipo de assédio, as entrevistadas responderam que sim. Mesmo amparo em lei, os direitos das gestantes, muitos patrões utilizam de violência psicológica para amedrontar essas mulheres. Ana e Yngrid lembram desses momentos:

Muita pressão psicológica de o tempo todo, o meu chefe fazia várias gracinhas comigo, falava que ia ser descontado do meu salário o dia que eu tinha faltado. Ficava reclamando quando eu parava um pouco para levantar e caminhar porque a gravidez causa inchaço, então era sempre bom estar caminhando entre várias outras coisas (ANA, 2023).

O meu patrão tinha fama de demitir todo mundo que estava grávida e botar medo nas funcionárias. Ele dizia se engravidar, vai pra rua, se engravidar vai descontar os dias que faltar no salário. Se pensar engravidar, já peça demissão (YNGRID, 2023).

A capacidade da gestante, que desempenha o trabalho, de se rebelar contra a vivência do assédio moral é limitada, vai depender do seu perfil psicológico e da sua condição social (AZEREDO,2009).

Paula relata que recebia anticoncepcional da sua antiga patroa, uma prática totalmente abusiva e antiética, ela lembra que “ patrões que davam anticoncepcional para a gente, todo dia a patroa passava no escritório e entregava uma cartela de anticoncepcional pra gente, pois ela não aceitava que a gente fosse mãe”. De uma forma geral, a gravidez não é bem vista pela maioria das entidades patronais, pois pode ser considerada incompatível com o normal funcionamento da

organização, isto porque, a gravidez obriga que a mulher se ausente por longos períodos de tempo (LOUREIRO; CARDOSO, 2008). Joana também lembra um episódio ligado a gravidez:

Eu já trabalhei de vendedora em uma loja de roupas e assim descobri que estava grávida, fui falar para o meu chefe. Ele falou que teria que me trocar de cargo, pois eu não ia conseguir mais ficar muito tempo em pé na loja. Que ele se pudesse me demitiria logo, porque eu só ia gerar gastos para ele, pois teria que sair para fazer exames de rotina, essas coisas.

Apesar da sociedade permanecer em constante mudança, tanto culturalmente e modernização, as mulheres ficam receosas sobre informar sua gravidez, por medo e inseguranças que estão envoltas (MARQUES, 2022).

Para que essas mulheres possam voltar a trabalhar, é necessário que haja um local ou alguém de confiança, então grande partes das entrevistadas relataram que atualmente deixam seus filhos que já são um pouco maiores em escolas. Maria recorda que “o meu filho vai pra escola, mas assim que ele nasceu era muito difícil, porque não tinha aquelas creches que você podia deixar o seu bebê lá em tempo integral Igual tem hoje”.

Yngrid também explica que “Graças a Deus hoje tem escolas, creches. Locais no qual você pode deixar, a criança tem bastante atividades extras e aí a gente consegue trabalhar uma carga horária bacana”. E Joana: “Atualmente, eu deixo meus filhos na escola, para que eu possa conseguir trabalhar. Pela manhã os dois vão para a escola e à tarde eles fazem algum tipo de atividade e uma aula de reforço”.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Longe de esgotar esse assunto, tão complexo em sua essência, o objetivo desse trabalho foi identificar as principais dificuldades enfrentadas por mulheres que buscam retornar ao mercado de trabalho

após a maternidade na cidade de Rondon do Pará, e ainda tendo como objetivo específico analisar as percepções da mulher-mãe no mercado de trabalho.

Foi identificado no trabalho que as mulheres enfrentam muitas dificuldades no mercado de trabalho, sendo que muitas vezes estão relacionadas a desigualdade de gênero. A primeira a aparecer foi a discriminação na contratação, pois o processo seletivo para a mulher é diferente do que para o homem, mesmo de forma inconsciente, fazem perguntas discriminatórias que jamais seriam feitas aos homens.

Outro tema recorrente é o assédio moral, onde são sempre subjugadas, o que pode levar a problemas ligados a autoestima e falta de confiança. Ainda, verificou-se que a falta de flexibilidade por parte dos empregadores, aumenta a dificuldade da mulher equilibrar sua carreira com as responsabilidades domésticas. A falta de flexibilidade se agrava no caso da mulher grávida, tornando ainda mais difícil ela gerenciar sua gravidez.

Ainda no quesito mulher grávida, ela tem desafios específicos no seu ambiente de trabalho, principalmente de se envolver em atividades que exigem trabalhos físicos, ela pode ficar mais facilmente cansada, e reclamam de receber muitas vezes um tratamento injusto.

Por fim, depois do nascimento do bebê, leva um certo tempo para a mulher se adaptar à nova rotina, o que pode atrapalhar sua capacidade de trabalhar em período integral.

Para tratar essas dificuldades, o governo tem legislação específica do assunto, contudo depende do bom entendimento dos gestores coloca-las em prática, para que não ocorra nenhum tipo de constrangimento.

Como foi dito, o presente trabalho não pretendia esgotar o assunto, mas foi possível apresentar as dificuldades que essas mulheres

enfrentam no mercado de trabalho, mas existem outras dificuldades. Reconhecer isso e trabalhar para superar, é um desafio, a fim de criar um ambiente de trabalho mais justo.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Bruna; PAZELLO, Elaine Toldo; SCORZAFAVE, Luiz Guilherme Dácar da Silva. Retorno da mulher ao mercado de trabalho: impacto da licença-maternidade. 2015.

ALVES, José Eustáquio Diniz. **Inserção social e exclusão política das mulheres brasileiras**. APARTE-Inclusão Social em Debate, Rio de Janeiro, p. 1-15, 2009.

AMARAL, Grazielle Alves. Os desafios da inserção da mulher no mercado de trabalho. *Itinerarius Reflectionis*, v. 8, n. 2, 2012.

ANSILIERO, Graziela; RODRIGUES, Eva Batista de Oliveira. Histórico e evolução recente da concessão de salários-maternidade no Brasil. *Informe da Previdência Social*, v. 19, n. 2, p. 1-9, 2007.

AZEREDO, Márcia Fontes Peixoto et al. Repercussões da violência sob a gestação percebidas pelas gestantes com síndromes hipertensivas. 2009.

BADINTER, Elisabeth. **O conflito: a mulher e a mãe**. Editora Record, 2011.

BARROS, Suzane Carvalho da Vitória; MOURÃO, Luciana. Panorama da participação feminina na educação superior, no mercado de trabalho e na sociedade. *Psicologia & Sociedade*, v. 30, 2018.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, [s. l.], ano 2005, v. 2, ed. 1, p. 68-80, 2005.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRUZAMARELLO, Diogo; PATIAS, Naiana Dapieve; CENCI, Cláudia Mara Bosetto. Ascensão profissional feminina, gestação tardia e conjugalidade. *Psicologia em Estudo*, v. 24, 2019.

CAVALCANTI, N. C. S. B.; BAÍA, Deylane Corrêa Pantoja. Ser mãe no mundo do trabalho: notas sobre os desafios da reinserção de mulheres no mercado de trabalho após a experiência de maternidade. *13º Mundo de Mulheres, 11º Fazendo Gênero: transformações, conexões, deslocamentos*, 2017.

CERIBELI, Harrison Bachion; DE SOUZA ROCHA, Guilherme Barcellos; PEREIRA, Mariana Rosendo. Mulheres em cargos de chefia: desafios e percepções. *Diálogo*, n. 36, p. 09-24, 2017.

DALONSO, Glaucia de Lima. Trabalhadoras brasileiras e a relação com o trabalho: trajetórias e travessias. *Psicologia para América Latina*, n. 15, p. 0-0, 2008.

FALQUETO, Júnia; FARIAS, Josivania. Saturação Teórica em Pesquisas Qualitativas: Relato de uma Experiência de Aplicação em Estudo na Área de Administração.

Fundação Getúlio Vargas, 2022. Movimento Feminista. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/movimento-feminista#:~:text=Na%20segunda%20metade%20dos%20anos,em%20luta%20contra%20a%20ditadura>. Acesso em 08 de ago.2022.

G1, 2019. TREVIZAN, Karina. Pesquisa mostra que 30% das mulheres deixam trabalho por causa dos filhos; homens são 7%. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2019/05/10/pesquisa-mostra-que-30percent-das-mulheres->

deixam-trabalho-por-causa-dos-filhos-homens-sao-7percent.gh.html. Acesso em: 10 ago. 2022.

GALVANE, Fabia Alberton de Silva; SALVARO, Giovana Ilka Jacinto; MORAES, Adriana Zomer de. Mulheres em cargos profissionais de chefia: o paradoxo da igualdade. *Fractal: Revista de Psicologia*, v. 27, p. 301-309, 2015.

GARCIA, Carla Fernandes; VIECILI, Juliane. Implicações do retorno ao trabalho após licença-maternidade na rotina e no trabalho da mulher. *Fractal: revista de psicologia*, v. 30, p. 271-280, 2018.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002. 176 p. ISBN 85-224-3169-8. Acesso em: 22 de out. 2022.

Governo Federal, 2021. Todo pela amamentação. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-minbr/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2021/07/campanha-incentiva-o-aleitamento-materno-no-brasil#:~:text=na%20vida%20adulta.-,O%20Minist%C3%A9rio%20da%20Sa%C3%BAde%20recomenda%20a%20amamenta%C3%A7%C3%A3o%20at%C3%A9%20os%202,casos%20confirmados%20de%20Covid%2D19>. Acesso em: 26 de jan. 2023.

Justiça do Brasil, 2022. Artigo 7 da Constituição Federal de 1988. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10641213/artigo-7-da-constituicao-federal-de-1988>. Acesso em 08 de ago. 2022.

LEONE, Eugenia Troncoso; BALTAR, Paulo. A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro. *Revista Brasileira de Estudos de População*, v. 25, p. 233-249, 2008.

LIMA, Gustavo Simão; LIMA, Marcelo Simão; TANURE, Betania. Os desafios da carreira da mulher executiva no Brasil. II Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho, p. 1-15, 2009.

LIMA, Maria Galrão Rios. Um estudo sobre o adiamento da maternidade em mulheres contemporâneas. 2012. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: [https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47133/tde-22082012-144251/publico/rios\\_corrigida.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47133/tde-22082012-144251/publico/rios_corrigida.pdf). Acesso em: 21 de ago.2022.

Loureiro, P.; Cardoso, C. (2008). O género e os estereótipos na gestão. *Revista de Estudos Politécnicos*, VI (10), 221-238. Disponível em: <https://scielo.pt/pdf/tek/n10/n10a13.pdf>. Acesso em: 10 de jan. 2023.

MACHADO, Raquel Allegretti. A reinserção da mulher no mercado de trabalho no período da pós-maternidade. 2018.

MANENTE, Milena Valelongo; RODRIGUES, Olga Maria Piazzentin Rolim. Maternidade e trabalho: associação entre depressão pós-parto, apoio social e satisfação conjugal. *Pensando famílias*, v. 20, n. 1, p. 99-111, 2016.

MARQUES, Catarina. O preconceito com as gestantes e mães nas relações de trabalho. 2022.

MENDA, Patrícia Buksztejn. Análise da dicotomia sofrimento e prazer na função gerencial feminina. 2004..

MEULDERS, Danièle et al. Trabalho e maternidade na Europa, condições de trabalho e políticas públicas. *Cadernos de pesquisa*, v. 37, p. 611-640, 2007.

NASCIMENTO, Francisco Paulo do; SOUSA, F. L. Classificação da Pesquisa. Natureza, método ou abordagem metodológica, objetivos e procedimentos. *Metodologia da Pesquisa Científica: teoria e prática- como elaborar TCC*. Brasília: Thesaurus, 2016..

NASCIMENTO, Grasielle Augusta Ferreira; BÔAS, Regina Vera Villas. Proteção da mulher: direito individual e social à igualdade de

condições no mercado de trabalho e ao direito à maternidade. *Conpedi Law Review*, v. 1, n. 6, p. 156-172, 2016.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. *Caderno de pesquisas em administração*, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

NOGUEIRA, Cláudia Mazzei. As relações sociais de gênero no trabalho e na reprodução. *Revista Aurora*, v. 3, n. 2, 2010.

PAZELLO, Elaine Toldo et al. A maternidade e a mulher no mercado de trabalho: diferença de comportamento entre mulheres que têm e mulheres que não têm filhos. *Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Economia*, v. 31, 2004.

PEREIRA, Rosângela Saldanha; SANTOS, Danielle Almeida dos; BORGES, Waleska. *A mulher no mercado de trabalho*, v. 13, 2005.

POMPERMAYER, Helena Barbosa Dominici. Percepções da mulher mãe no mercado de trabalho. *Revista Tecnológica da Fatec Americana*, v. 7, n. 01, p. 01-18, 2019

REIS, Thompson Augusto et al. Desafios e conflitos da mulher na busca da ascensão na carreira profissional. *Revista de Carreiras e Pessoas*, v. 8, n. 3, 2018.

SINA, A. *Mulher e trabalho: o desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade*. São Paulo: Saraiva, 2005. Acesso em: 21 de ago.2022.

TANURE, Betania; CARVALHO NETO, Antônio; ANDRADE, Juliana Oliveira. A super executiva às voltas com carreira, relógio biológico, maternidade, amores e preconceitos. *Anais do Encontro Nacional do Programas de Pós-Graduação em Administração*, 2006. Acesso em: 25 de ago.2022.

VANALLI, Ana Carolina Gravena; BARHAM, Elizabeth Joan. Após a licença maternidade: a percepção de professoras sobre a divisão das demandas familiares. *Psicologia & Sociedade*, v. 24, p. 130-138, 2012.

VIEIRA, Adriane; AMARAL, Grazielle Alves. A arte de ser Beija-Flor na tripla jornada de trabalho da mulher. *Saúde e sociedade*, v. 22, p. 403-414, 2013.

# CAPÍTULO 4

## EMPREENDEDORISMO FEMININO E OS SEUS DESAFIOS EM RONDON DO PARÁ-PA

### *FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND ITS CHALLENGES IN RONDON DO PARÁ-PA*

Adrielle Lourenço Silva<sup>1</sup>

Sérgio Ricardo Siani<sup>2</sup>

DOI: 10.46898/rfb.9786558895787.4

1 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9403928620952539>.

2 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8480486464810054>.

## RESUMO

**A** crescente participação feminina no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico. A cidade de Rondon do Pará, no estado do Pará, tem grande potencial empreendedor em função disso o presente trabalho tem como objetivo é identificar quais as principais dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras de Rondon do Pará-PA. A metodologia escolhida é qualidade e em relação a coleta de dados, foi feita a partir de uma pesquisa através de entrevistas semiestruturadas em profundidade, com cinco mulheres que são grandes empreendedoras na cidade. Dentre os resultados se identificou entre outros fatores que as entrevistadas relataram ter sofrido preconceitos apenas pelo ato de serem do sexo feminino. Em alguns casos isso partir de dentro da sua própria família, já em outros casos isso se deu por estarem atuando em segmentos que na época eram tidos como de natureza masculina, mas isso não impediu que elas fossem prósperas em seus empreendimentos.

**Palavras Chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Rondon do Pará. Desafios.

## ABSTRACT

The increasing participation of women in Brazilian entrepreneurship indicates great economic potential. The city of Rondon do Pará, in the state of Pará, has a great entrepreneurial potential. Therefore, the present study aims to identify the main difficulties encountered by female entrepreneurs in Rondon do Pará-PA. The chosen methodology is qualitative, and data collection was carried out through in-depth semi-structured interviews with five successful female entrepreneurs in the city. Among the results, it

was identified that the interviewees reported experiencing prejudice simply because of being female. In some cases, this came from within their own families, while in others, it was due to working in sectors that were traditionally considered male-dominated. However, this did not prevent them from being successful in their entrepreneurial ventures.

**Keywords:** Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Rondon do Pará. Challenges.

## 1. INTRODUÇÃO

A crescente participação feminina no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico e a significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país. O Brasil foi reconhecido como o terceiro país mais empreendedor do mundo, sendo superado apenas pela Guatemala, onde a presença feminina era de 54%, e por Tonga, onde as mulheres representavam 61% dos empresários (GEM, 2019).

