



IX ENCONTRO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

ISSN: 2594-5688

secretaria@sbap.org.br

Sociedade Brasileira de Administração Pública

RELATO TÉCNICO

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO NA PERSPECTIVA DE WEBSÉRIES DO SEBRAE

**FABIANA PINTO DE ALMEIDA BIZARRIA, DANIELLE MARIA APOLONIO RODRIGUES, GABRIELE
FERREIRA DA SILVA, FLÁVIA LORENNE SAMPAIO BARBOSA,**

**GRUPO TEMÁTICO: 13 Relações Raciais e
Interseccionalidade na Administração Pública**

IX Encontro Brasileiro de Administração Pública, São Paulo/SP, 5 a 7 de outubro de 2022.
Sociedade Brasileira de Administração Pública
Brasil

Disponível em: <https://sbap.org.br/>

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO NA PERSPECTIVA DE WEBSÉRIES DO SEBRAE

RESUMO

A pesquisa objetiva apreender representações sociais presentes em narrativas a partir de webséries do SEBRAE, sobre empreendedorismo feminino. A lexicometria, ou análise lexical (MARCHAND, 2013), realizada com auxílio do *software* Iramuteq, considera a (i) Classificação Hierárquica Descendente – CHD e (ii) a Análise Fatorial por Correspondência (AFC), bem como, na sequência, análise de conteúdo em abordagem considerada hermenêutica-dialética (MINAYO, 1992). Como resultado, quatro temas de discussões ‘Empreendedora mulher-mãe, Expectativas Sociais da Mulher Maravilha-Sonhadora - Sexo Frágil, Desafios do ‘Poder-Ser’ mulher-mãe-empREENDEDORA e (Re)Conhecer e (Re)Existir, reúnem 21 categorias emergentes, que, em conjunto, acionam discussões voltadas ao conflito, ante o choque representacional tradicional e novos espaços/papeis sociais assumidos pelas mulheres. Assim, considera-se, pelas narrativas, que a força das novas representações, está no diálogo coletivo de mulheres, de onde emana representações para, em novas dinâmicas, suscitar novas configurações para o conflito, com maior espaço de equilíbrio, saúde e ‘não’ violência.

Palavras-chave: Resistência. Mulher. Conflito.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o tema ‘empreendedorismo’ assume importantes discussões pelo mundo, explicado pela sua capacidade de desenvolvimento e impacto econômico nos países (RODRIGUES *et al.*, 2021). Tem crescido, nesses debates, o papel da mulher na prática empreendedora, sob variadas temáticas, desde a motivação, até o reconhecimento das oportunidades relevantes ao cenário econômico (MICOZZI; LUCARRELLI, 2016).

As mulheres passam a ocupar espaço em diversos setores da economia (ISMAIL *et al.*, 2012), de acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), estima-se ampla participação feminina na economia, considerando R\$ 131 bilhões injetados à receita tributária ao longo do período contemplado entre 2017-2025 (WENTZEL, 2017).

Dados do terceiro trimestre de 2020 indicam 8,6 milhões de donas de negócio no Brasil, mesmo com o impacto negativo da pandemia, destacando-se as empreendedoras do Sudeste e Nordeste do país (SEBRAE, 2021), havendo crescimento da participação da mulher no empreendedorismo bem como relativo equilíbrio entre a proporção de empreendedores masculina e feminina (SEBRAE, 2019).

Estudos sobre empreendedorismo feminino também seguem em avanço, como, por exemplo, estudos sobre o gerenciamento do conflito entre o trabalho e família (BARBOSA *et al.*, 2021), os desafios da mulher no empreendedorismo (CONCEIÇÃO *et al.*, 2021; CINEGLAGLIA *et al.*, 2021) e a relação com a pandemia do Covid-19 (CARVALHO; PORÉM, 2020; LIMA, 2021). Ademais, são pertinentes as considerações do empreendedorismo feminino à luz da teoria da representação social, à

luz dos estudos organizacionais (CAMPOS; SARAIVA, 2014; BORTOLON; MARTINS-SILVA; FANTINEL, 2021).

Posto que, a Teoria da Representação Social (TRS) é inerente ao campo da psicologia social e visa compreender como os indivíduos pensam a realidade e constroem a coletividade (SALAS, 2021), sendo explicada como um conjunto de conceitos elucidados pela vida cotidiana, nomeando fenômenos para ancorar sentidos e objetividade de suas ações (JOVCHELOVITCH, 2011).

No cenário internacional, a TRS possui um campo multifacetado, interdisciplinar, destacando-se as produções da Inglaterra e os Estados Unidos (LIMA, 2021). No que tange à consolidação conceitual, há expansão da TRS na América Latina, América do Norte, Europa e Ásia (JODELET, 2008), ao passo que no Brasil as pesquisas caracterizam-se em duas correntes, com abordagem interpretativista e estruturalista, com uso em torno dos fenômenos organizacionais, no campo da administração (LESCURAS *et al.*, 2012), das estruturas organizacionais, das ciências sociais (LESCURAS *et al.*, 2012; CAMPOS; SARAIVA, 2014).