De acordo com o SEBRAE no ano de 2017, os homens apresentaram vantagem, em relação as mulheres empreendedoras, pois os homens são 4% a mais que as mulheres. Já nos empreendimentos iniciais a presença feminina é maior, mas a diferença não chega a 1%. A chegada dos filhos é um acontecimento transformador na vida de qualquer mulher, podendo também ser um fator decisivo para o início de uma carreira empreendedora. Pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora em 2016 com 1.376 mulheres, em que mostra exatamente como são traçadas as mães empreendedoras, em média 75% das empresárias brasileiras decidiram abrir um negócio após a maternidade, ao olhar para a classe C, o percentual aumenta para 83%, isso evidencia que este é um movimento liderado pelas mulheres de

classe média, uma vez que esta classe configura renda familiar de 4 a 10 salários mínimos (IBGE, 2013). Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o empreendedorismo feminino no Brasil é visível em alguns segmentos, como na indústria de alimentos, comércio de roupas e prestação de serviços educacionais porque são os segmentos com maior participação de mulheres empresárias (SEBRAE, 2013).

Um dos principais motivos pelos quais uma mulher tem o seu próprio negócio é a flexibilidade do horário de trabalho, pois acredita que, ao ter o seu próprio negócio, conseguirá conciliar trabalho e família. O que está acontecendo, porém, é que são raros os empreendedores, principalmente os pequenos empreendedores, que têm a linha divisória entre o trabalho e a vida pessoal, ou familiar, bem definida. Essa situação costuma levar esses pequenos empresários a enfrentarem conflitos entre trabalho e família, outros fatores como a expectativa frustrada de compartilhar tarefas domésticas com o cônjuge ou outros membros da família. A necessidade de dedicar mais horas às atividades laborais e a ambiguidade entre a objetividade profissional e a ternura familiar contribuem também para a incompatibilidade de pressões entre trabalho e família, gerando custos sociais não quantificáveis, como estresse, afastamento do trabalho por doenças físicas e emocionais, falta de acompanhamento de dependentes e até divórcio (STROBINO, 2014).

O presente trabalho tem como pergunta de pesquisa: Quais as principais dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras de Rondon do Pará-PA?

Assim, o objetivo dessa pesquisa é identificar quais as principais dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras de Rondon do Pará-PA. E ainda tem como objetivos específicos

identificar os principais motivos que as levaram a empreender e citar sobre os possíveis preconceitos encontrados pelas empreendedoras.

A execução dessa pesquisa se justifica visto que o grande número de mulheres gerentes tem acompanhado o aumento da participação feminina no mercado de trabalho. O empreendedorismo ocupa lugar preponderante na formação de renda dos brasileiros e as mulheres clamam por mais espaço no mercado profissional. Esse tema é muito importante para o nosso país, pois os órgãos públicos federais e estaduais estão sempre traçando estratégias para continuar aproveitando a capacidade empreendedora dos brasileiros. Portanto, pesquisar o empreendedorismo feminino e seus principais desafios na dupla jornada não será difícil, pois há muitos estudos sobre o assunto no país. Organizações como a Instituto Empreender Endeavor, Instituto Brasileiro Qualidade e Produtividade - IBQP, Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas - SEBRAE Nacional e organizações internacionais, como o Global Entrepreneurship Monitor - GEM e *Cartier Women's Initiative Awards* estão entre muitas que promovem o empreendedorismo por meio de orientação, cursos, consultoria e outras formas de apoio, promovendo pesquisas e eventos com o objetivo de esclarecer e estimular interessados em empreender. O Brasil é um dos países com maior índice de empreendedorismo no mundo. Nesse âmbito, as mulheres têm tido papel fundamental nos elevados números que crescem continuamente. Assim, esta pesquisa torna-se relevante pois busca compreender quais os fatores que impulsionam o sucesso dos empreendimentos femininos, explicitando as características e os conhecimentos de gestão das mulheres empresárias, e servindo de base para as mulheres que desejem empreender.

E necessário estimular discussões a cerca das características da mulher empreendedora, conhecer a história da mulher no mercado de trabalho, demonstrar os setores onde o empreendedorismo feminino é

maior e sua importância do estilo de gestão feminino para a sociedade, os desafios encontrados na jornada de trabalho em casa e no trabalho. O papel da mulher no mundo empresarial é relativamente novo, há maior quantidade de dados sobre os empresários do sexo masculino, na maioria dos casos as informações não está desagregada por sexo, e sim de modo geral, e se esta falta de informação constitui um fator de dificuldade, torna-se também uma justificativa importante para a realização deste trabalho.

Por fim, como bem disse o professor emérito da Université du Québec à Trois-Rivières, do Canadá, Pierre-André Julien, para compreender o empreendedorismo é preciso necessariamente considerar diferentes tipos de indivíduos (de acordo com idade, sexo, origens, formação do empreendedor), e este trabalho pretende ocupar esta lacuna (JULIEN, 2010).

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 - EMPREENDEDORISMO**

Podemos definir empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto transforma uma ideia em oportunidade.

Segundo Schumpeter (1949) o empreendedor é aquele que ao introduzir novos produtos e serviços acaba destruindo a ordem econômica existente, seja com a criação de novas formas de organização ou com novos recursos e materiais para exploração.

O empreendedor tem a percepção de avaliar que determinado negócio pode lhe render ganhos, então ele passa a se empenhar para desenvolvê-lo. Nesse momento não é importante defini-lo como

empresário ou diretor, mas quando a ideia nasce, assim podemos defini-lo como empreendedor (KIRZNER, 1973).

Para Dornelas (2008) quando se trata de inovação, sementes do processo empreendedor, é natural começar pelo termo ponto de inovação tecnológica, neste caso, para explicar o processo empreendedor relacionado às empresas de base tecnológica, algumas peculiaridades devem ser compreendidas. A inovação tecnológica sempre foi um fator diferenciador no desenvolvimento da economia mundial.

Para a compreensão do processo empreendedor, o autor (2008) cita quatro fatores-chave que devem ser analisados, sendo o primeiro o talento das pessoas, o segundo a tecnologia (ideias), o terceiro o Capital (Recursos) e por fim o *Know How* (Negócios de sucesso). Essa lógica possui quatro pilares, os quais estão de acordo com os fatores apresentados: 1) Capital de risco, risco, infra risco; 2) infraestrutura tecnologia; 3) Ideias criativas; e por último 4) Cultura empreendedora focada na paixão pelo negócio.

Mas foram os estudos desenvolvidos por McClelland na década de 1960, que tiraram a ideia de que empreendedor já nascia com uma essa personalidade pronta para empreender (que era dominante até então). Ele demonstrou que o que existe é um conjunto de características psicológicas que algumas pessoas têm onde preferem um estilo de vida “sem patrão” (MCCLELLAND, 1987).

Para ele (1987) o empreendedor tem um comportamento que é consequência do aprendizado que ele teve na sociedade, fruta da história social de cada pessoa (que ficou conhecida como teoria das 3 necessidades), e assim as pessoas são norteadas por três fatores: 1) Realização está ligada a necessidade de realizar tarefas e objetivos pessoais desafiadores, 2) Necessidade de afiliação, está ligado a

necessidade do indivíduo em manter relações interpessoais e se fazer querido e a ultima 3) Poder que está ligada ao grau que o individuo tem de controlar/influencia o comportamento das outras pessoas.

Já para Julien (2017) o empreendedor sofre 3 influências, que podem ser positivas ou negativas;

- **Influências afetivas** – que parte principalmente da família;

- **Influências simbólicas** – da transferência de modelos;

-**Influências sociológicas** – do envolvimento gradual do meio, do enraizamento ou da imersão.

Hirisch e Peters (2004) destacam que em quase todas as definições de empreendedorismo, existe quase uma unanimidade, que os comportamentos necessários são: tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos e aceitar o risco ou o fracasso.

## 2.2. A mulher no mercado de trabalho

No desenvolvimento da humanidade, mais precisamente no Egito antigo, iniciou-se o trabalho de tecelagem, como uma função feminina, as mulheres trabalhavam na colheita do trigo, no preparo da farinha e da massa para pão, as restrições às mulheres no mercado de trabalho começaram no Renascimento, abandonando sua vida profissional e cuidando de suas famílias. Antes do Renascimento, as mulheres na Idade Média continuavam a trabalhar na agricultura como sua ocupação principal, mas entre os séculos 10 e 14 elas começaram a se profissionalizar, tornando-se então médicas e professoras (SILVA *et al.*, 2017).

O século XIX marcou uma etapa importante em termos de garantias para as mulheres no mercado de trabalho, com o início

do desenvolvimento tecnológico e o crescimento das máquinas, o crescimento industrial proporcionou a mulher adquirir novas tarefas, as mesmas que eram realizadas pelo homem e com o aumento da tecnologia e desenvolvimento de máquinas, a mão de obra feminina se tornou importante e foi direcionada para as fábricas para o manuseio destas, pois era um trabalho eficiente e barato, trazendo disputa entre homens e mulheres (SOUZA, 2014).

É precisamente através destes eventos que as mulheres voltam a ser integradas nas atividades, projetos e trabalhos desenvolvidos principalmente pelos seus cônjuges. No cenário nacional, as primeiras disposições legais que salvaguardavam as garantias dos direitos da mulher no mercado de trabalho estavam contidas na Constituição de 1932, que estabelecia “sem distinção de sexo, todo trabalho de igual valor correspondendo a igual remuneração”, Além de prever a garantia da maternidade: “a gestante está proibida de trabalhar quatro semanas antes do parto e quatro semanas depois; é vedada a dispensa de gestante pelo simples fato de gravidez”, garantindo também a proibição do trabalho noturno para mulheres: “É proibido o trabalho feminino das 22h às 5h”. Um grande avanço para a época, pois no Brasil nada garantia a igualdade de gênero (SILVA *et al.*, 2017).

Mesmo com o avanço da legislação, a exploração da mão de obra feminina há muito se perpetua, extenuando a jornada de trabalho e a disparidade salarial entre homens e mulheres. Na década de 1930, as mulheres ainda recebiam salários inferiores aos dos homens, correspondendo a 63% de sua renda. Embora exista um aparato legislativo que garanta a igualdade de remuneração das mulheres que desempenham as mesmas funções que os homens, tais disposições ainda não são amplamente aplicadas (PROBST, 2012).

## **2.3. O empreendedorismo feminino e sua importância na sociedade**

O Brasil vive um processo de transformação do contexto econômico, seguido de uma diminuição social da desigualdade de gênero entre homens e mulheres, um marco histórico, devido ao advento do empreendedorismo, sendo uma ferramenta estratégica, permitindo o processo de integração das mulheres no mercado de trabalho (BARRETO, 2014).

Atualmente, entre os novos empreendedores, as mulheres se destacam como donas do negócios, representando 52% das pequenas empresas com três anos e meio de atividade, sendo um fato interessante que 66% deles empreendem por oportunidade, enquanto 34% realizam negócios por necessidade. Com isso, a grande maioria deles avalia o empreendedorismo não só como fonte de trabalho, mas como algo que vai além de uma profissão, ou seja, que primam pela satisfação (ASSUNÇÃO, 2018).

Os fatores que encorajam o desenvolvimento das mulheres nos negócios devem-se, ao seu nível de escolaridade superior ao dos homens, ao menor número de filhos e à sua valorização da integração profissional observa-se que existem diferenças entre os dois sexos quanto às desigualdades salariais, mesmo que possuam um nível de escolaridade superior, sempre possuem um salário inferior e estão limitados a determinados cargos em empresas (SILVA, 2013).

Portanto, essa visão das mulheres não se limita a esse aspecto, mas se deve ao fato de que elas buscam a satisfação pessoal por meio da capacidade de administrar com eficácia sua casa e seus negócios. As mulheres conseguem manter um equilíbrio entre o trabalho e família, contudo as mulheres podem não ser capazes de completar com sucesso o turno duplo (ASSUNÇÃO, 2018).

Para Machado (et al, 2003) as mulheres tendem a iniciar empresas como parcerias, no entanto, essa também pode ser uma tendência às pequenas empresas em geral, ao invés de aplicar-se apenas aos criados por uma mulher.

## 2.4. Desafio encontrado por mães empreendedoras

O empreendedorismo no Brasil é bastante desafiador, em especial para as mulheres. Pedezzi (2020) realizou uma pesquisa onde se procurou identificar, através da aplicação de um questionário com 35 mulheres empreendedoras, questionando quais são seus desafios e suas percepções acerca do empreendedorismo a maioria das mulheres participantes deste questionário possuíam idade entre 29 a 39 anos de idade, e a maioria delas são casadas ou mantinham uma união estável. Quando questionadas sobre os principais desafios encontrados e as resposta são variadas e nos leva a crer que as dificuldades são diversas como mostra o gráfico 1, como por exemplo: administrar o tempo com as necessidades do dia a dia, como família e filhos; a competição também é uma preocupação; falta de capital de giro; preconceito de ser mulher; necessidade de ajuda com as tarefas do negócio (PEDEZZI, 2020).

**Gráfico 1:** Razões desafiadoras do empreendedorismo feminino



Fonte: Pedezzi (2020).

## 2.5. Razão: oportunidade e/ou necessidade

A proporção de empreendedores, na fase inicial, que criaram seus negócios por oportunidade em 2018 (55,6%) é inferior à identificada no grupo dos homens (67,7%). A série histórica da pesquisa mostra que a proporção de empreendedores iniciais por oportunidade no grupo masculino supera a encontrada no feminino na maioria dos anos.

Entre os anos de 2002 e 2008, a proporção de mulheres que iniciaram um negócio por oportunidade passou de 37,5% para 68,7%, superando a porcentagem de homens, acompanhando uma tendência econômica mais ampla de melhora deste indicador. Porém, nos anos seguintes, essa proporção tomou uma trajetória de estabilidade e, posteriormente, queda, mais precisamente em 2015, quando atingiu 45,3%. Aparentemente, a diminuição do empreendedorismo feminino por oportunidade deveu-se à retração econômica e à entrada de mais mulheres no mercado de trabalho, ou seja, mulheres que não pertenciam a esse mercado, porque não estavam empregadas nem desempregadas, mas que optaram por ingressar nele para complementar a renda familiar neste período de crise (GEM, 2016).

Em 2016, a proporção de mulheres iniciando um negócio por oportunidade aumentou novamente, para 51,9%, e em 2017 atingiu 53,4%, chegando a 55,6% em 2018. Esses dados sugerem que o grupo de mulheres é muito mais sensível às mudanças na economia e sociedade. Talvez pelo fato de sua composição ser muito volátil e uma proporção significativa de mulheres ainda considerar o empreendedorismo como forma de complementar a renda desse grupo, haja muitas entradas e saídas de mulheres empresárias, por necessidade (GEM, 2016).

A queda acentuada na proporção de oportunidades no grupo feminino em 2015 foi determinante na média geral de empreendedores iniciais, que caiu de 70,6% em 2014 para 56,5% em 2016 uma redução de

14,1 pontos percentuais. Podemos observar no gráfico 1 que entre 2014 e 2016, a proporção de projetos por entre as mulheres caiu de 62,7% para 51,9% uma queda de quase 11 pontos percentuais, enquanto no grupo dos homens essa proporção passou de 69,7% para 63,2% uma queda de apenas 6,5 pontos percentuais (GEM, 2016).

De 2016 a 2018, há um ligeiro aumento na motivação para a oportunidade em ambos os sexos. Enquanto o resto do Brasil se recuperou da recessão econômica, acredita-se que o empreendedorismo de oportunidades segue o mesmo padrão (GEM, 2019).

No que diz respeito ao empreendedorismo feminino, as mulheres empreendedoras motivadas pela necessidade ou oportunidade, mas para entrar no mercado de trabalho enfrentam alguns obstáculos que estão diretamente relacionados com a responsabilidade que têm com o lar e com a família. Sendo assim, as mulheres ingressam no empreendedorismo por necessidade, abrindo um negócio informalmente para obter uma renda para sobreviver, o negócio pode não dar inicialmente o retorno desejável, e acabam por abandonar o negócio e procurar emprego formal para terem estabilidade financeira (NATIVIDADE 2009).