Ante esse contexto, portanto, a pesquisa de abordagem qualitativa objetiva apreender representações sociais presentes em narrativas em webséries dedicadas às discussões temáticas sobre empreendedorismo feminino, realizada com auxílio do *software* Iramuteq, derivou contribuições sobre elaborações do tema com espaço para discussões sobre implicações dessas para a mulher empreendedora, o que amplia possibilidades de análise sobre o fenômeno, bem como desafios associados à expansão e *insights* sobre a potências de transformações em curso.

METODOLOGIA

Considerando a abordagem da TRS, a pesquisa considera-se de natureza compreensiva e abordagem qualitativa, com análise a partir da lexicometria, ou análise lexical (MARCHAND, 2013), realizada com auxílio do *software* Iramuteq. Ressalta-se, ainda, que investigações amparadas por essa metodologia dão ensejo às representações sociais, o que se observar a partir das pesquisas de Carlos, Santos e Araújo (2018), que estuda representações sociais sobre velhice LGBT para estudantes universitários; o estudo de Porcino, Coelho e Oliveira (2018), que aborda representações sobre a pessoa travesti em graduandos da área da saúde; a investigação de Polonia e Santos (2020), que analisa representações sobre desenvolvimento de competências para docentes do ensino superior; e, pesquisa de Kravetz *et al.* (2021), que apresenta representações sobre o suicídio para adolescentes em escola pública.

Em relação às representações sobre mulher, observa-se a pesquisa de Musse & Gonçalvez

(2020), que, inclusive, utilizam como corpus de pesquisa a *websérie conception*, com suporte do Iramuteq, considerando seu potencial de análise e possibilidades de discussões.

A pesquisa analisa 08 narrativas presentes em vídeos agrupados em uma websérie realizada pelo Sebrae, disponibilizados na internet, por meio da plataforma *Youtube* e no site do Sebrae. Esses vídeos foram produzidos no ano de 2020 e 2021 com a iniciativa do time Sebrae Delas em parceria com as empreendedoras do Vale e a rede de mulheres empreendedoras, entre outros.

Quadro 1 - Websérie Sebrae Delas

Vídeo 1 Sebrae Delas Diferentes negócios, uma realidade em comum. 5:53''	Vídeo 2 Sebrae Delas que ideias limitam? 3: 35''	Vídeo 3 Sebrae Delas Redes de apoio 3: 37''	Vídeo 4 Sebrae Delas O futuro a todos pertence 3: 38''
Vídeo 5 Culpa materna e empreendedorismo 5:16''	Vídeo 6 Síndrome da Impostora: o que é e como superar 5:19''	Vídeo 7 Mulheres e Finanças 5:40''	Vídeo 8 Empreender com @companheir@, dá certo? 6:01''

Fonte: Websérie Sebrae Delas (2021).

Disponíveis no *Youtube* (https://www.youtube.com/playlist?list=PLnPmdII4EGt1O-lsA6_1T2b-zvN88lvtw1)

Em relação à TRS, neste estudo, a análise da estrutura do discurso com suporte no *software* Iramuteq, considerando análise do *corpus* textual, gerando análise léxica quantitativa, núcleos de sentido baseados em regularidades, com base em segmentos de texto de cada agrupamento gerado pelo *software*.

Em relação ao *software*, conforme Camargo e Justo (2018), serão descritas e analisadas as Unidades de Contexto Iniciais - UCIs, que estabelecem o número de dados, as Unidades de Contexto Elementares - UCEs, que correspondem aos segmentos de texto, ocasionados por comandos específicos (CAMARGO/ JUSTO, 2018). Foram empreendidas a (i) Classificação Hierárquica Descendente - CHD, segundo o método de Reinert (1990), classificando as UCEs, seguida pelo teste qui-quadrado, propiciando agrupamentos (*clusters*), ao passo que o dendograma que ilustra a formação das classes, com as respectivas palavras estatisticamente mais significativas de cada grupo (CAMARGO; JUSTO, 2018), se apresenta como o resultado dessa etapa; e (ii) a Análise Fatorial por Correspondência (AFC), por um plano cartesiano com os *clusters*, a qual revela relações de afastamento entre elas (CAMARGO; JUSTO, 2018).

A análise segue a definição de categorias na perspectiva de Minayo (1992), empregadas para estabelecer classificações e relações, com suporte em análise de conteúdo, em abordagem considerada hermenêutica-dialética, situando a fala dos atores sociais em relação ao contexto, para melhor compreender as narrativas. Tais são desenvolvidas em níveis: (i) primeiro, que envolve as determinações fundamentais (conjuntura socioeconômica e política do qual faz parte o grupo social a ser estudado); e

(ii) segundo, que corresponde ao encontro do pesquisador com os fatos na pesquisa, ou seja, com as comunicações individuais, as observações, dentre outros. Por fim a terceira etapa, a análise final, que envolve a articulações entre os dados e as teorias, com *insights* finais.