A mulher empreendedora que se encontra no mercado de trabalho encontra muitas dificuldades em conciliar as atividades profissionais com a sua família, isto devido ao fato desta mulher exercer várias funções ao mesmo tempo, como empresárias, mãe e esposa. Ainda existe uma grande parcela de mulheres que empreendem pela oportunidade, que pode estar relacionada a diversos fatores como realizar o sonho de ter o seu próprio negócio, com a oportunidade de trabalhar no que realmente gosta e se identifica, o que lhe vai proporcionar uma flexibilidade em sua agenda e a praticidade de fazer seus próprios horários, bem como uma independência financeira,

no qual a mulher busca faturar uma renda mais elevada do que trabalhando como funcionária (SEBRAE, 2019).

Segundo Sousa (et al, 2016) o empreendedorismo feminino se desenvolve a medida que essas atrizes identificam uma gama de oportunidade e necessidades, seja na forma de papéis principais ou coadjuvantes, e sua capacidade de identificar oportunidades e implementar ideias em novas formas de negócios para encontrar oportunidades que as satisfaçam é perceptível a independência financeira pessoal e profissional.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Quanto à natureza desta, trata-se de uma pesquisa do tipo aplicada, e tem como principal objetivo gerar conhecimentos para aplicação prática, visando a resolução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

A pesquisa possui abordagem do tipo qualitativa. A pesquisa qualitativa visa aprofundar a compreensão de um grupo social ou organização. Uma pesquisa de abordagem qualitativa se opõe ao postulado de que existe um modelo único de pesquisa para todas as ciências, uma vez que as ciências sociais, por exemplo, têm sua especificidade, o que implica a necessidade de uma metodologia própria. Desta forma os pesquisadores qualitativos refutam o modelo positivista de pesquisa aplicado principalmente ao estudo da vida social, pois o pesquisador não deve fazer julgamentos precipitados nem permitir que seus preconceitos e crenças interfiram na pesquisa (GOLDENBERG, 1997).

Por outro lado, Creswell (2010) diz que a pesquisa qualitativa é o meio pelo qual se busca compreender o significado que indivíduos

atribuem a um problema social ou humano. E durante todo processo de pesquisa os dados devem ser coletados no ambiente do participante, e as análises devem ser construídas de acordo com um detalhamento direcionado ao tema geral.

Já quanto aos objetivos, a pesquisa qualifica-se como exploratória. A pesquisa exploratória objetiva desenvolver, esclarecer e modificar conceitos já existentes neste campo de investigação, tornando-os mais explícitos, abrangendo desde pesquisas bibliográficas e documental, a entrevistas e estudos de caso (GIL, 2007).

Em relação a coleta de dados, será feita a partir de uma pesquisa através de entrevistas semiestruturadas em profundidade. A entrevista pessoal em profundidade é compreendida como uma técnica qualitativa que explora o entrevistado de forma estruturada, buscando informações, percepções de especialistas e intensidade nas respostas dos entrevistados. A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que tem como objetivo colher respostas a partir da experiência subjetiva de vida de uma fonte, escolhida por conter informações que queremos conhecer, com um diálogo inteligente e crítico sobre a realidade (DUARTE; BARROS, 2005).

O modelo de entrevista utilizado é o semiestruturada, a definido como: “Aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante” (TRIVIÑOS, 1987).

Nesta pesquisa pretende-se entrevistar os seguintes atores (com base no anexo I), , conforme Tabela 1:

Tabela 1 - Entrevistadas

Nome	Idade	Empreendimento	Tempo do Empreendimento
Entrevistada 1	45 anos	Fotografia	10 anos
Entrevistada 2	47 anos	Academia de musculação e natação	17 anos
Entrevistada 3	30 anos	estúdio de tratamento capilar e salão de beleza	7 anos
Entrevistada 4	33 anos	moda praia, íntima e pijamas	5 anos
Entrevistada 5	45 anos	loja de materiais de construção	20 anos

Fonte: Autores.

## 4 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

A presente seção está dividida em quatro partes, sendo: 4.1) O início como empreendedora, 4.2) As motivações e os desafios, 4.3) Os preconceitos, 4.4) A resiliência necessária.

### 4.1) O início como empreendedora

A entrevistada 1 lembra que foi pela necessidade que levou ela e o marido a se lançar como empreendedores, foi quando “um dia ele foi demitido e eu me vi numa situação complicada, então fiz um empréstimo, vendemos nossa casa e investi todo o dinheiro em uma loja de fotografia”.

A entrevista 2 e a 5 de outra forma tiveram a oportunidade de montar seu próprio negócio com a ajuda dos seus pais. A entrevista 2 conta como ela conseguiu montar sua academia de natação.

Quando eu me formei eu aluguei as piscinas da AABB nos anos 2001/2002 onde eu ensinava natação para crianças, lá eu percebi minha vocação para os negócios, porque em pouco tempo eu já tinha muitos alunos. Então eu pensei, por que não montar minha própria escola de natação?! Então conversei com meus pais e eles me ajudaram a montar (ENTREVISTADA 2).

Essa contribuição da família para o início dos negócios está em consonância com o processo de formação de um novo empreendimento. Hirisch e Peters (2004) destacam que a percepção de iniciar um novo negócio é resultado da cultura, da subcultura, da família, dos professores e colegas de uma pessoa.

A entrevistada 3 também foi ser empreendedora devido a necessidade, em função de ter ficado grávida, percebeu que seria muito difícil conciliar seu trabalho com os cuidados de uma criança, assim ela resolveu montar seu negócio em sua própria casa "...porém precisava de uma renda, então eu resolvi fazer cursos de cabeleira e montei meu pequeno salão em casa mesmo, onde eu podia atender minhas clientes, ganhar meu dinheiro e ficar perto do meu filho". Ela destacou ainda da dificuldade, ainda hoje de conciliar seu trabalho com a família, que em muitos momentos percebe que não dá atenção a família como ela gostaria.

A entrevistada 4 também percebeu a oportunidade e montou seu negócio, mas ela recorda que no caso dela um fator importante foi o fato dela ter experiência anterior no segmento, pois ela já vendia seus produtos de casa em casa.

## 4.2) Os preconceitos

Todas entrevistadas foram questionadas sobre a possibilidade de terem sofrido algum tipo de preconceito.

A entrevistada 1 relatou que a dificuldade dela veio de dentro da sua casa, que ele acreditava que o segmento de fotografia era um universo masculino, ela lembra “Sim, meu próprio marido as vezes me dizia que eu não conseguiria, que eu não saberia administrar o meu empreendimento, que fotografia era coisa mais comum para homens, mas hoje ele trabalha junto comigo”.

Da mesma forma a entrevistada 2 e 5 relatam terem sofrido preconceito por atuarem em atividades que eram de predominância masculina. A entrevistada 2 lembra que por ter iniciado suas atividades há muitos anos atrás, mais de 30 anos atrás, a área de educação física era de predominância masculina, mas ela alcançou sua academia pela sua capacidade, se referindo aos homens ela lembra:

Eles não digeriram bem uma mulher ser escolhida para estar no comando, alguns não tinham muito respeito, diziam que eu não entendia, que eu não devia estar ali, mais a minha resposta sempre foi com o trabalho, e eu mostrei a todos eles que eu entendia sim e que era mais que capacitada ao cargo (ENTREVISTADA 2).

McClelland et al. (2005) em seus estudos destacam que as mulheres enfrentam dificuldades maiores pelo simples fato de serem do sexo feminino, e sugerem que as empresas de maneira geral deveriam dar mais apoio as iniciativas criadas por elas, já que elas têm conseguido, apesar das dificuldades, uma importante contribuição para a economia dos mais diversos países.

Já o caso da entrevistada 3, é diferente, pois em função do seu produto ser ligado a produtos para o cabelo, seus clientes eram predominantemente feminina, mas se recorda que quando atendia alguns homens, sofria preconceito “...eles diziam que vinham só para

tirar a dúvida essas coisas, mas não que tinham confiança no meu trabalho, então esses mesmos que falaram isso não saem mais daqui”.

É o mesmo caso da entrevistada 4 que também trabalha com produto direcionado ao público feminino (lingerie), mas quando ter contato com homens ela relata “... mas já aconteceu de alguns representantes de venda querer me dizer o que comprar e como vender, e isso me deixa bastante irritada”.

Segundo Sousa (et al, 2016) a capacidade de construir e administrar riqueza já não é típica da meritocracia masculina, mulheres com visão sistêmica e alta intuição tem atuado nos mais diversos setores do mercado, ocupando posições estratégicas e conquistando o respeito de seus pares.

### **4.3) As motivações e os desafios**

Foi percebido que em muitos casos os desafios se transformaram em motivação, razão pela qual as duas categorias estão juntas nessa seção, pela impossibilidade de desassocia-las.

Vale destacar que McClelland (1987) apresentou seus estudos sobre a motivação humana, onde buscou entender “necessidade de realização” que pode ser considerada a base do comportamento dos empreendedores, como poderemos ver a seguir no relato das entrevistadas.

Assim, um dos fatores que apareceu com destaque nas entrevistas é o prazer de ser empreendedoras, conseguindo apesar do desafio, dar emprego às pessoas. A entrevistada 2 mostra claramente o prazer que sente em ser empreendedora:

O amor a minha profissão, e quando eu comecei na profissão eu fui ser professora em sala de aula, e eu vi que não era aquilo que eu queria para minha vida, e eu vi que na verdade eu nasci para ser empreendedora, líder, que é uma coisa natural minha, eu procurei aprender a administrar minha empresa e isso me motivou muito, e hoje o que me motiva são os desafios, a busca

constante por algo novo, hoje eu não fico somente na minha academia, eu viajo para outros países para ensinar técnicas de natação, hidroginásticas, enfim (ENTREVISTADA 2).

Já o fato de dar emprego ser algo realizador está explícito na fala das entrevistadas 4 e 5. A entrevistada 4 relata:

Eu sempre amei trabalhar para mim mesma, e os produtos que eu vendo ajudam mulheres a se sentirem mais poderosas então isso me motivou no começo, e é o que me motiva até hoje, além é claro de que é daqui que eu pago minhas contas e gero emprego para mais duas mulheres também (ENTREVISTADA 4).

Dornelas (2008) quando se refere as características dos empreendedores de sucesso considera que formar equipe é uma dessas características que o empreendedor deve ter, para ele um empreendedor de sucesso tem um senso incomum de liderança, e por essa qualidade ele é admirado pelos seus funcionários. D a mesma forma a entrevistada 5 relembra que ficou motivada por dar continuidade no empreendimento dos seus pais, mas agora “o que me motiva todos os dias até hoje a continuar são as 25 famílias que eu emprego, eles são o que me motivam, porque são pais e mães que precisam de seus empregos para levarem o pão para a casa”.

A entrevistada 3 se motiva pelo desafio de ajudar os clientes “e o que me motiva até hoje é saber que eu já consegui trazer a felicidade tanto de mulheres quanto de homens no tratamento da queda de cabelos deles”.

#### **4.4) A resiliência necessária para não desistir**

Nessa seção as entrevistadas foram questionadas se já sentiram vontade de desistir do empreendimento e quais as razões.

Foi observado a disparidade entre os discursos sobre a pandemia da covid 19. Para a entrevistada 1 a loja dela quase fechou,

enquanto para a entrevistada 4 os negócios melhoraram. A dificuldade chegou com a pandemia, a entrevistada 1 pensou em desistir:

Principalmente na pandemia, nós não tínhamos trabalhos para fazer no começo, o que entrava de dinheiro na loja não dava nem para pagar os funcionários, então pensei em desistir, só não fechei porque meu marido junto com o sócio dele me ajudaram financeiramente(ENTREVISTADA 1).

Já, no sentido inverso a entrevistada 4 relata a melhora em seus negócios durante a pandemia “mais ai veio o covid e as vendas online alavancaram, eu comecei a postar no Instagram e vendia bastante”.

Por fim, outra característica apontada pelas entrevistas foi a dificuldade enfrentada no início dos negócios, onde chegaram a pensar em desistir. A entrevistada 1 relata “no começo de tudo eu me sentia totalmente despreparada, mais hoje eu sou outra pessoa” e a entrevistada 3 “quando eu não conseguia cuidar dos meus filhos por ter que atender clientes, eu pensei em parar”, da mesma forma a entrevistada 4 fala da dificuldade no começo “Sim, principalmente no começo, quando eu chegava aqui e via tudo bagunçado eu saia na hora e ia pra outro lugar, teve meses que que as vendas foram muito paradas, não vendia bem, e as contas não param de chegar, eu pensei muito em desistir”, e ainda a entrevistada 5:

Principalmente no começo, foi muito difícil aprender tudo o que sei hoje, mas eu lutei muito e hoje em dia posso dizer que sou respeitada e que me considero uma mulher vitoriosa e cheia de força para continuar aprendendo e transformando a vida de muitas pessoas (ENTREVISTADA 5).

De qualquer maneira Kirzner (1973) já explicava que o empreendedor é aquela pessoa que está sempre em busca de um equilíbrio, ou seja, mesmo diante do caos ela busca ser positiva, procurando uma ordem diante da turbulência dos negócios.

Para Machado (et al, 2003) é importante compreender experiencias e relações anteriores à abertura da empresa, assim poderá

entender quais fatores contribuirão para o fortalecimento da decisão de se abrir uma empresa e qualquer obstáculo a superar.

A seguir será apresentada a seção considerações finais.

## **5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho teve como objetivo identificar quais as principais dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras de Rondon do Pará-PA, ainda como objetivos específicos identificar os principais motivos que as levaram a empreender e citar sobre os possíveis preconceitos encontrados pelas empreendedoras.

As empreendedoras entrevistadas tiveram seus negócios iniciados das duas formas, tanto pela necessidade (falta de emprego na maioria dos casos), mas também pela oportunidade. Essa capacidade de identificar uma oportunidade de implantar uma nova ideia, e partir daí tirar seu sustento, dando muita satisfação pessoal esteve presente nas entrevistadas.

As entrevistadas relataram ter sofrido preconceitos apenas pelo fato de serem do sexo feminino. Em alguns casos à partir de dentro da sua própria família, já em outros casos isso se deu por estarem atuando em segmentos que na época eram tidos como de natureza masculina, mas isso não impediu que elas fossem prosperas em seus empreendimentos, mas exigiu um grande sentimento de resiliência, pois as críticas vinham de pessoas próximas à elas.

Essa habilidade de não desistir também apareceu quando as entrevistadas passaram por dificuldades pela instabilidade de seus negócios, chegando em muitos casos a pensar em desistir. Parece que essas empreendedoras vivem numa combinação de prazer por adquirirem sua independência financeira mas também uma ansiedade

por saber que vão ter que enfrentar os desafios gerados pelo dia a dia dos desafios de quem decidiu ser empreendedor.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Carla Francyele dos Santos. **A dupla jornada de mulheres inseridas no mercado de trabalho turístico em aracaju-se**. Sergipe: Anais do I Seminário Nacional de Sociologia da Ufs, p.13, 2016.

ASSUNÇÃO, Jeanete Carla; ANJOS, Mayara Abadia Delfino. Empreendedorismo feminino: um estudo no estado de minas gerais. *Getec*, [s. l.], v. 7, n. 16, p. 112-133, jul. 2018.

ÁVILA, Maria Betânia; FERREIRA, Verônica (org.). **Trabalho remunerado e trabalho doméstico no cotidiano das mulheres**. Recife: SOS Corpo, 2014. 109 p.

BRANCALIONE, D.; WERLANG, N. B. Empreendedorismo feminino: uma análise das competências intraempreendedoras de gestoras de cooperativas catarinenses. *Ágora: revista de divulgação científica*, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 43-63, 2015.

BARRETO, L. **Mulheres comandam os novos negócios no Brasil**. Disponível em: <https://www.novonoticias.com.br/mulheres-comandam-32-das-empresas-no-rio-grande-do-norte/>. Acesso em: 17 out. 2021.

BORELI, Andrea; MATOS, Maria. **Espaço feminino no mercado produtivo**. In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. *Nova História das Mulheres no Brasil*, São Paulo, 2013.