REFERENCIAL TEÓRICO (TRS)

A Teoria das Representações Sociais (TRS), conforme Lima (2021), refere-se à representação de natureza coletiva, que amplia a percepção individual para a social, pois para Serge Moscovici, o precursor do campo, a representação social é resultante da coletividade, das relações cotidianas, contextualizadas pelos desafios que figuram a sociedade (MOSCOVICI, 2009).

A configuração do campo formou-se alicerçada nas concepções de Serge Moscovici, com a publicação em 1961, intitulada “*La psychanalyse: son image et son public*”, a teoria fundamenta-se em saberes da psicologia social e demandas da esfera pública, elencando conhecimentos e experiências da subjetividade dos sujeitos às estruturas sociais, com base na coletividade (JOVCHELOVITCH, 2011).

Com leituras em Moscovici, a TRS avança em busca de compreender a realidade, descrevendo e analisando as redes sociais, as expressões da contemporaneidade (JODELET, 2008). Para tanto, considera-se, ainda, que o imaginário individual e as representações socioculturais são difusas, mas perceptíveis na constante conexão da criação/recriação do cotidiano social (JOVCHELOVITCH, 2011).

Com ampliação da TRS para outros campos do conhecimento, como a sociologia, antropologia, história, filosofia, dentre outras (MOSCOVICI, 2009; JODELET, 2008), a teoria avança em compreensão sobre a produção da vida cotidiana e as relações sociais (SALAS, 2021). Nesse caminho, a consolidação teórico/metodológica assume a abordagem psicossocial com base no modo de interpretação dos aspectos culturais, dos valores, das concepções dos sujeitos (KRAVETZ *et al.*, 2021), das identidades socioculturais (BAKA; DIKAIYOU, 2021), debatendo à cerca das desigualdades sociais, da estruturação das minorias, das hegemonias, das polêmicas da atualidade (ALHUZAIL, 2021).

Em relação ao panorama de estudos sobre a TRS, considera-se dinâmica de maturação teórica, com pesquisas que visam compreender variados âmbitos e contextos da sociedade, com a perspectiva propositiva de refletir, a exemplo das questões climáticas, o debate sobre sustentabilidade (MANZHYSKI; FIGGE, 2020), das instabilidades econômicas e demandas sociais desafiadoras na atualidade (KUENKEL; KUENKEL, 2019).

Observa-se, ainda, pesquisas como a de Chatzimpyros, Baka e Dikaiou (2021), que se debruçaram sobre representações sociais no contexto da imigração, além de estudos que correlaciona os

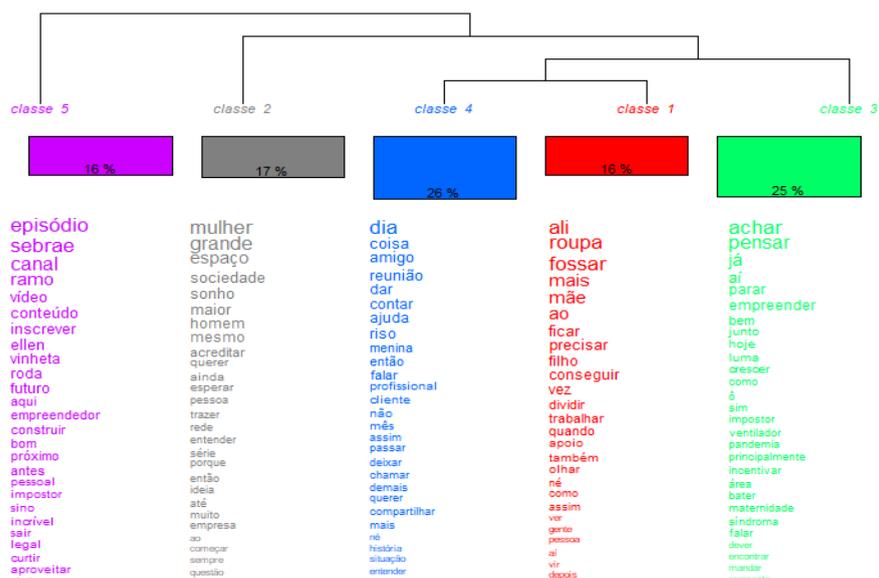
processos comunicativos e atualidade, ao passo que Pinzón-Villate, Montoya e Ramírez-Cortázar (2021), Hurtado e Franco (2021), Garcés-Prettel *et al.* (2021), Moratalla e Agea (2020), Lázaro-Rodríguez e Herrera-Viedma (2020), adentraram à temática sob a lente da comunicação “em massa” e o modo pelo qual, as mídias digitais contribuem no processo de representação social no contexto de pandemia da COVID-19.

Considerando a TRS abordagem com potencial para compreensão de contexto e das interações sociais a leitura sobre fenômenos emergentes ou em processos de mudanças pode ser favorecida sobre a lente dessa teoria, dialogando diretamente com a materialização da vida social e a transformação de conjunturas desafiadoras (JODELET, 2008).

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Processou-se análise lexical, em 19 de janeiro de 2022, com 2 Unidades de Contexto Inicial (UCI) (2 webséries, que reúnem 8 narrativas), divididas em 154 Unidades de Contexto Elementar (UCE), 5785 números de ocorrências de palavras, com 1381 formas (palavras), das quais 856 são ativas (adjetivo, advérbio, substantivo, verbos, formas não comuns) e 101 complementares e 424 hapax. A CHD, que realiza o cruzamento de matrizes de segmentos de textos e palavras, reteve 100 UCE dos 154, ou seja, 64,94% dos segmentos de texto, identificou 5 classes (clusters) de palavras, reunidas no Dendograma (Figura 1).

Figura 1 - Dendograma por classe e palavras com maior qui-quadrado (χ^2) fornecido pelo *software* IRAMUTEQ



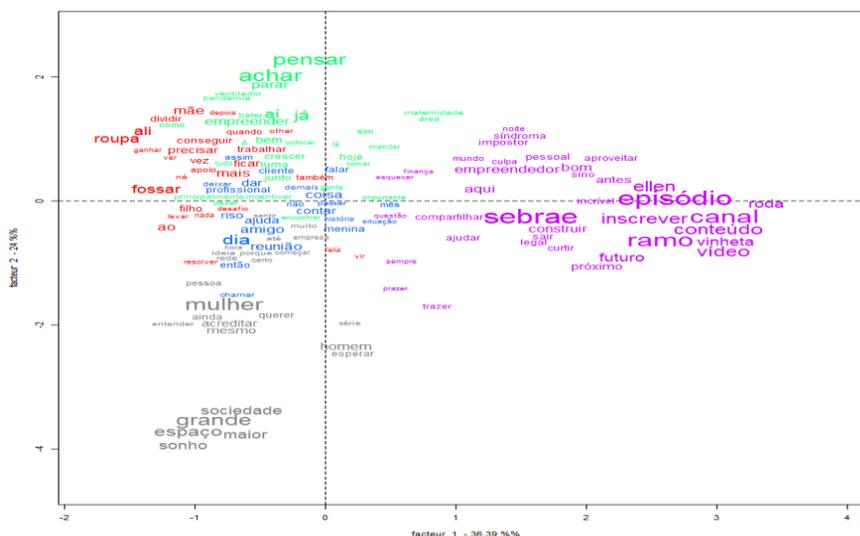
Fonte: Ilustração extraída como *output* do *software* Iramuteq (2022)

A partir do dendograma (Figura 1) foi possível contemplar as palavras com maior porcentagem quanto à frequência média entre si, proporcionando por meio do emprego do qui-quadrado (χ^2), a análise das palavras que obtiveram valor $p < 0,0001$, representado em cada *cluster* do total do *corpus*.

O *cluster* 5, formado por 16,0% das UCEs, tem como palavras mais representativas: episódio, SEBRAE, canal, ramo, *youtube* [...]. Do *cluster* 5, o *software* opera partições, entre *cluster* 2 e, na sequência, *cluster* 3, e, depois o 4 e 1. O *cluster* 2, formado por 17,0% das UCE, tem as palavras estatisticamente significativas: mulher, grande, espaço, sociedade, sonho, maior, homem [...], e, na segunda partição, o *cluster* 3 consta representado pelas palavras: achar, pensar, já, parar, empreender [...]; e os *clusters* 4, formado por 26,0% das UCE, representado pelas palavras: dia, coisa, amigo, reunião, dar, contar, ajuda [...] e o 1, formado por 25,0% das UCEs, que reúne as palavras: ali, roupa, fossar, mais, mãe, ficar, precisar.

Com o auxílio da Análise Fatorial por Correspondência, o plano cartesiano ilustra em quadrantes, relação espacial entre as classes, à medida que, quanto mais distantes os elementos dispostos no plano, menos eles “conversam” das mesmas coisas (Figura 2).

Figura 2 - Representação Fatorial fornecida pelo *software* IRAMUTEQ



Fonte: Ilustração extraída como *output* do *software* Iramuteq (2022)

Considerando a Figura 2, observa-se maior proximidade entre os argumentos dos *clusters* 4 e 1, e o 3, perceptíveis pelas partições demonstradas pelo Dendograma (Figura 1). Com isso, os *clusters* 5 e 2 apresentam-se mais cartograficamente demarcados, diferenciando-se dos demais *clusters*.

Para empreender análise de conteúdo conforme Minayo (1992), foram extraídos como *output* do *software* Iramuteq, os segmentos de textos formativos dos 5 *clusters* definidos pelo Dendrograma (Figura 1), grupos de segmentos de texto, em duas etapas, com base nos critérios: diferenciação entre os *clusters*, configuração temática e síntese de segmentos representativos, gerando o quadro 2.