DOURADO, Cristiane Serra Vilela; [PINHO, José Antônio Gomes](#). **Empreendedorismo materno: a importância do comércio eletrônico na viabilidade de novos negócios gestados por mães**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016. 186 f.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo*. Elsevier Brasil, 2008.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 384 p.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios** (C. Malferrari, Trad.). São Paulo: Pioneira. (Obra original publicada em 1985).

GEM, **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018** Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores - Curitiba: IBQP, p. 200, 2019.

GERHARDT, Tatiane Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa. cordenado pela Universidade Aberta do Brasil - UAB/ UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica - Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p.1-120, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed., São Paulo: Atlas, 2007. 57 p.

GOMES, Maria Elasir; BARBOSA, Eduardo. F. **A técnica de Grupos Focais para obtenção de dados qualitativos**. Educativa - Instituto de Pesquisas e Inovações Educacionais. Disponível em: [http://www.tecnologiadeprojetos.com.br/banco\\_objetos/%7B9FEA090E-98E9-49D2-A638-6D3922787D19%7D\\_Tecnica%20de%20Grupos%20Focais%20pdf.pdf](http://www.tecnologiadeprojetos.com.br/banco_objetos/%7B9FEA090E-98E9-49D2-A638-6D3922787D19%7D_Tecnica%20de%20Grupos%20Focais%20pdf.pdf). Acesso em 22 nov. 2014.

GOMES, D. T.; GUERRA, P. V.; VIEIRA, B. N. **O Desafio do Empreendedorismo Feminino**. In: Encontro da associação nacional de pós-graduação e pesquisas em administração, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro, p. 1-17, 2011.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. 5ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **A Janela para Olhar o País**. 2014. PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Brasil e Síntese de Indicadores 2013. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2021.

JULIEN, Pierre André. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

KIRZNER, Israel M. **Competition and entrepreneurship**. University of Chicago press, 1973.

MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, 2003.

McCLELLAND, DAVID; STEELE, ROBERT Human motivation. NJ: General Learning Press. 1987.

MCCLELLAND, E.; SWAIL; J. BELL; J. IBBOTSON, P. Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 11 No. 2, pp. 84-107, 2005.

MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, 2003.

O GLOBO. **Diferença salarial entre homens e mulheres ainda persiste**. [S.I]: O Globo, 08 mar. 2016. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/diferencasalarial-entre-homens-mulheres-ainda-persiste-18832252>. Acesso em 20 nov. 2021.

PEDEZZI, B.; RODRIGUES, L. S. Desafios do Empreendedorismo Feminino: um levantamento com mulheres empreendedoras. **Revista Interface Tecnológica**, v. 17, n. 2, p. 398-410, 2020.

PROBST, Elisiana Renata. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/>

a-evoluo-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/. Acesso em: 25 out. 2021.

ROBERT, Half. **Mulheres em Posição de Liderança**. 2016. Disponível em: < [https://www.roberthalf.com.br/sites/roberthalf.com.br/files/legacy-pdfs/robert\\_half\\_-\\_mulheres\\_e\\_o\\_mundo\\_corporativo\\_0.pdf](https://www.roberthalf.com.br/sites/roberthalf.com.br/files/legacy-pdfs/robert_half_-_mulheres_e_o_mundo_corporativo_0.pdf)>. Acesso em 15 set. 2021.

SCHUMPETER, Joseph. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Cambridge, Mass. Harvard University Press, 1949. 63 p.

SEBRAE-Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, & Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos, 2013. Anuário do trabalho na micro e pequena empresa. Brasília: Sebrae.

SILVA, Thayná Maria Ferreira da *et al.* **Os desafios enfrentados pelas mulheres em cargo de gestão: um estudo de caso**. 2017. 20 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Centro Universitário de João Pessoa - Unipê, João Pessoa, 2016.

SOUSA, Antonia Márcia Rodrigues et al. Empreendedorismo Feminino-análise dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios. **ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS**, v. 9, p. 1-16, 2016.

STROBINO, M. R. de C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 49, n. 1, p. 59-76, jan./mar. 2014.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 5. ed., São Paulo: Atlas, 1987. 175p.

# CAPÍTULO 5

## **O MINISTÉRIO PASTORAL FEMININO NA REGIÃO NORTE DO BRASIL: DISCUSSÕES E CONTRADIÇÕES**

### *FEMALE PASTORAL MINISTRY IN THE NORTHERN REGION OF BRAZIL: DISCUSSIONS AND CONTRADICTIONS*

Kennedy Kaunda dos Santos Sena<sup>1</sup>

Sérgio Ricardo Siani<sup>2</sup>

DOI: 10.46898/rfb.9786558895787.5

1 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5495274796319601>.

2 Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8480486464810054>.

## RESUMO

A mulher mostra-se cada dia mais atuante na sociedade em geral, assim como, no espaço eclesial, que são fundamentados pelo patriarcalismo, legitimado por meio de respaldo bíblico, podendo entrar em conflito com o avanço que as mulheres têm mostrado e algumas desejado nos seus trabalhos desenvolvidos na igreja. Portanto, o presente trabalho tem como objetivo geral identificar como o trabalho das pastoras é desenvolvido na região norte do Brasil. A metodologia caracterizou-se por uma pesquisa exploratória, descritiva, com aplicação de entrevista a 6 pastoras. Entre outros, os resultados apontaram que as obreiras já sofreram rejeição, desconfiança e discriminação no início do ministério, mas atualmente sentem-se bem tratadas pelos membros da igreja, mostraram também aversão de assumir uma posicionamento maior que a autoridade do homem, uma vez que foi dado a este, autoridade instituída por Deus.

**Palavras-chave:** Ministério Pastoral Feminino; Pastoreio; Mulheres.

## ABSTRACT

Women are becoming increasingly active in society in general, as well as in the ecclesiastical space, which is based on patriarchy legitimized by biblical support. This can create conflicts with the advancements that women have shown and some have desired in their work within the church. Therefore, the general objective of this study is to identify how the work of female pastors is developed in the northern region of Brazil. The methodology consisted of an exploratory, descriptive research with interviews applied to 6 female pastors. The results indicated that female workers have already experienced rejection, distrust, and discrimination at the beginning of their ministry. However, they currently feel well treated by church

members. They also showed an aversion to assuming a position higher than that of a man's authority, given that this authority was instituted by God. Among other findings, the study highlights the importance of female pastoral ministry, pastoral care, and women's role in the church.

**Keywords:** Female Pastoral Ministry; Pastoral Care; Women.

## 1 INTRODUÇÃO

A Pastora Mary Sue, que fortemente influenciou este trabalho declarou: "Houve incidentes dolorosos para mim, como quando descobri que uma pessoa com quem eu havia visitado e orado durante o curso de sua doença final havia especificamente solicitado que "a senhora ministra" não fizesse seu funeral" (SCHALLER, 1982, p. 19).

O ministério pastoral feminino proporciona na literatura debates acerca da legitimidade da mulher em assumir maior espaço e autoridade na liderança da igreja, funções essas destinadas historicamente aos homens, com respaldo bíblico, fortalecendo discursos favoráveis ao domínio patriarcal (LIMA, 2011). Para Silva (2014), às mulheres que almejam o pastorado devem reconhecer nos rituais de legitimação, a condição necessária para exercer seu ministério e estarem no mesmo patamar que seus colegas homens.

A terminologia pastora passou a ser utilizada recentemente nos discursos da igreja, uma vez que a utilização dessa palavra feminina ainda é questionada, enquanto as nomenclaturas evangelista, missionário e diácono apresentam seus opostos no feminino (SOUZA, 2016). Segundo Stephanini (2018), para que as mulheres possam modificar um processo histórico do qual as igrejas cristãs apresentam-se enraizadamente patriarcais, cuja liturgia, estrutura e doutrina colocam os pastores superiores a elas, é importante encontrar no

conhecimento o legítimo exercício das funções conferidas aos cargos assumidos.

Conforme salienta Gomes (2015), há inúmeras e sutis formas de discriminação contra as ministras ordenadas, principalmente quando ascendem a cargos mais elevados na estrutura de poder das instâncias superiores. Em decorrência disso, elas têm se conformado a realizar trabalhos menos importantes, como ser auxiliares dos pastores ou designadas a cargos de pastoreio das mulheres, portanto, não tendo acesso a tomada de decisões nos comandos superiores (SILVA, 2004).

Pinto (2014) menciona que os preconceitos e rejeições destinadas as pastoras podem ser percebidos não só por meio de palavras, mas também de decisões e gestos efetuados por aqueles que comandam as estruturas eclesiais superiores, além disso, constata-se que as próprias mulheres se auto discriminam e se auto excluem de participarem das reuniões realizadas pelos líderes das instituições. Para Altmann (2015), cria-se um cerco invisível por meio do direcionamento sutil das ações das pastoras, controlando elas, até onde não venham ameaçar ou incomodar o poder da dominação masculina.

Para Rocha (2018), as grandes religiões corroboram com o processo de dominação entre os indivíduos, uma vez que o poder patriarcal se torna mais efetivo quando nas instituições religiosas há a negação da ocorrência desse fenômeno, através do silenciamento dos dominados, proporcionando aos indivíduos que exercem a dominação, a liberdade total de ação. Segundo Carreira (2021), a mulher busca maior visibilidade, seja nas decisões ou no envolvimento pastoral e litúrgico, e não mais reduzida a mera serviçal. A dignidade, do qual todos têm direito, que envolve toda e qualquer pessoa, precisa ser reconhecida pela comunidade eclesial e social, uma vez que, explorar e usufruir de maneira positiva todas as capacidades da mulher, pode

oferecer instrumentos essenciais na descoberta de novas formas de ver o mundo.

Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo geral identificar como o trabalho das pastoras é desenvolvido na região norte do Brasil. Já o objetivo específico destina-se a identificar se existe preconceito e por parte de quem. A questão norteadora da atual pesquisa consiste em: Que trabalhos são desenvolvidos pelas pastoras na região norte do Brasil?

O tema em discussão encontra relevância pelos desafios e discriminações ainda enfrentados pela mulher no exercício das suas funções no ministério pastoral, essa resistência exterioriza a construção histórica da sociedade e igreja, com estrutura hierárquica predominantemente masculina, do qual ainda representa tema pertinente e atual para debates, na busca de aprofundamento da temática.

O presente trabalho apresenta como estrutura a introdução, seguido do referencial teórico, do qual encontra-se subdividido em: trabalho da mulher no Brasil, ministério pastoral e ministério pastoral feminino. Posteriormente, tem-se a metodologia, análise dos dados, conclusão e por fim, referências bibliográficas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Trabalho da mulher no Brasil**

Ao longo da história da civilização, a figura da mulher está entrelaçada pela subordinação e discriminação em razão do seu gênero e a visão e compreensão da sociedade em relação ao seu papel (SOUZA, 2016). Designada genitora, responsável pela prole e esposa dedicada, a mulher atualmente tem mostrado perseverança

e evolução na conquista do seu espaço no mercado de trabalho (AGUIAR et. al., 2011). O Conselho Regional de Administração do Paraná (2020) expõe que apesar da igualdade de direitos e obrigações entre homens e mulheres constar na Constituição Federal, percebe-se que em pleno século XXI ocorre a subjugação da mulher diante da “superioridade masculina”, justificada por suas dissemelhanças, sendo tais particularidades naturais e saudáveis entre os gêneros.

A revolução industrial brasileira representou um marco para a inserção da mulher no mercado de trabalho, porém recebendo salários menores que os dos homens, mesmo exercendo as mesmas funções (AGUIAR et al., 2011). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres ainda não possuem as mesmas condições que os homens em alguns aspectos, como formalização, rendimento e disponibilidade de horas para trabalhar. Em 2017, foi realizada a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD), revelando que das 40,2 milhões de trabalhadoras, cerca de 24,3% tinham o ensino superior concluído, enquanto os homens apresentaram um percentual de 14,6%. Porém, em média, os rendimentos das mulheres são 24,4% menores que os dos homens (IBGE, 2018).

Historicamente, a Constituição de 1934 representou para o Brasil um avanço importante com algumas garantias trabalhistas, como jornada de até 8 horas, fixação do salário mínimo, férias remuneradas, repouso semanas, dentre outros (BRASIL, 1934). No entanto, um marco histórico em relação ao direito do trabalho foi em 1934, com a criação da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), que proporcionou às mulheres um maior fortalecimento no mercado de trabalho e regulamentação do trabalho doméstico (SILVA, 2019).

Vale ressaltar que no cenário atual, conforme revela o IBGE (2019), a mulher trabalha em média três horas a mais por semana que

os homens, precisando lidar com as responsabilidades profissionais, tarefas domésticas e o cuidado de pessoas. Além disso, elas contam com um nível educacional mais elevado, porém ganham cerca de 76,5% da remuneração dos homens. Para Aguiar (2011), ocorre de várias maneiras a discriminação das mulheres no mercado de trabalho, como por exemplo, a existência da remuneração desigual ao exercer uma função similar realizada por homens, além do desigual acesso e permanência da mulher no emprego, as oportunidades de formação profissional e ascensão desiguais, assédio moral, entre outros.

De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), as mulheres por conta da dupla jornada de trabalho, trabalham aproximadamente 7,5 horas a mais na semana que os homens, deixando evidente, que na atualidade o trabalho feminino é maior que o masculino. Simões e Hashimoto (2012) citam que na busca de satisfação e realização pessoal, uma oportunidade digna de valorização e na busca de se enxergar como indivíduo integrado na sociedade, a mulher enfrenta além da discriminação, a dupla jornada como barreira no desempenho profissional, causando desgaste tanto físico, emocional e psicológico. No entanto, quando equilibrado pode trazer grandes benefícios à saúde e bem-estar das mulheres.

## **2.2 Ministério pastoral**

O termo pastor tem como origem o latim, que significa “aquele que guarda as ovelhas”, em se tratando do ministério, cabe ao pastor o desígnio de zelar pela vida espiritual dos adeptos ao cristianismo, em uma congregação ou igreja local, função atribuída àqueles que possuem o dom ministerial, cuja escolha vem de Deus (LIMA, 2011). No trato com os membros da igreja, o pastor se dispõe a oferecer alimento espiritual por meio de ensino fundamentado na Palavra de Deus, possibilitando o amadurecimento espiritual e moral das suas

“ovelhas”, tendo como maior modelo de conduta Jesus Cristo (SILVA, 2010).

White (2016) revela que para se manter fiel a Cristo, é necessário constância nos momentos destinados a oração, estudo das Escrituras, atrelado ao exame de consciência, desenvolvendo assim um relacionamento íntimo com o Criador. As funções atribuídas ao pastor são bem mais abrangentes, além de realizar sua prática religiosa e exercer suas obrigações como pai, esposo e chefe de família, deve-se ater ao ensino, aconselhamento, pregação e evangelização dos membros e comunidade, acrescentando a isso, a administração eclesiástica dos bens materiais que encontra-se em sua responsabilidade (LIMA, 2011).

Mello, Rosa e Cavalheiro (2020) expõe sobre o gratificante exercício das funções do ministério pastoral, uma vez que, pode-se alcançar muitas vidas carregadas de desesperanças, enfermidades e diversos problemas, contribuindo com a resolução das problemáticas, a restauração espiritual, familiar e da saúde, conduzindo o indivíduo em direção ao arrependimento e salvação em Cristo. Porém, faz se necessário afirmar a necessária convicção do chamado para o ministério pastoral, já que se trata de um dom instituído por Deus, não pode ser realizado por alguém que acha interessante o cargo ou que visualiza algum ganho com tal função (LAUTER, 2013).

O pastor é tido como referência de conduta perante os membros da comunidade eclesiástica, recaindo sobre ele a responsabilidade de uma vida exemplar em relação a seu relacionamento com Deus, com sua família e comprometimento com a obra. A integridade moral expressa pelo pastor trará ou não credibilidade aos trabalhos que realiza no seu ministério, é evidente que enfrentará perseguições e julgamentos no intento de fazê-lo desistir do seu propósito divino, no entanto, deve perseverar na fé e confiança no Senhor (SANTOS, 2003).