Quadro 2 - Segmentos de Textos extraídos do *software* Iramuteq, conforme cada *cluster* definido

<p><i>Cluster 1</i> Ali Roupa Passar Mais Mãe Ficar Precisar Filho Conseguir Vez Dividir Trabalhar Quando Apoio</p>	<p>WEB_2 - score: 71.60 ‘com a rede de apoio a gente consegue diminuir essa culpa né a gente divide ali ao menos julgamento também as vezes as pessoas veem na gente aquela imagem de uma super mãe uma super empresária’</p> <p>WEB_2 - score: 60.47 ‘é fosse mãe sem precisar trabalhar e trabalhasse como se não fosse mãe é uma conta que não fecha com a pandemia e a gente teve aí mais sobrecarga né’</p> <p>WEB_2 - score: 57.02 ‘eu me via ali muito mais empreendedora do que mãe de aluno formando os pais teriam [...]’</p> <p>WEB_1 - score: 36.63 ‘às vezes a gente brinca assim que a gente nasceu para casar para cuidar da casa para ter filhos mas por que isso foi o que a minha mãe aprendeu e que ela passava porque ela sabia que a gente precisava saber disso para se virar’</p> <p>WEB_2 - score: 36.15 ‘eu preciso desse apoio e eu fico trabalho muito mais disposta muito mais feliz quando tenho o apoio dele então trabalhar juntos tem sido um desafio mas acima de tudo tem sido um aprendizado enorme’</p> <p>WEB_2 - score: 33.49 ‘mas volta e meia a gente se depara com uma situação onde a gente não consegue resolver ’</p> <p>WEB_1 - score: 31.66 ‘em todos os processos de seleção quem vai ficar com seus filhos? mas o seu marido está de acordo você vai conseguir conciliar como quando seus filhos ficarem doente?’</p> <p>WEB_1 - score: 25.71 ‘esse apoio masculino ele é muito importante quando você nasce mulher parece que você nasce precisando ter a aprovação de alguém o tempo todo’</p> <p>WEB_2 - score: 20.85 ‘não vou dizer que eu não tenho ciúmes, que eu tenho viu, mas é a gente tem que ter ideia que esse ciúmes não pode ser nada que atrapalhe também como eu tenho orgulho de ver minha esposa em um patamar mais alto né’</p> <p>WEB_1 - score: 17.83 ‘por uma questão social é mais difícil para uma mulher preta empreender inclusive porque a maioria das mulheres elas começam a empreender por necessidade né se a gente for olhar a pirâmide social a mulher está na base da pirâmide a mulher preta está na base lá embaixo’</p>
<p><i>Cluster 2</i> Mulher Grande Espaço Sociedade Sonho Maior Homem Acreditar Querer Esperar</p>	<p>WEB_1- score: 103.74 ‘eu percebi que por ser mulher as pessoas não acreditaram muito naquele sonho até porque no ramo de alimentação [...]’</p> <p>WEB_1 - score: 80.14 ‘empresas maiores lideradas por mulheres são empresas que apresentam é um resultado muito significativo’</p> <p>WEB_1 - score: 79.12 ‘o nível de grana que vai para mesa é maior para homens do que para mulheres [...] a gente deu um toque feminino, a gente é referência’</p> <p>WEB_1 - score: 77.63 ‘a questão de desigualdades não deve existir, eu acredito que pro futuro nós vamos ter um espaço muito maior, [...] existe um caminho a ser trilhado daqui para frente’</p> <p>WEB_1 - score: 68.44 ‘eu acredito que a importância dessa rede de mulheres ela é muito interessante é muito grande’</p> <p>WEB_1-score: 65.87 ‘historicamente nós temos amarras sociais que a sociedade impôs para mulher onde a liberdade estava dependente do homem né, então já é um desafio isto, impossível não é, nós temos o poder e a mulher ela pode estar onde ela quiser’</p> <p>WEB_2-score: 57.29 ‘como se nós fossemos a mulher maravilha, não! nós não somos a mulher maravilha. Eu acredito que essa questão do burnout ela tá muito ligada ao que a sociedade espera da mulher né’</p> <p>WEB_1-score: 57.18 ‘o que eu fiz foi criar o engajamento com outras mulheres que pudessem me ajudar a realizar esse sonho [...]’</p> <p>WEB_1-score: 54.65 ‘você não é capaz de montar uma estrutura você, não é capaz de dirigir um caminhão, você não é capaz de levar carga de modo seguro, principalmente porque a mulher ela é vista como sexo frágil ainda pela sociedade’.</p>

	<p>WEB_1-score: 51.52 ‘a grande ideia de que a gente possa ser respeitada no nosso espaço que a gente possa ser valorizada para que tudo flua’</p> <p>WEB_2-score: 49.65 ‘me senti praticamente tendo dois puerpérios ao mesmo tempo o da minha filha e da empresa’</p> <p>WEB_1-score: 45.65 ‘a gente começa a se enxergar enquanto potência sabe, cada mulher ver que a outra mulher é muito forte, então a gente vai se sustentando’</p> <p>WEB_1-score: 43.41 ‘a importância dos homens é entenderem esse espaço respeitarem e permitirem esse crescimento, é que não estamos querendo disputar’</p> <p>WEB_1-score: 28.92 ‘a gente briga todo dia [...] que meu filho entenda que ele tem uma responsabilidade muito grande em não continuar perpetuando isso’</p> <p>WEB_2-score: 18.67 ‘você tem que incentivar o sonho do outro né, e construir esse sonho em conjunto’</p>
Cluster 3	<p>WEB_2-score: 80.17 ‘nós mulheres, mandamos muito bem nas ciências exatas sim! mas a gente não é incentivada a estar nessa área’</p> <p>WEB_2-score: 74.92 ‘quando engravidei [...] eu logo pensei né, na idealização da maternidade, achei que seria muito tranquilo tipo ser mãe, maternar e empreender e a realidade não foi essa’</p> <p>WEB_2-score: 72.54 ‘eu fiquei umas três noites sem dormir pensando nesse ventilador que eu tinha fracassado’</p> <p>**WEB_1-score: 66.31 ‘a mulher não tem coragem de empreender, empreender não é coisa de mulher, é mentira, não concordo, negativo, [...] as mulheres são a maioria das empreendedoras’</p> <p>WEB_2-score: 52.42 ‘como que a gente chegou tão longe, tão rápido, foi sorte, tem muita força, muito poder, empresa que foi crescendo, crescendo [...] a síndrome da impostora já bateu’</p> <p>WEB_2-score: 40.43 ‘ele só me falou porque que não aproveita o momento, foi literalmente um tapa na cara, eu falo que a minha síndrome da impostora [...]’</p> <p>WEB_1-score: 28.95 ‘[...] a gente pense fora dessas caixinhas que a gente atue e colabore para que essas caixinhas sejam desconstruídas e quebradas’</p> <p>WEB_2-score: 25.82 ‘[...] o que que é síndrome de impostora, é um termo psicológico para padrão de comportamento no qual você duvida das suas realizações’</p> <p>WEB_1-score: 24.48 ‘senti o sentimento de culpa, quando meu filho era pequeno, eu soube ressignificar essa culpa como inspiração para os meus filhos’</p> <p>WEB_2-score: 24.09 ‘mulher não é boa em matemática mulher, não sabe empreender, gente vamos parar com essas crenças limitantes, a gente tá no século 21, né’</p>
Cluster 4	<p>WEB_1-score: 53.20 ‘[...] essa reunião de mulheres que sai umas ideias, a partir do momento que a gente tomou contato abriu a cabeça né’</p> <p>WEB_2-score: 49.03‘[...] é um paraíso porque ele me ajuda demais nas tarefas domésticas eu tenho que fazer uma reunião atrás da outra tem hora’</p> <p>WEB_1-score: 47.00 ‘eu acredito muito que as crenças limitantes elas paralisam as pessoas, você passa a acreditar que não é capaz, que não vai dar conta eu escutava muito coisa de menino coisa de menina muito’</p> <p>WEB_1-score: 45.05 ‘será que vai dar, será que não vai, então você não dorme né, da olheira, cabelo branco, pé de galinha, né, é muito desafiador migrar de colaboradora para empreendedora’</p> <p>WEB_1-score: 40.74 ‘em diversas situações assim, ah essa mulher não sabe fazer um cálculo direito, então deixa eu pegar essa conta que ela fez e deixa eu passar para um homem né’</p> <p>WEB_1-score: 40.24 ‘você não vai dar conta, [...] exatas é para menino e humanas é para meninas, risos gente é pegadinha’</p> <p>WEB_2-score: 35.86 ‘se tem uma coisa que eu não dou mais conta é essa história de mulher não saber fazer’</p> <p>WEB_2-score: 31.47 ‘quem sou eu na fila do pão’</p> <p>WEB_2-score: 24.79 ‘por mais que hajam desafios, nem tudo são flores o saldo sempre é positivo quando se tem esse equilíbrio e um quer impulsionar o outro’</p> <p>WEB_2-score: 19.85 ‘primeiro é você analisar a situação e tomar consciência, isso é um fato, ou é o que está na minha cabeça, assumir quando eu não sei fazer, dizer que eu não sei fazer, eu descobri que isso aos poucos vai dando mais segurança para mim e para as minhas clientes também’</p> <p>WEB_1-score: 10.98 ‘porque você tem que mostrar cinco vezes mais a sua capacidade e cinco vezes mais a sua persistência e cinco vezes mais ganhar a confiança’</p> <p>WEB_1-score: 7.55 ‘entender que a gente, apesar de muitas vezes ter ouvido durante esse caminho que a gente passou, que a gente não tinha capacidade que isso era uma ilusão, que isso é uma bobagem’</p>