As muitas mudanças que vêm acontecendo no mundo, tem levado aos ministérios pastorais criar estratégias para garantir a permanência dos membros da igreja, dando maior evidência no “fazer” do que o “ser” pastor (WHITE, 2016). Para Calvani (2021), há um número cada vez maior de cristãos, com razoável tempo de conversão, com pouca evolução espiritual e moral, chegando a comportamentos e condutas semelhantes aos não-cristãos, revelando-se um grande fardo ao pastor na busca por uma igreja de indivíduos que apresentam maturidade espiritual e moral, além disso, que viva em unidade, integrando-se ao grande propósito de espalhar o evangelho ao mundo, na busca pela salvação de almas.

No cumprimento do seu ministério, o pastor precisará manter o equilíbrio entre autoridade e ternura, e isso depende muito dos tipos de pessoas e situações que irá lidar, visto que, sem autoridade não haverá respeito, em contrapartida, diante de uma liderança excessivamente autoritária, os membros se voltarão contra (SILVA, 2010). Para Mello, Rosa e Cavalheiro (2020), o serviço pastoral deve ser motivado pelo sincero amor pelo povo, transparecendo aos membros o cuidado e zelo por meio de suas ações. Além disso, cabe ao pastor a tarefa de repreensão da igreja quanto a prática do pecado, evidenciando a insuficiência humana e a necessária dependência de Cristo.

### **2.3 Ministério pastoral feminino**

Quando se trata do ministério pastoral, o primeiro questionamento que surge é se ele tem respaldo bíblico, sendo os pastores favoráveis ou não, as escrituras é a referência para tais discussões (SILVA, 2004). É notório a participação da mulher de forma mais expressiva no desenvolvimento dos trabalhos dentro das igrejas, o seu compromisso e disciplina no exercício de suas funções ministeriais

são de grande importância para a manutenção da comunidade religiosa. A mulher tem agregado valor no âmbito religioso, mas é nítido a busca por espaços que cultural e historicamente são destinados aos membros homens (SANTOS, 2003).

Conforme menciona Lima (2011), existe uma divergência nas estruturas evangélicas tradicionais quando se trata da ordenação de mulheres ao pastorado, já que a Igreja Presbiteriana e Batista resistem fortemente, enquanto a Luterana, Anglicana e Metodista ordenam mulheres ao ministério presbiterial e pastoral. Segundo Souza (2016), foram homens que escreveram a Bíblia e por muito tempo as escrituras foram analisadas sob ótica patriarcal e vem pelos mesmos, recebendo um testemunho de autenticidade, assim pode-se compreender algumas visões encontradas na Bíblia sobre a mulher e sua posição na sociedade e religião.

Pinto (2018) revela que o masculino, historicamente, é aceito como normativo para a sociedade, o que mostra nas relações sociais um tipo de contrato sexual, que estabelece a dominação dos homens sobre as mulheres e o patriarcado moderno. Atribui-se ao feminismo uma visão com novos valores voltados à participação da mulher na sociedade em geral, assim como na igreja, por meio da recusa de seguir da mesma forma, e com consequentes mudanças de comportamentos, valores e normas existentes na sociedade (SANTOS, 2003).

A função de pregar para a mulher era algo eventual, uma vez que era tida como uma atividade prioritariamente atribuída aos homens, sendo a elas naturalmente destinadas ao cuidado doméstico e maternal, dando assistência e apoio também aos membros da comunidade religiosa (ROCHA, 2018). Conforme esclarece Silva (2014), os homens reforçam a dominação masculina no espaço eclesiástico por meio de discursos que naturalizam o padrão de gênero, estabelecendo relações que contêm poder sexual e socialmente hierarquizadas.

Sendo a Bíblia considerada a própria Palavra de Deus, usada como livro de conduta, ordem e fé para os crentes, é alvo de formas diferentes de interpretação, por exemplo, os reformadores declararam um sacerdócio universal, contrariando os fundamentalistas ou tradicionais religiosos que interpretam as escrituras de forma mais literal, ainda sim, novas maneiras de interpretar a Bíblia não impediu que as mulheres fossem excluídas e continuassem submissas aos homens, exercendo os trabalhos domésticos e longe da alta liderança eclesiástica (CALVANI, 2021).

Santos (2003) lembra que as terminologias institucionais que caracterizavam os líderes na igreja sempre existiram em sua versão masculina, dessa forma, a feminização das nomenclaturas foram sendo criadas como forma de adaptação ao novo contexto. Altmann (2015) argumenta que nem sempre há receptividade e espaço nas igrejas locais para mulheres que almejam o pastorado, devido à fidelidade à tradição. Ocorre que até mesmo algumas mulheres não reconhecem essa reivindicação como válida e a saída da igreja apresenta-se como uma possibilidade de fundar sua própria denominação, buscando assim a legitimação do seu ministério.

Sabe-se que as conquistas advindas dos movimentos feministas também impactaram as igrejas, no entanto, as mulheres evangélicas necessitam lidar com outra problemática, que é desfrutar da autonomia adquirida pela busca de igualdade das mulheres, ao mesmo tempo, precisa conciliar com a desigualdade legitimada pela Bíblia (SANTOS, 2003). Um dos principais obstáculos enfrentados pelas mulheres nas igrejas, são as instituições constituídas com forte fundamento patriarcal, da qual não abrem espaço na sua hierarquia ou impossibilitam elas a alcançarem alta liderança dentro das igrejas (TORGAN, 2016).

Para alguns, a mulher apresenta identificação com a religião cristã por ser caracterizada como algo que faz parte da subjetividade feminina. A docilidade e fragilidade traz a mulher uma maior tendência de aderir e passar a toda família uma determinada doutrina (GOMES, 2015). Para Pinto (2018), em se tratando de ministério, as mulheres não buscam tomar a autoridade dos homens, mas sim exercer o trabalho como qualquer pessoa que se envolve com o evangelho. Já que Deus não faz distinção de sexo quando trata-se de salvar almas, sendo chamados aqueles que estão disponíveis, então na igreja como pastoras, apenas detêm autoridade ministerial que lhes foi autorizada.

### **3 METODOLOGIA**

A presente pesquisa apresenta natureza qualitativa exploratória, a técnica de coleta de dados acontecerá por meio da entrevista semiestruturada. Enquanto a técnica de análise e interpretação de dados será a análise de conteúdo.

Conforme esclarece Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como intuito propiciar mais familiaridade com a problemática, com o objetivo de torná-la mais explícita ou a constituir hipóteses, tendo como característica o aprimoramento de ideias e a descoberta de intuições. Seu planejamento é bem flexível, possibilitando a constatação das mais variadas particularidades relativas ao fato em análise.

Segundo Marconi e Lakatos (2002), a entrevista trata-se da reunião de duas pessoas, com o interesse de uma delas obter informações sobre determinado assunto, por meio de uma conversa de natureza profissional. Em relação ao tipo de entrevista semiestruturada, o pesquisador tem maior liberdade para desenvolver a direção de cada situação, da forma que considere mais adequada. E de modo geral

as questões são abertas e são respondidas por meio de uma conversa informal.

Para Bardin (1977, p. 9), a análise de conteúdo consiste em um “conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos extremamente diversificados”. O fator comum entre essas técnicas múltiplas é uma hermenêutica controlada, embasada na dedução, a inferência. A análise de conteúdo oscila entre a objetividade e a subjetividade, trazendo a possibilidade de alongar o tempo destinado às intuições ou hipóteses iniciais e as definitivas interpretações, assim, os processos da análise de conteúdo levam a observação entre o estímulo-mensagem e a reação interpretativa.

Foram efetuadas entrevistas com 6 pastoras, das quais 4 exercem seu ministério em Rondon do Pará-Pa, 1 em Marabá-Pa e 1 em Tucuruí-Pa. Vale ressaltar que os nomes das entrevistadas foram trocados por apelidos para preservar a identidade das mulheres, portanto, as 6 pastoras serão chamadas de Suzy, Carla, Renata, Márcia, Elane e Gabriela.

Quanto a amostra, as entrevistas foram direcionadas a mulheres que estão ligadas ao ministério pastoral de igrejas da região do Norte do Brasil. O instrumento de pesquisa continha 18 perguntas abertas, direcionadas a 6 mulheres que atuam no ministério feminino. As entrevistas aconteceram por meio do aplicativo de mensagens Whatsapp e foram realizadas no período de 02 de maio a 19 de maio de 2022, e teve como duração entre 20 a 40 minutos.

Após a coleta, foi realizada a tabulação e tratamento do dados por meio do Word 2010, com o intuito de exposição, discussão e interpretação das informações obtidas ao decorrer da presente pesquisa

## 4 ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1 - Início do ministério pastoral feminino

Ao serem questionadas sobre como ocorreu a sua chegada ao ministério, a pastora Suzy relatou que por anseio de conhecimento e por vocação, participou de um estudo no Instituto Teológico do Ministério Quadrangular, formou, se converteu e desde então seu ministério deu início. Enquanto a pastora Carla revela que passou “oito anos fazendo um curso de obreiro”, onde tinha reuniões durante duas ou três vezes por ano com a liderança da Igreja Nova Aliança em Imperatriz, após os oito anos, conta a pastora, “fui indicada para Rondon do Pará para começar a liderar uma igreja” aos 35 anos, passados três anos desde o início do seu ministério, foi ungida a pastora e faz quatros anos que está em Rondon exercendo o cargo de pastorado.

A pastora Renata declara que quando se converteu em 1994, não existia o ministério feminino, porém discorre que sempre se destacou na ministração, até chegar um período em que “o próprio Deus me arrancou do ministério que eu conhecia”, então realizou essa transição por meio de encontros com Deus e outras palestras, e finaliza relatando que sempre estava envolvida com a obra da pregação e que acredita que é “um dom realmente de Deus”. Segundo a pastora Márcia, “em lugar nenhum no mundo você vai ver consagrar mulher” na Assembleia de Deus Missão, porém complementa, “mas eu fui a terceira mulher no estado do Pará a ser chamada e escolhida pelo presidente para pastorear uma igreja”. Ela revela que o “ministério não consagra mulheres, mas o ministério tem mulheres pastoreando”, conta ainda, que há 14 anos aceitou Jesus e foi escolher uma igreja para congregar, primeiro foi para a Igreja Quadrangular, onde permaneceu um ano, “aí depois eu fui pra Assembleia e de lá eu fui para a Igreja

Assembleia de Deus Missão”, acrescenta ainda, que está até hoje, após 12 anos de ministério. E finaliza dizendo que, “Deus sempre falava comigo que eu tinha um chamado e meu chamado era na Assembleia Missão”.

Conforme afirmou a pastora Elane, ela e seu esposo pertencia ao ministério da Assembleia de Deus Missão, no entanto, “ele começou a sentir esse desejo de crescer no ministério”, ao visitar um amigo, seu esposo foi convidado a mudar de ministério, então “orando e com o permitir de Deus nós mudamos”, explica ela que inicialmente não foi, pois achava “que não era de Deus”, depois de um tempo, o seu esposo “entendeu nosso chamado e aceitou que nós recebemos um chamado de Deus”. O casal de pastores foram para a Madureira, onde “congregam mulheres a pastoras”, relata a respondente. E então, seu esposo se tornou pastor e a pastora Elane solicitada pelo presidente a ser ordenada após um ano, segundo ela, “a mulher é uma auxiliadora, fisicamente não temos esse respaldo como o pastor, mas nós temos uma importância muito grande dentro do ministério, atender a igreja e atender os jovens”.

Finalmente, a pastora Gabriela discorre que vivia uma vida totalmente diferente, lembra que “observava muito uma família”, pois a chamava muito atenção, via eles como uma “família modelo, uma família padrão”, que moravam próximo de onde a pastora residia. Certo dia, ao ver que eles frequentavam uma igreja, “parei a moto do outro lado da rua e fiquei observando”, relata a entrevistada, dias após esse acontecimento, “eu tive coragem de atravessar a rua e entrar na igreja. A partir daí, a pastora se converteu, ainda solteira, decorrido um mês, ela participou de um intensivo de 3 dias, e logo em seguida, foi consagrada missionária, casou-se rápido, e tornou-se pastora de outro ministério, “quando viemos para Rondon, nós viemos para

abrir esse ministério”, e por fim, revela a pastora, “meu chamado foi bem intenso”.

## 4.2 - Discriminações dentro da igreja

Sobre a pergunta se as pastoras sofrem atos discriminatórios dentro da igreja, as entrevistadas Carla, Renata e Suzy, relataram não terem sofrido discriminação por serem mulheres e estarem envolvidas no ministério, e a última acrescenta que, “a instituição a qual faço parte foi fundada por uma mulher, é uma igreja americana, e foi fundada pela Aimée McPherson em 1927 quando o templo foi inaugurado, o 1º templo da Igreja Quadrangular”. No entanto, as pastoras Márcia, Elane e Gabriela revelaram sofrer atos discriminatórios. A primeira conta que por ser mulher na missão dos homens, “eles tiveram que quebrar essa concepção, principalmente no ministério missão”, em seguida ela acrescenta que, “há mulheres pastoras, consagradas, mas na missão não existe”, entretanto diz que esse cenário tem mudado, pois “temos um Deus que muda qualquer coisa”. A mesma lembra que ouviu de um casal que “não podia ter mulher pastoreando” e outros disseram que “não queria ver uma mulher pastoreando”, mas após esse fato, “pediram perdão porque realmente viram que a mulher é de Deus, então aceitaram”.

Ainda sobre a questão dos atos discriminatórios, a pastora Elane expõe que é “notório o machismo”, para ela, muitos homens já aceitaram o ministério pastoral feminino, porém outros não, “eles se acham diminuídos quando são ministrados ou são liderados por mulheres” e finaliza dizendo que, “no nosso ministério tem homens que acham que a gente manda, temos que ter cuidado com o que fazemos”.

A pastora Gabriela, expressa que a discriminação ocorre “no contexto evangélico sim, por ser pastora”, e finaliza sua fala argumentando que, “tem igrejas que não chamam mulheres de pastora, eu não sou só mulher de pastor como tem em outras denominações, então sofremos sim, muito, e não é pra sofrer na realidade que vivemos hoje”.

### **4.3 - Mulher de Pastor e Pastora**

Ao serem questionadas sobre a diferença entre esposa de pastor e pastora, a respondente Carla explica que “não tem diferença, porque é algo muito semelhante”, já que nas duas situações “requer as mesmas atenções, pois são envolvidas com o pastoreamento”. Por outro lado, as pastoras Renata e Gabriela concordam que “há uma diferença muito grande”, a primeira complementa que “as mulheres de pastor que não tem um trabalho pastoral sofre muita discriminação”, pois as pessoas “querem que dessa mulher aquilo que ela não tem, não consegue”, já em relação a pastora, “quando realmente há esse chamado eu acredito que é um peso maior, uma responsabilidade maior e uma posição melhor”, finaliza a pastora Renata.

Segundo a pastora Suzy, é considerada esposa do pastor quando a mesma “não passou pelos processos teológicos, de conhecimento e de cursos dentro da igreja”, conclui a respondente que a pastora deve está em busca de estudo, “precisa ir em busca de se envolver mais com a parte teológica por causa da igreja”.

Para a pastora Márcia, “mulher de pastor não é pastora, mulher de pastor é missionária”, portanto, as pastoras Gabriela, Elane e Márcia, concordam quanto a esposa do pastor ter a função de auxiliar na obra, está ao seu lado para ser sua companheira. A pastora Márcia segue relatando que “a mulher pode pastorear igual o homem”, e usa

suas funções como exemplo, pois era responsável por fazer o culto, decidir quem iria pregar, além de ter que organizar casamento, velório, apresentar criança ao Senhor, e acrescenta que “pastora tem que fazer tudo isso”. A mesma conclui que “a mulher do pastor não pode fazer nada disso, pode ir lá cantar e louvar, mas a direção da igreja está nas mãos do esposo, do pastor, esposa são ajudadoras, para ajudar”.