Cluster 5	WEB_2-score: 172.54 ‘quem nunca passou por essa sensação de não ser boa o suficiente levanta a mão comenta aqui’
	WEB_2-score: 169.76 ‘pessoal antes de a gente romantizar a maternidade não se esquece de se inscrever aqui no canal’
	WEB_2-score: 168.74 ‘vamos para o episódio de culpa materna , roda a vinheta’
	WEB_2-score: 148.25 ‘afinal de contas falar sobre culpa materna é uma questão de todo mundo ’
	WEB_2-score: 139.60 ‘uma dica para mandar um sai para lá síndrome da impostora ’
	WEB_2-score: 99.94 ‘fiquei muito feliz, isso sim é que é homem moderno do século 21 ’
	WEB_2-score: 91.92 ‘é muito importante lembrar que síndrome da impostora é uma questão cultural estrutural ela não é pessoal essa luta é coletiva e a gente pode vencer isso juntas essa situação é muito comum entre as empreendedoras’

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Considerando análise dos segmentos de texto extraídos das webséries, conforme clusters definidos pelo *software* Iramuteq, foram definidas categorias, na perspectiva das representações sociais sobre empreendedorismo feminino. Importante observar que o *cluster 5* reúne informações sobre apresentação dos temas discutidos pelas webséries, assim, pela leitura dos segmentos de textos, compreende-se que os temas emergentes se fazem presentes nos demais clusters, com sobreposições de categorias. Com isso, as categorias emergentes para discussão na pesquisa são derivadas dos agrupamentos 1, 2, 3 e 4, conforme quadro 3.

Quadro 3 - Categorias emergentes e temas representativo para cada *cluster*

<i>Clusters</i>	Categorias emergentes
1 Empreendedora mulher-mãe 16 % (Unidades de Contexto Elementar)	“Ser” Empreendedora <i>versus</i> “Ser” Mãe
	Rede de apoio ‘masculino’
	(In) Adequação ao Mercado de Trabalho
	Aprovação Social
	Ciúmes do Sucesso ‘Feminino’
2 Expectativas Sociais da Mulher Maravilha-Sonhadora -Sexo Frágil 17% (Unidades de Contexto Elementar)	Mulher ‘preta’ e a Pirâmide social
	Rede de Mulheres
	Mulher maravilha <i>versus</i> sexo frágil
	Expectativas sociais
	Respeito e Valorização
	Afirmação, credibilidade e legitimidade
3 Desafios do ‘Poder-Ser’ mulher-mãe-empresadora 25% (Unidades de Contexto Elementar)	Ampliação e Distinção de Espaços
	Trabalho como Sonho
	Idealização da Maternidade
	Síndrome da impostora
4 (Re)Conhecer e (Re)Existir 26% (Unidades de Contexto Elementar)	Crenças Limitantes
	‘Resignificar’ a Culpa
	Descobertas sobre (In) Potencialidades
	(In) Capacidades por Gênero
	Resistências (coletivas) às Representações
	‘Tomada’ Consciência

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Para apreender e descrever representações sociais sobre empreendedorismo feminino, toma-se as sugestões de Minayo (1992) sobre leitura prévia a respeito de possíveis determinações fundamentais e, na sequência, análise sobre as narrativas, em articulações com a teoria. Assim, a pesquisa empreende esforço para análise de representações junto a um conjunto de empreendedoras mulheres, que participam como convidadas de web séries organizadas pelo SEBRAE, observando-se as narrativas envolvem grupo específico, os temas deliberados pelos encontros, o que suscita dinâmicas de falas voltadas às questões lançadas (LIMA, 2021).

Com essa apreciação prévia observa-se que as narrativas seguem o curso de representações, em geral, definidas pelos próprios temas dos encontros, que proclamam desafios à mulher face ao empreendedorismo e buscam diálogos sobre esses desafios.

Face aos pressupostos definidos, há peculiaridades às representações expressas pelo programa, que emergem dos diálogos, coadunando com as proposições de Lima (2021). Considerando a análise léxica do quadro 3, têm-se um conjunto de referências das webséries traduzidas na ideia de ‘empreendedora-mulher-mãe’, dialogando com Kuenkel e Kuenkel (2019) ao admitir a difícil separação entre esses papéis sociais, representadas pela representação conjunta, de onde derivam-se desafios importantes, desde a necessidade do apoio masculino, a aprovação social.

Além disso, a necessidade de assumir que essa representação ‘empreendedora mulher-mãe’ resulta, também deriva de uma possível ‘in’ adequação da ‘mulher-mãe’ em relação ao mercado (CONCEIÇÃO *et al.*, 2021), ao emprego formal, levantando questões como: ‘sucesso feminino’ e de raça ‘mulher preta’, bem como de classe social ‘pirâmide social’, reverberando o debate a cerca da identidade social (BAKA; DIKAIYOU, 2021).