A pastora Elane revela que a mulher do pastor “está ali porque é casada com o pastor”, já a mulher no cargo de pastora deseja “ordenar, ela é consagrada”, e finaliza dizendo que “a mulher não precisa estar à frente, ela precisa estar ao lado do pastor para ser companheira, tem mulher de pastor que não tem chamado”. Por fim, a pastora Gabriela comenta que a esposa do pastor “não atua diretamente no pastoreado, ela não aconselha, é como se anulasse a identidade dela”, já a pastora, na sua perspectiva, “é submissa, eu mesmo achava que ser submissa era ser capacho, mas não é”, além disso, conclui que “tem gente que pensa que a gente é pastora só porque é mulher do pastor, mas não, pois vou estar ali atuando ao lado do pastor”.

#### **4.4 - Discriminação por parte das mulheres**

Em relação a pergunta sobre a ocorrência de auto discriminação[ No caso de uma mulher ser discriminada por outra mulher] e auto exclusão[ No caso de uma mulher ser excluída por outra mulher] das próprias mulheres, quanto a sua participação em funções de maior poder de decisão na igreja, as pastoras Suzy e Carla esclareceram que na igreja delas não há esse tipo de atitude, a primeira complementa que “a questão da discriminação só cresce onde é permitido”. Em contrapartida, as demais pastoras expõem que existe sim auto discriminação e auto exclusão dentro da igreja, conforme expressa a pastora Márcia, os homens que tomam as grandes decisões, “ainda tem isso infelizmente”, mas discorre que acredita na

capacidade das mulheres, “nós somos capazes sim”, e confirma que “essa auto discriminação existe sim, essa exclusão das mulheres a participar de todas as decisões”. A mesma garante que “tem mulheres presidentes de ministérios, tem mulheres que até abrem ministérios, mas as Assembleias de Deus são rígidas, elas não aceitam”.

Finalmente, a pastora Gabriela menciona que hoje é pastora consagrada porque é “esposa de pastor, sem o pastor a gente não é pastora”, a mesma compreende que “Deus não tomou o ministério pastoral para as mulheres”, e justifica sua afirmação revelando que “nós mulheres somos muito emotivas, as nossas decisões são voltadas muito pela questão do sentimento e coração”, enquanto o homem é mais racional, está mais preparado, psicologicamente falando do que a mulher, conta a pastora Gabriela, acrescenta ainda que “quando nós tomamos decisão tem sim preconceito, é como se a mulher implicasse com a outra”, a entrevistada finaliza dizendo que “eu gosto de olhar a luz da Palavra, o homem é o sacerdote e a mulher está ali para auxiliar, mas nós não devemos ter esse poder todo”.

#### **4.5 - Liberdade de atuação**

Quando questionadas sobre possuírem liberdade de atuação no ministério, todas as pastoras relataram que possuem, apenas a respondente Márcia mencionou “entre aspas”, uma vez que isso ocorre não apenas com as mulheres, mas também com os homens, finaliza dizendo que “nós sabemos as regras que a Assembleia Missão tem, então dentro daquelas regras, nós somos servos de Deus, dentro dessas regras nós temos certa liberdade”. Enquanto a respondente Suzy que “na igreja a qual sou pastora, eu tenho um culto que é dirigido totalmente por mim e nós temos liberdade e responsabilidades”.

Carla ressalta que possui liberdade na igreja “porque meu esposo é o pastor e eu a segunda presidente do ministério”, assim como a entrevistada citada anteriormente, Renata e Gabriela pastoreiam com seus respectivos esposos no ministério, a primeira relata que “nosso ministério é muito tranquilo em relação a isso” continua afirmando que “tenho uma liberdade de tomar decisões”, contanto que o esposo esteja em concordância, e conclui “mas ele não estando, eu assumo”.

Já a pastora Gabriela, quanto a liberdade que possui na igreja, relata que tem “muita mesmo”, e acrescenta que “eu e meu esposo o trabalho é igual, eu der uma ordem ou um comando na igreja, ele não desfaz”, por fim, a Elane expressa que “nosso pastor mesmo, ele dar muita carta branca para a mulher e ele valoriza o ministério feminino, então a gente tem essa liberdade, essa proteção”, a mesma prossegue falando que onde “eu chego, eu atuo, eu procuro respaldo e maturidade espiritual”, no entanto explica que “já aconteceu de eu ter que retroceder em situações para não gerar atrito na igreja”, e finaliza argumentando que “eu só falo assim nós mulheres precisamos ter cuidado com nosso posicionamento para não parecer que queremos ultrapassar o pastor, procuro não desonrar o meu esposo”.

#### **4.6 - O tratamento dado pelo clero e pela igreja e pelas mulheres**

Sobre a forma que são tratadas pelo clero (masculino), as pastoras declararam que atualmente são bem tratadas, porém no início dos seus ministérios não era assim, havia desconfiança, rejeição, crítica e discriminação. Segundo Suzy, “já houve episódios em outro ministério de ser tratada com uma certa desconfiança” mas conclui relatando que compreende “quando as pessoas não conhecem, elas não entendem o ministério um do outro, acaba surgindo esse tratamento de desconfiança”.

Já, Renata relembra que no período de transição quando começou a ser chamada de pastora confessa que sofreu muita rejeição, “muita rejeição mesmo”, e segue dizendo que “quando recebi essa autoridade, eles achavam que é delegado somente ao homem, houve uma discriminação muito grande”.

Para Márcia “no início era meio difícil por ser pastora” já que “a gente não é pastora, mas consideram a gente como pastora”, a mesma lembra que é missionária e é tratada com respeito, apesar de ter alguns receosos ainda, cita a pastora que “os homens aceitam, até convidam para pregar nas igrejas deles”, apenas “uma ou duas não chamam, mas na maioria nos chamam”.

A pastora Elane conta que “sou muito bem tratada e me sinto valorizada, com exceção dos machistas” a mesma confessa que já percebeu “que dentro do corpo ministerial existem homens que não aceitam” e é bem visível, segundo ela, o preconceito deles. Por fim, a respondente Gabriela destaca que enfrentou críticas, ela relata que hoje é mais tranquilo, mas antes “era desafiador, chegou ao ponto de ligarem para o meu marido, que estava em uma reunião de pastores e falarem que eu estava querendo tomar o lugar do meu marido”.

Em sequência, foi pedido às mulheres que explicassem como são tratadas pelos membros da igreja, pelas respostas notou-se que todas atualmente sentem que são bem tratadas pela comunidade religiosa. Suzy evidencia que é “tratada com respeito”, pelo fato da postura que possui, e acredita que “é muito importante ter uma boa postura”, relembra também que na Bíblia “diz que mais vale um bom nome do que muitas riquezas, então um bom nome está relacionado a postura, as nossas escolhas e decisões”.

Já, Carla expressa que tem pouco tempo de ministério em Rondon do Pará, conclui a pastora expondo que “hoje eu sou bem

tratada e não tenho o que reclamar”. A entrevistada Renata esclarece que é “tratada com muito carinho, reconhecimento, respeito, me respeitam bastante graças a Deus”.

A pastora Márcia diz que “nas três igrejas que eu pastoreei, todas as três me trataram muito bem, com respeito, carinho”, a respondente aponta que inicialmente as pessoas apresentavam um certo retraimento, mas com o tempo e fazendo um bom trabalho, “mostrando amor pela obra, dedicação, mostrando quem é você”, assim as pessoas começaram a conhecê-la verdadeiramente, “aí acaba o medo e se tornam seus melhores amigos, aliados e ajudadores”.

Elane afirma que é tratada com “muito carinho, muito respeito, admiração, muito amor, é maravilhoso, sempre, sempre graças a Deus” e conclui citando que “problemas sempre nós temos, não tem como fugir”. Por fim, a respondente Gabriela diz que “a pastora na minha igreja tem autoridade igual o pastor, a gente fala, dá ordem, é muito gratificante”.

Quanto ao tratamento que recebem das mulheres, todas as pastoras revelaram que são bem tratadas pela comunidade feminina da igreja. A respondente Suzy discorre que se dar muito bem com as mulheres, “até porque existe um trabalho em conjunto na igreja que sou pastora”, apesar das divergências e diferenças existentes, a entrevistada revela que isso não “impede de ter humildade de trabalhar juntas para trazer um bom resultado”. Para Carla, existem aquelas mulheres que a ajudam e as mais recuadas, mas finaliza dizendo que é bem tratada pela maioria, na perspectiva de Renata, revela que é tratada com “muita admiração, respeito e eu vejo nelas que eu sou um exemplo pra elas”.

A pastora Márcia relata que por causa da sua postura, “ninguém tem ciúme não”, expressa ainda que “tanto na igreja quanto fora a

minha postura sempre foi séria, foi uma postura ética”. A respondente anteriormente mencionada revela que as mulheres a tratam bem, “me olham como exemplo”, e confessa que fica “feliz com isso”, se envolvem juntas nos trabalhos da igreja, prossegue falando que “estou sempre abraçando elas, ajudando, sou amiga, companheira, converso porque hoje 80% das igrejas tem mais mulheres que homens”.

A obreira Elane expressa que desenvolve os trabalhos com as mulheres e não há problema nenhum ela diz que as mulheres são “bem receptivas” e posteriormente comenta que traz “elas para a realidade, porque essa luta das mulheres pela igualdade” complementa a entrevistada, acarreta em algumas o comportamento de querer estar acima, mas confessa que “sinceramente nunca vamos estar acima, o esposo e a cabeça né” e conclui que “tem mulheres que são autoritárias, mas no geral sou muito bem tratada”. Já a pastora Gabriela fala que as mulheres a tratam muito bem, pois “eu estudo para ajudar elas, melhorar a autoestima, na família” e finaliza “eu sou muito bem tratada com muita honra”.

Ao serem indagadas sobre o fato de se sentirem observadas, todas as correspondentes relataram que são ou já se sentiram assim. A entrevistada Suzy inicia sua fala comentando que nunca tinha parado para pensar nisso, mas confesso que “já fui observada sim por algumas pessoas”, ela expressa que é normal as pessoas agirem dessa forma, uma vez que não a conheciam, então conclui que acredita” que de alguma maneira possa ter sim observada”.

A pastora Renata relata que apesar das mulheres terem garantido mais direitos, “ainda hoje a mulher não pode nem abrir a boca”, revela que esta realidade não acontece tanto na sua igreja, mas na cidade de modo geral e conclui “temos que ter cuidado, se manter sempre fiel ao que tem na Bíblia porque os observadores só querem um pé na verdade”.

Enquanto a respondente Márcia começa relatando que “de 100 pessoas, uma lê a Bíblia, 99 ler você”, continua dizendo que “as pessoas observam sua maneira de vestir”, de chegar na igreja, de conversar a, tratar os outros, sua postura, em todas as áreas, revela a pastora. A mesma conta que isso acontece dentro e fora da igreja, “só você dizer que é pastora, serva de Deus as pessoas já observam”, por isso ela aconselha “devemos viver o que pregamos, tem que ser crente dentro e fora da igreja, onde estiver tem que ser a mesma pessoa”. Elaine expressa que “a gente nem percebe por quem e como mas somos observadas”. Já a entrevista da Gabriela cita um exemplo em relação a calça, “pastor e pastora não pode usar”, revela que as mulheres não podem “usar calça jeans” então confessa que isso é muito observado, e finaliza expondo que “é observado o cabelo, o modo de agir, temos que aprender a lidar com isso”.

#### **4.7 - Roupas de pastora é uma burca?**

Ao serem perguntadas se a vestimenta é importante e se precisam andar de burca, todas as obreiras evidenciam que a forma de se vestir é bastante relevante, principalmente quando se trata de pastoras. Segundo a respondente Suzy “a maneira como eu me visto, combina com a minha personalidade”, a mesma revela que “eu não preciso andar toda escondida né”, mas cita que anda como diz na Bíblia “nós precisamos ter ordem decência” então a pastora revela que a veste comunica a personalidade, “comunica quem nós somos, o que nós estamos sentindo em determinado momento” e confessa “que nós precisamos tomar muito cuidado com essa questão, para mim não tem dificuldade na questão de me vestir porque eu sempre me mantive no centro da ordem e da decência”.

Carla inicia falando que “ não preciso está toda coberta”, a mesma revela que as vestes são importantes sim e que tem sido ela

mesmo, dentro e fora da igreja e isso mostra como ela se comporta. A respondente Renata lembra que já viveu essa realidade mas que atualmente, “graças a Deus” não vive mais, ela esclarece que no seu ministério atual “não tem essa doutrina imposta pelo homem” e acrescenta “a gente que é mulher, pastora, tem que ter realmente uma posição de se vestir adequadamente” mas revela que “não como você está citando aí né” porém em qualquer situação profissão, lugar, “uma mulher ela tem que se manter com ordem e decência”.

A pastora Márcia afirma “aqui no nosso ministério não”, e continua revelando que nunca entrou na sua igreja de calça jeans, apesar de que pode usar uma calça para uma viagem, mais longe, “eu posso vestir quando o lugar é muito frio, mas na igreja não, jamais eu vou no culto de calça, a roupa tem que ser abaixo do joelho, roupa que não seja colada demais, roupa decente”. Para a mesma, 70% ou 80% das mulheres da igreja mudaram o jeito de vestir por causa das suas roupas, e diz que “eu sempre me vesti de forma muito adequada, comportada, roupa de mulher de Deus”.

Segundo a pastora Elane, “a maneira que a gente se veste é a leitura que as pessoas fazem de nós”, e cita que a Bíblia fala que “devemos andar com modéstia e pudor”, em sua opinião é de extrema necessidade a mulher se comportar fisicamente, ela confessa que sabe “que nem sempre o exterior revela o nosso interior, mas a aparência conta muito, uma mulher que se intitula mulher de Deus, andar com roupas que não condiz com o que falamos, então a veste é fundamental”. A mesma continua expressando que, uma pessoa que seja tão cheia de Deus e se comporta como uma “pessoa comum, mundana, depravada, exagero na maquiagem, jóia”, e finaliza dizendo que “Jesus conhece nosso coração, mas as pessoas que nos olham, são as que mais julgam”.

A entrevistada Gabriela expõe que as vestes são muito importantes, ela acredita que quando uma pessoa é pastora ou líder de

alguma coisa “precisa ser exemplo”, pois confessa que “influenciamos as pessoas”, e continua relatando que “a roupa é uma comunicação quando a pessoa anda mal vestida, é uma forma de chamar a atenção demais, talvez até inconscientemente a pessoa faz isso, a veste conta muito, muito mesmo”, finaliza.

#### **4.8 - Pastoras aconselham homens?**

Quando questionadas se os membros homens as procuram para orar ou aconselhamentos, as pastoras Carla e Gabriela responderam que não, a primeira revela que “essa parte fica com o pastor, na nossa igreja, homem trata com homem e mulher com mulher”. A respondente Gabriela revela que “nosso ministério é muito conservador e radical nessa área, para evitar escândalo, evitar quedas”, então a mesma esclarece que as mulheres a procuram por ser pastora e os homens procuram o pastor, quando se trata de um casal que busca por aconselhamento, “aí vai os quatro para mesa de aconselhamento, o pastor, a pastora e o casal de membros, não é proibido, mais evitamos”.

A pastora Suzy revela que quando um homem está envolvido em um aconselhamento com ela, “ele está acompanhado da esposa” e conclui, “geralmente quando os homens precisam de uma conversa individual é com o pastor”. Finalmente, a pastora Márcia expressa que por várias vezes ajudou casais, e não só problemas de casamento, mas na empresa, com os filhos, pessoas dentro e fora da igreja, “pedem ajuda até mesmo pessoas que não são evangélicas”, conclui a respondente.

As obreiras foram questionadas sobre a existência de uma maior abertura na igreja para discussões a respeito da legitimidade das mulheres quanto a uma maior atuação e autoridade dentro do espaço eclesiástico, todas as pastoras afirmaram positivamente ao

questionamento. Segundo Suzy, “há sim uma abertura, um espaço para essas mulheres, relacionado ao chamado e ao propósito de vida delas”, dando sequência, a entrevistada Renata revela que “os homens já estão com a mente mais aberta e perceberam né realmente que a mulher tem tomado mais espaço”, a mesma expressa que “a mulher pode sim ter esse título de pastora, tem muitas mulheres brilhantes, extraordinárias, que fazem um trabalho muito lindo” e prossegue esclarecendo que quando a mulher é casada e seu esposo é pastor, ela vai compreender os princípios, pois discorre a obreira, “ser pastora não vai te tirar do lugar de viver os princípios da palavra de Deus, que é saber que o homem é autoridade” e conclui “a Bíblia diz que eu sou uma companheira, que estou ali do lado, então acredito que sim”.

Conforme expressa a pastora Márcia, antigamente não existia esse espaço para as mulheres, no entanto, atualmente “já tem grande abertura sobre isso”. A respondente Elane expõe que “atualmente nós vemos as mulheres com muito mais disponibilidade do que o homem, vemos que as mulheres têm atuado muito, tanto que os pastores hoje tem colocado mulheres à frente de congregação porque os homens não querem”, em seguida a obreira confessa que “não gosto de falar nada que não está de acordo com a Bíblia” no entanto “existe sim essa abertura dentro desse espaço que as mulheres atuam mais, porém, desde que você não fuja da Palavra” e finaliza sua fala argumentando que “elas estão colocando para quebrar mesmo, Deus quer que a obra dele seja feita, independentemente de ser homem ou mulher”. A entrevistada Gabriela revela que “10 anos atrás tinha tabu que mulher não poderia ser pastora e já tem essa abertura também”.

#### **4.9 - A bíblia**

Sobre o fato da Bíblia ter sido escrita por homens, foi questionado as mulheres se isso legitima e justifica uma maior

dominância e poder de decisão masculina no espaço eclesial, somente a pastora Carla respondeu negativamente à pergunta, as demais não atribuem a dominância masculina na igreja ao fato de mulheres não terem contribuído com a escrita do Livro Sagrado.

Para a respondente Suzy, isso influencia sim, pois “a Bíblia é conhecida de uma maneira relacionada ao patriarcado, mas isso não quer dizer que a mulher está de fora”, a mesma revela que em vários relatos bíblicos apresentam mulheres em destaque, que realizaram grandes coisas e “marcaram história, história de gerações, histórias de nações, de famílias”. As obreiras Suzy, Renata e Gabriela fizeram menção a Débora, uma mulher que se destacou nas escrituras como juíza. Além desta, a respondente Suzy menciona sobre Ester, outra figura bíblica feminina relevante, a entrevistada continua explicando que “Ester era uma rainha de um grande reino, para ela se envolver nessa história precisou de uma grande postura, inteligência para lidar com o reino” e relata em seguida que “naquela época a mulher falava o que era permitido falar, quando o rei quisesse que ela falasse”, segundo ela, “Ester teve uma postura dominante como mulher para mudar a história e influenciou” então finaliza explicando que “a Bíblia revela coisas maravilhosas relacionadas a mulher, existe uma possibilidade, um leque muito grande para que todos cresçam, homem ou mulher”.

Enquanto as obreiras Renata e Márcia destacam a autoridade masculina instituída por Deus. A primeira relata que existe uma influência “não porque a Bíblia foi escrita pelo homem, mas sim pelo que a Bíblia carrega”, a mesma prossegue discorrendo que “a gente percebe essa autoridade, não adianta nem a gente questionar, porém a Bíblia também mostra mulheres que foram extraordinárias”. Já as pastoras Renata e Márcia expressam a importância das mulheres ao relatarem sobre o fato da Bíblia mostrar mulheres ajudando o

ministério de Jesus, “fazendo a obra juntamente com Jesus”, revela a Renata.

A respondente Márcia cita que “o próprio Deus disse, que Ele nomeou o homem como a cabeça da igreja, a cabeça da sua casa, da sua família, o homem é o provedor e a mulher tem que estar do seu lado”. A mesma ainda revela que “mesmo os homens escrevendo a Bíblia, as mulheres eram importantes e são até hoje” e finaliza seu discurso dizendo que “as mulheres são capazes de administrar, são capazes de tudo, são inteligentes”.

A pastora Elane comenta que “quando lemos a palavra de Deus, vemos que antigamente a mulher era considerada inútil”, prossegue lembrando que antes “só tinha atuação de homem, por isso a Bíblia foi escrita por homem e não acredito que haja discriminação por conta disso não, naquela época o homem sempre estava à frente”, enquanto Gabriela cita que mediante a interpretação bíblica, é perceptível que no princípio “Deus nunca abandonou a mulher, pelo contrário, Deus sempre honrou a mulher”, assim conclui que “de um modo geral a mulher era muito anulada”.

#### **4.10 - O trabalho pastoral e seu futuro**

Quando indagadas sobre se o ato que pregar é rotineiro, todas afirmaram que ministram de maneira constante, apenas a obreira Elane confessa que em comparação aos homens, disse “não prego nessa conotação”, mas prossegue mencionando que “dentro dos departamentos que a gente atua sim, eu ministro, converso, explico a mensagem de forma conversada”, e acrescenta que “se me mandar pregar acabou a mulher”, a mesma enfatiza que “eu sou muito de ir na direção de Deus, leio a Bíblia, oro muito” e conta que “as pessoas que

estão à minha volta, dizem que preciso pregar mais, mas eu acredito que minha ministração seja junto com os jovens, a mocidade”.

A respondente Suzy explica que além da pregação também faz cerimônia de casamento, “levando a Palavra oficial para os noivos”, cultos domésticos, aconselhamentos para casais, para jovens, é bem abrangente a sua atuação, confessa a mesma. A obreira Carla comenta que “tanto nós pastores como os discípulos, todos pregam na igreja, existe uma escala e eu faço parte”, a pastora Renata revela que prega muito, “quando eu me converti, com muita misericórdia de Deus, eu desenvolvi rápido e avancei muito sabe, não tive essa dificuldade, é um dom de Deus”. A entrevistada Márcia expressa que prega muito na igreja e ministra fora também, “tem mês que passo todo domingo pregando em uma igreja diferente, é rotineiro que podemos pregar, nós somos pregadores da igreja, precisamos fazer curso de teologia, temos que estar sempre preparados”. Por fim, a pastora Gabriela cita que prega qualquer dia, comenta ainda que tem “uma escala entre a liderança, normalmente meu esposo prega, eu exerço o batismo, é normal eu pregar”.

Quando questionadas se há na igreja espaço e receptividade para mulheres que almejam o pastorado, das seis mulheres entrevistadas, apenas a Elane revela que “no nosso ministério não teria como uma mulher almejar o ministério pastoral” e encerra sua fala mencionando que “a mulher de Deus, ela é pastora por ser esposa do pastor, não se consagra uma mulher pastora, temos missionárias, evangelistas”. Enquanto a obreira Suzy expõe que “há um trabalho para incentivar e para atrair a questão da mulher de fazer parte”, acrescenta ainda que “todos nós temos um chamado, não importa quem seja, todo ser humano nasceu com um propósito de vida e esse propósito, se está dentro de nós, precisa ser colocado para fora”.

A entrevistada Renata discorre que “graças a Deus a mulher tem conquistado seu espaço, acredito que só precisa se manter, entendendo o seu chamado”, para ela “tem espaço suficiente”, assim finaliza expondo que por conta da responsabilidade do pastorado, “não tem muitas mulheres, talvez por status sim, mas como a pessoa vai olhar para a responsabilidade, acho que algumas correria”. A pastora Márcia revela que foi consagrada missionária, então a mesma se considera “pastora do senhor Jesus”. Finalmente a obreira Gabriela comenta que “se você está em um lugar, vai perceber que o maior público é mulher, então se a maioria é mulher, vai ter uma abertura até maior para as mulheres do que para os homens”.

Posteriormente, as obreiras foram questionadas se seria benéfico para a igreja, a mudança de uma natureza fundamentalmente patriarcal para uma realidade de maior liderança das mulheres, as pastoras Susy, Carla e Elane mostraram-se contrárias à necessidade dessa mudança. A primeira relata que “não há necessidade de mudar alguma coisa relacionada a homem ou mulher, nós temos um Deus soberano que é dono de todas as coisas, que está no controle de tudo”, segue exclamando que “cada indivíduo procurando com sinceridade, humildade e coragem o seu status no ministério, ele vai viver esse momento”, para a respondente, não há necessidade “de medir forças com ninguém”, até porque, “a ordem da palavra através de Jesus Cristo é pregar o evangelho a toda criatura”, segue a pastora enfatizando que “a gente não precisa mudar nada na Bíblia, a gente não precisa mudar grandes coisas, o que a gente precisa de fato fazer é tomar a nossa postura e realizar aquilo que fomos chamados para realizar”.

Ainda sobre a questão anterior, a pastora Carla ressalta que os homens são os cabeças e as mulheres são as auxiliadoras, portanto, “elas estão aqui para auxiliar, ajudar, então acho que não”. Já a respondente Elane admite que as coisas têm mudado muito, “mas acredito que

nada deve mudar o que está na Bíblia”, a mesma acredita que isso “dá muita liberdade” e afirma que não concorda que “a mulher tenha que ser predominante”. A obreira Elaine continua ainda relatando “que a mulher é um ser muito especial, e como mãe, a mulher faz algo que até duvidamos por amor, esse mesmo sentimento levamos para a igreja, passamos a ser mães espirituais” e finaliza sua fala recordando que “no tocante a cuidar da igreja, orar, aconselhar, mas passar a ter domínio pastoral, a ponto de mudar não concordo”.

Por outro lado, as pastoras Renata, Márcia e Gabriela posicionaram de forma positiva a questão anteriormente citada. Então, para a entrevistada Renata, acredita que não deveria ser “uma mudança tão drástica”, mas confessa que “essa abertura e esse espaço querendo ou não está acontecendo, então é algo que na minha mentalidade, não tem como paralisar isso, as mulheres têm se posicionado, não tem como parar entendeu”. A pastora Márcia enfatiza a característica de cuidadora da mulher, e acrescenta que “as mulheres são muito mais responsáveis, oram muito mais, então eu creio que sim, seria muito benéfico essa mudança na igreja”. Já a pastora Gabriela comenta que “é necessário a figura do homem e da mulher para evitar escândalos, se Deus fez macho e fêmea, então vai ser macho e fêmea para pastorear, homem e mulher”, finaliza.

Ao serem questionadas sobre quais as maiores motivações das mulheres em buscarem por mais espaço e poder de atuação na igreja, a pastora Suzy relatou que “a maior motivação é o amor à vida”, admite a mesma que as mulheres são grandes influenciadoras da sociedade, a obreira menciona ainda que as mulheres são “sensíveis em áreas que são extremamente necessárias na sociedade”, e posteriormente reafirma que o amor à vida é a razão de “toda mulher buscar o seu espaço na área eclesiástica”, encerra sua fala comentando que “nós

somos capazes sim de influenciar tanto no saber da igreja como na sociedade”.

Ainda sobre a questão anterior, para a pastora Renata a real motivação das mulheres é o ensino e os princípios. Enquanto a obreira Márcia comenta que “a mulher faz mil coisas ao mesmo tempo, o homem é mais limitado, a mulher gosta de movimento, se você olhar metade dessas igrejas, a mulher que está na frente”, prossegue citando que “50% do ministério do homem é a sua esposa”, e encerra falando que “enquanto ele está coordenando, ela está ajudando as mulheres, a gente busca isso aí, os homens dependem muito da mulher”.

Na opinião da respondente Elane, “a vontade de ver a obra crescer é a maior motivação da mulher”, em seguida comenta que isso é “por querer que as coisas aconteçam”, porém confessa que não tem visto esse mesmo posicionamento partir dos homens. Para a obreira, os homens “se acomodaram muito”, por isso dar a impressão que “as mulheres querem predominar, quer mandar”, a mesma cita que não é isso, mas pelo fato de “sermos organizadas, por agir na igreja como agimos na nossa casa e também por não vermos isso partindo dos homens”. Como ressalta a pastora Gabriela, a mulher “consegue entender melhor o lado emocional”, e segue afirmando que “a gente sabe que tem um diferencial, o homem é mais pelo que vê, a mulher é mais pelo que ouve, ela é mais aguçada para ajudar o ser humano, com certeza sim”.

Em relação ao movimento feminista, foi perguntado as respondentes se o mesmo tem contribuído para a mulher conquistar maior espaço no âmbito eclesiástico, para a respondente Suzy fala que “depende da visão de como se ver o movimento feminista”, para ela, “o movimento feminista não tem nada a ver com o cristão”, na sua opinião há pautas que são legais, porém tem uma “muito negativas e vai contra os princípios bíblicos” prossegue citando que “ser uma

mulher cristã e dizer que é feminista, não tem como” pois as pautas do movimento “ficam muito longe de princípios e mandamentos divinos”, por outro lado comenta que “de uma certa forma fez as mulheres do meio eclesiástico despertarem, buscarem conhecimento, para não serem enganadas por um movimento, principalmente mulher”.

Dando sequência ao relato da pastora Suzy, a mesma menciona que “a mulher vai ao movimento feminista achando que a falta de defesa é para o bem dela”, no entanto, argumenta ela que “existem pautas ali que menosprezam o homem, que é a fazer do aborto” segue afirmando que trata-se de “uma mistura de certo e errado, que acaba no fim dando tudo errado” então finaliza que o movimento influenciou muitas mulheres a “procurar conhecimento para combater essas pautas negativas”.

Já a obreira Carla não acredita em um impacto do movimento feminista no âmbito eclesiástico, como esclarece “é muita coisa para a mulher”, sendo a mesma representante de muitas outras, declara que “a mulher precisa ter o lugar dela” e encerra explicando que “existem coisas que não cabe a ela, mas sim ao homem”. Em contrapartida, segundo a entrevistada Renata, o movimento “tem sido fundamental para que a mulher tenha realmente esse espaço, esse desenvolvimento”, mas ressalta que “tudo com medida” e continua “se nosso papel é de ajudadora e companheira, ainda que tenha título, isso vai muito de princípios”, a mesma enfatiza que acredita muito no “princípio de submissão, submissão não é você ser amordaçada e de boca fechada, mas é realmente seguir o que a Bíblia ensina”.

Conforme ressalta Elane, houve muitas mudanças em relação ao papel e direitos da mulher na sociedade, e comenta ela, “na igreja não é diferente”, e confessa que não “busca mandar no homem, busca está lado a lado com ele”, a pastora acredita que “esse movimento feminista não ajuda porque nós já temos nosso espaço, já conquistamos

nosso espaço como mulher de Deus”. Já a respondente Márcia reflete que o movimento “tem ajudado de uma certa forma”, prossegue relatando que “desde quando começou esse movimento a mulher vem buscando os seus direitos”, além de mais espaço na sociedade. Mas prossegue alertando que “temos que tomar cuidado para que a gente não fuja da palavra de Deus”, para ela, “desde o começo em nenhum momento você ver que a mulher é a cabeça”, a pastora Márcia reforça que as conquistas podem tanto beneficiar como autodestruir a mulher, “quando saímos da luz da palavra”, a mesma expressa que há os lados positivos e negativos sobre o fato da mulher está crescendo na igreja, à medida que “mulheres dentro dos ministérios tiram o poder da mão do homem e toma a rédea”, a obreira confessa que não concorda. E finaliza ressaltando “contribuiu sim, mas não podemos tirar o homem de onde de fato é o direito dele”.

Finalmente, a pastora Gabriela ressalta que “o movimento feminista trabalha agredindo a imagem da mulher, nunca a mulher vai ter a força igual a do homem”, e expõe que o movimento “fala da mulher empoderada, mulher empoderada é a mulher cheia de Deus”, diz ainda que para ela, a mulher precisa entender o “seu espaço na humanidade e não querer tomar o lugar do meu marido para eu ser uma boa mulher”. Segundo a entrevistada, o movimento feminista “trabalha contrário a palavra” e portanto, “não me representa como mulher, esposa, mãe”, esclarece a mesma que “é cada um no seu lugar, cada um cumprindo o seu papel”, já que o “criador fez macho e fêmea, então eu preciso do meu marido e meu marido precisa de mim”.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo geral identificar como o trabalho das pastoras é desenvolvido na região norte do Brasil. Por meio da aplicação de entrevistas direcionadas a 6 pastoras de Rondon

do Pará-Pa, Marabá-Pa e Tucuruí-Pa, foi possível obter os resultados da presente pesquisa.

Foi observado que as pastoras já sofreram rejeição, desconfiança e discriminação no início dos seus ministérios, mas que atualmente se sentem bem tratadas pelos membros das igrejas que pastoreiam. As entrevistadas por várias vezes demonstraram acreditar no potencial e capacidades das mulheres, além disso, admitiram o maior espaço conquistado no âmbito eclesiástico pela comunidade feminina, mas algumas mostram-se aversas a situações que as mulheres se posicionam acima da autoridade do homem, que como elas relataram, foi instituída por Deus.

As pastoras também enfatizam a importância das vestes para uma serva de Deus, pois para algumas delas, é necessário mostrar decência e ordem, como consta nas escrituras, no entanto, evidenciaram que se sentem observadas pelas outras pessoas, dentro e fora do espaço eclesiástico, principalmente quando relatam que são pastoras, pois são modelos de conduta e comportamento para muitos. As mesmas ressaltaram o papel fundamental da mulher na igreja e embasaram isso usado como exemplo, principalmente a história de Débora e Ester, que foram personalidades que se destacaram na Bíblia, mesmo em uma época que as mulheres tinham pouco espaço na sociedade.

Além disso, sobre a emotividade das mulheres em alguns momentos é visto como fator negativo, pois se choca com racionalidade atribuída aos homens, por outro, o aspecto de cuidadora e sensível traz um aspecto positivo, quando envolve se tem que lidar com outras pessoas, assim é muito comum as mulheres trabalharem com mais proximidade dos seus discípulos. Outro ponto é a liberdade de atuação e ministração, as pastoras relataram que é muito comum o ato de pregar, algumas comentaram que têm responsabilidades e que

ministram tanto na sua igreja, como é convidadas para pregar em outras, então de modo geral, relataram terem liberdade de atuação.

Quanto à motivação das mulheres no desempenho dos seus trabalhos eclesiais, citaram o amor à vida, o ensino e princípios, assim como a vontade de ver a obra crescer, vale mencionar que há cada dia mais mulheres atuando na igreja, e algumas pastoras relataram que isso também deve-se ao fato da falta de posicionamento dos homens, quanto ao comprometimento com a obra, já que as mulheres se mostram responsáveis e organizadas. Sobre o movimento feminista, as pastoras demonstraram ser contra o posicionamento da mulher de tomar o lugar do homem, elas revelaram que a mulher é uma auxiliadora, tem sua importância, portanto, o avanço da mulher precisa estar a luz da palavra, conforme os princípios bíblicos apontam. Mediante o exposto, a pesquisa limitou-se pelo número pequeno de pastoras entrevistadas, dessa forma, sugere-se que nas futuras pesquisas possa abarcar um número maior de mulheres.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Cristina Castro de et. al. Mulher, mercador de trabalho e construção do núcleo familiar. Id on line Revista de Psicologia, ano 5, nº 15, nov/2011. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/15> Acesso em: 20 fev. 2022.

AGUIAR, Cristina Castro de, et al. Mulher, Mercado de Trabalho e Construção do Núcleo Familiar. Id online Revista de Psicologia, ano 5, n. 15. Nov. 2011.

ALTMANN, Lori. Memórias, confissões e reflexões: entre a formação teológica feminista e o ministério pastoral. Revista de estudos feministas em gênero e religião. V. 1, n. 1. 2015. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/genero/article/view/2484> Acesso em: 20 fev. 2022.

AUAD, Daniela. RAMOS, Maria Rita Neves. SALVADOR, Raquel Borges. Educação, emancipação e feminismos possíveis: um olhar histórico sobre a igualdade de gênero na escola. Revista Educação e Emancipação, São Luis, v. 10, n. 4, ed. Especial, set/dez. 2017.

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. Edições Persona. São Paulo, 1977.

BRASIL. Constituição da República dos Estados Unidos Do Brasil (De 16 de Julho de 1934). Assembléia Nacional Constituinte, na cidade do Rio de Janeiro, em 16 de julho de 1934. Presidente Antonio Carlos Ribeiro De Andrada. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao34.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao34.htm) Acesso em: 20 fev. 2022.

CALVANI, Carlos Eduardo Brandão. Tensões e Tesões no Ministério Pastoral - Um Desafio à Ética Profissional. Estudos Teológicos, 56(n.2), 343-357, 2021. Disponível em: <http://revistas.est.edu.br/index.php/ET/article/view/728> Acesso em: 22 fev. 2022.

CARREIRA, Frei Márcio. O papel da mulher na Igreja. Agência Ecclesia, 2021. Disponível em: <https://agencia.ecclesia.pt/portal/o-papel-da-mulher-na-igreja/> Acesso em: 04 fev. 2022.

CISNE, Mirla. Feminismo e consciência da classe no Brasil. Editora Cortez, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=N6WZCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA59&dq=feminismo+brasil&ots=dwc67YPQqN&sig=YeBiHM3Ds1-> Acesso em: 04 fev. 2022.

CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO PARANÁ (CRA-PR). Mulher, mercado de trabalho e o princípio da igualdade. 2020. Disponível em: <https://cra-pr.org.br/mulher-mercado-de-trabalho-e-o-principio-da-igualdade/> Acesso em: 01 fev. 2022.

DE LIMA, Daniel Barros. Cosmovisão cristã: Transformação da mente cristã na contemporaneidade. Protestantismo em Revista.

São Leopoldo, v. 36, p. 48-63, jan./abr. 2015. Disponível em: <http://periodicos.est.edu.br/index.php/nepp/article/view/2390/2320>  
Acesso em: 03 fev. 2022.

FERNÁNDEZ, Domiciano. Ministérios da Mulher na Igreja. Editora Loyola, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=i6JhmMOPn88C&oi=fnd&pg=PT9&dq=mulher+e+igreja&ots=m0H6ZV3VJ5> Acesso em: 05 fev. 2022.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª ed. São Paulo. Editora Atlas, 2002.

GOMES, Jose Ozean. Pentecostalismo e relações de gênero: uma discussão convencional acerca do ministério feminino nas Assembleias de Deus brasileiras. *Mandrágora*, v.21. n. 21, 2015, p. 135-152. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/MA/article/view/5406/4862> Acesso em: 15 fev. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Mulher estuda mais, trabalha mais e ganha menos do que o homem. Agência IBGE: 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20234-mulher-estuda-mais-trabalha-mais-e-ganha-menos-do-que-o-homem> Acesso em: 23 fev. 2022.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. No Dia da Mulher, estatísticas sobre trabalho mostram desigualdade. Agência IBGE, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20287-no-dia-da-mulher-estatisticas-sobre-trabalho-mostram-desigualdade> Acesso em: 02 fev. 2022.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Mulheres dedicam muito tempo no trabalho doméstico, mas a diferença cai. IPEA: 2018. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/index>.

php?option=com\_content&view=article&id=34450 Acesso em: 20 fev. 2022.

LAUTER, Gabriel Giroto. Um estudo dos requisitos para o ministério pastoral baseado em I Timóteo 3.1-7. Anais do Salão de Pesquisa da Faculdades EST. São Leopoldo: EST, v. 12, 2013, p.104-118

LIMA, Wamberto Queiroz de. Gênero e poder: o pastorado feminino na igreja batista. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal da Paraíba. Programa de Pós-Graduação em Ciências das Religiões. João Pessoa, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de Pesquisa. 5ª ed. São Paulo. Editora Atlas S.A, 2002.

MELO, Celso Ricardo de Jesus; ROSA, Luiz Augusto Rosa; CAVALHEIRO, Emerson de Moura. O ministério pastoral e os desafios na relação familiar. RICEF, v. 1, n. 01, 2020. Disponível em: <https://www.periodicos.fabad.edu.br/index.php/RICEF/article/view/16/20> Acesso em: 25 fev. 2022.

PINTO, Ana Cândida Pena Vieira. Presença feminina na liderança neopentecostal brasileira: as profetisas do Espírito Santo e novas formas de adesão religiosa. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Brasília. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Brasília, DF, 2014.

REGALLA, Jussara Gatto. A declaração dos direitos do homem e do cidadão de 1789 e sua influência nos direitos individuais das constituições liberais portuguesas (1822-1911). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Nova FCSH (dissertação). Out 2019.

ROCHA, Aretha Beatriz Brito da. Emancipação Feminina sob autoridade masculina: aspectos religiosos e sociais das mulheres assembleianas no Brasil. (Dissertação de Mestrado) Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC. Campinas, 2018.

SANTOS, Maria Goreth. Mulheres Pastoras: Em busca de um espaço na hierarquia evangélica. XI Congresso Brasileiro de Sociologia, UNICAMP, SP. Set/2003.

SILVA, Claudemir Pedroso da. Estudo Bíblico - O conhecimento da Palavra de Deus. DCL - Difusão Cultural do Livro. São Paulo: 2010.

SILVA, Eliana Coelho da. Chamadas por Deus: características do pastorado feminino na cidade de fortaleza. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Ceará. Prograna de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza - CE. 2014.

SILVA, Jéssica Lourenço Barboza da. A proteção do trabalho da mulher e os impactos da reforma trabalhista. Âmbito Jurídico, 2019. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-do-trabalho/a-protecao-do-trabalho-da-mulher-e-os-impactos-da-reforma-trabalhista/> Acesso em: 20 fev. 2022.

SILVA, Josilene da. Mulheres no Púlpito: as pastoras luteranas e o pastorado (década de 1970 a 1990). (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina. Departamento de Pós-Graduação em História, Florianópolis, 2004.

SIMÕES, Fatima Itsue Watanebe; HASHIMOTO, Francisco. Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX. Revista Vozes dos Vales da UFVJM: Publicações Acadêmicas. Minas Gerais, nº 02, ano 1, out/2012. Disponível em: [http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%3%a7%3%b5es-familiares-do-s%3%a9culo-XX\\_fatima.pdf](http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%3%a7%3%b5es-familiares-do-s%3%a9culo-XX_fatima.pdf) Acesso em: 15 fev. 2022.

SOUZA, Valéria Vieira de. A (R)esistência das vocacionais ao ministério pastoral batista: descortinando a relação entre as pastoras batistas de São Paulo e a não filiação na ordem dos pastores batistas do Brasil em São Paulo (OPBB-SP). (Dissertação de Mestrado). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2016.

STEPHANINI, Valdir. Mulheres no ministério pastoral batista. Reflexus - Ano XII, n. 19, 2018/1. Disponível em: <https://revista.fuv.edu.br/index.php/reflexus/article/view/721/606> Acesso em: 18 fev. 2022.

TORGAN, Daniel Aquino. Debate sobre o ministério pastoral feminino na opbb e as Interpretações ao texto bíblico de 1 timóteo 2.9-15. Revista de ensaios teológicos, v. 2, n. 1, p. 69-85, jun/2016.

WHITE, Ellen. Ministério Pastoral: conselhos aos pastores adventistas [livro eletrônico]. Casa Publicadora Brasileira, Tatuí, SP, 2016. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=-dJTDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=ministerio+pastoral&ots=vHsm6OHZYh&sig=PjujWDicsG9uyBAAt46bBwhAjef0#v=onepage&q&f=true> Acesso em: 22 fev. 2022.

WOMEN AS PASTORS. Library of Congress Cataloging in Publication Data Main entry under title: Women as pastors. (Creative leadership series) 1. Women clergy[0151]United States. I. Schaller, Lyle (1982).

# ÍNDICE REMISSIVO

## E

Empreendedorismo 16, 17, 18, 19,  
20, 21, 22, 23, 30, 34, 35, 45, 46,  
47, 58, 120, 121, 122, 123, 124,  
126, 128, 129, 130, 131, 132

Entrevistada 100, 101, 103, 104, 134,  
135, 136, 137, 138, 139, 159,  
163, 164, 166, 167, 169, 171,  
172, 174, 175, 176, 178, 179

## H

Homens 22, 23, 24, 35, 36, 55, 58, 59,  
60, 64, 65, 69, 70, 71, 72, 73, 75,  
77, 78, 86, 92, 99, 100, 106, 108,  
112, 114, 115, 121, 127, 128,  
130, 131, 136, 137, 138, 143,  
147, 150, 151, 154, 155, 156,  
160, 162, 163, 165, 167, 170,  
171, 173, 175, 177, 180, 181

## I

Igreja 146, 147, 149, 151, 153, 154,  
155, 156, 158, 159, 160, 161,  
162, 163, 164, 165, 166, 167,  
168, 169, 170, 172, 173, 174,  
175, 176, 177, 178, 179, 180,  
181, 182, 183, 184

Igualdade 24, 54, 55, 57, 58, 59, 64,  
65, 70, 71, 72, 74, 78, 79, 80, 92,  
115, 116, 127, 150, 155, 167, 182

Instagram 26, 27, 37, 38, 39, 40, 41,  
42, 43, 44, 48, 139

## L

Liderança 52, 54, 55, 58, 60, 61, 62,  
63, 64, 65, 67, 69, 71, 75, 76, 77,  
78, 80, 82, 99, 107, 138, 147,  
153, 155, 158, 174, 175, 184

## M

Maternidade 86, 92, 116

Mercado 18, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 32,  
33, 34, 36, 37, 43, 46, 47, 54, 55,  
56, 64, 67, 69, 79, 82, 86, 88, 89,  
90, 91, 92, 93, 94, 98, 99, 100,  
101, 106, 107, 108, 109, 111,  
112, 113, 114, 115, 116, 117,  
123, 126, 127, 128, 130, 131,  
137, 141, 143, 144, 150, 151,  
182, 185

Ministério 146, 151, 153, 158, 182,  
186

Mulheres 18, 19, 22, 23, 24, 32, 37,  
47, 52, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60,  
64, 65, 66, 67, 69, 70, 71, 72, 73,  
74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 86,  
87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95,  
97, 98, 99, 100, 101, 102, 103,  
104, 105, 106, 107, 108, 109,  
110, 111, 112, 113, 114, 116,  
117, 120, 121, 122, 123, 126,  
127, 128, 129, 130, 131, 136,  
137, 138, 140, 141, 143, 144,  
146, 147, 148, 150, 151, 154,  
155, 156, 157, 158, 159, 160,  
161, 162, 163, 164, 165, 166,  
167, 168, 169, 170, 171, 172,  
173, 174, 175, 176, 177, 178,  
179, 180, 181, 184

# A ECONOMIA DA AMAZÔNIA E O PAPEL DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

O livro “Economia da Amazônia e o Papel da Mulher no Mercado de Trabalho: Desafios e Oportunidades” é uma coletânea de quatro trabalhos de conclusão de curso de alunos da graduação em Administração da UNIFESSPA - Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. O primeiro capítulo discute o papel das mídias sociais como impulsionador das vendas no ramo da moda em Rondon do Pará-PA, apresentando dados e conclusões aprofundadas sobre o tema. Já o segundo capítulo apresenta trajetórias de vida de mulheres que se empoderaram no Pará, mostrando como a luta por direitos e igualdade de gênero pode impactar positivamente a economia da região.

O terceiro capítulo traz uma análise das dificuldades enfrentadas por mulheres-mães ao retornarem ao mercado de trabalho em Rondon do Pará-PA, evidenciando os desafios enfrentados por essas mulheres em relação à conciliação entre trabalho e vida pessoal e no quarto capítulo discute o empreendedorismo feminino e os seus desafios em Rondon do Pará-PA, mostrando como as mulheres podem ser importantes agentes de mudança e desenvolvimento na região. Por fim, o quinto capítulo discute o ministério pastoral feminino na região norte do Brasil: discussões e contradições.

O livro é de grande interesse para estudantes, professores, pesquisadores e profissionais que trabalham com economia, administração e desenvolvimento regional, e oferece uma leitura rica e inspiradora para todos aqueles que desejam entender melhor a realidade da Amazônia e o papel das mulheres no mercado de trabalho.

RFB Editora

Home Page: [www.rfbeditora.com](http://www.rfbeditora.com)

Email: [adm@rfbeditora.com](mailto:adm@rfbeditora.com)

WhatsApp: 91 98885-7730

CNPJ: 39.242.488/0001-07

Av. Governador José Malcher, nº 153, Sala 12,  
Nazaré, Belém-PA, CEP 66035065