No que se refere ao grupo 2, denominado ‘expectativas sociais da mulher-maravilha-sexo-frágil’, são reunidos elementos representativos das expectativas conflitivas vivenciadas pela mulher, desde as atribuições consideradas inerentes, às que assume perante novos papéis sociais, correlacionando com as pontuações de Moscovice (2009) acerca da elaboração de ações frente às mudanças sociais. Compreende-se nessa discussão, a mulher que se representa pela diferença, merecedora de valorização e respeito, afirmação, credibilidade e legitimidade, ou seja, visibilidade; representações que suscitam o debate sobre redes de mulheres, como espaços para (re)conhecimento das narrativas sobre diferenças e fortalecimento de outras representações.

Em resumo, em relação ao segundo agrupamento deriva-se compreensão sobre expectativas sociais que obstaculizam o acesso da mulher ao trabalho e/ou empreendedorismo, seja pela

invisibilidade das ações que fogem essas expectativas, seja pela urgência de ampliação dessa visibilidade, assentada do ideário do reconhecimento social.

Para compreender as representações do grupo 3, delimitou-se o tema ‘poder-ser’ mãe-empresendedora. Neste escopo, compreende-se que o resultado das expectativas conflitivas, sobreposições de papéis sociais, invisibilidade em relação aos novos papéis e anseio por afirmação suscita representações sobre ‘poder-ser’, portanto, em maneiras como a mulher se representa em relação às suas capacidades e possibilidades. Nessa discussão emerge o tema de ‘crenças’ que limitam, a ‘culpa’, ‘síndrome da impostora’, ou seja, representações que demarcam dúvidas sobre o ‘poder-ser’ e desafiam a representação sobre o empreendedorismo feminino.

O último grupo a ser analisado, foi definido por ‘(re) conhecer e (re)existir’, em função de duas representações derivadas das categorias emergentes, ‘descobertas sobre as (in)possibilidades’, ‘(in)capacidades por gênero’, ‘resistências (coletivas) às representações’ e a ‘tomada de consciência’. Em conjunto, observa-se que esse cluster reúne sentidos que conferem a dinâmica do reconhecimento das diferenças por gênero representadas socialmente e que, atribuem à mulher papéis sociais distantes dos que se fazem presentes na perspectiva do empreendedorismo. Como parte do processo de resistência, o reconhecimento e as descobertas sobre as próprias possibilidades emergem como necessárias e fortalecidas pelo coletivo de mulheres, que, pelo diálogo, ergue-se em forma de ‘tomada de consciência’, que promove a ação de resistir.

A resistência, nesse caso, propaga-se como posição política, em defesa do reconhecimento de diferenças que ‘limitam’ (as crenças limitantes), em especial às definições de capacidades e competências/ papéis sociais por gênero, e a ampliação de espaços para exercício das potencialidades e possibilidades na perspectiva do empreendedorismo. Observa-se, portanto, que o grupo 4 resulta das discussões presentes dos demais agrupamentos, ao passo que a ‘tomada de consciência’ envolve debates sobre a relação indivisível ‘empresendedora mulher-mãe’, as ‘expectativas sociais da mulher-maravilha-sexo-frágil’ e os desafios do ‘poder-ser’ mulher.

Em resumo, o grupo 4 manifesta representações mais amplamente difundidas ante questionamentos sobre a dinâmica social centrada no homem. Sustenta posições de luta, que expressam politicamente ação ante os desafios engendrados por essa dinâmica. Assim, argumenta-se sobre tensões e mudanças nas representações sociais da mulher, face ao contexto do empreendedorismo, como resultado do (re)conhecimento de representações que precisam ser problematizadas, face às ‘limitações’ ou, ainda, exclusão, negação, e, por fim, violências propagadas por essa maneira coletiva de representar a mulher.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa, que visa apreender representações sociais presentes em narrativas em web séries dedicadas às discussões temáticas sobre empreendedorismo feminino, antes de avançar nas observações finais, pondera que as narrativas possuem contexto particular, web séries organizadas pelo SEBRAE. Com discussões promovidas sobre temas específicos relacionadas à representações sobre mulher.

Após consideração às análises, em atenção à Minayo (1992), a abordagem categórica leva a análise de quatro temas (empreendedora mulher-mãe, expectativas sociais da mulher-maravilha-sexo-frágil, desafios do poder-ser mulher-empREENDEDORA, (re)conhecer e (re)existir). Das discussões, observa-se presente que o tema das representações sobre mulher na sociedade leva a conflitos, ante o choque representacional tradicional e novos espaços/papeis sociais assumidos pelas mulheres. Esse conflito emerge como reconhecimento de que a maneira de conceber a mulher em sociedade obstaculiza a assunção dessas novas representações, ao passo que a soma, tradicionais e novas, configura, ainda, a dependência de apoio masculino (paterno), afirmação no sentido da credibilidade e legitimidade, que se apresenta fortalecida pela ação coletiva.

De *insights* da pesquisa, considera-se relevante ampliar a discussão em dois caminhos: pela ótica da saúde, na perspectiva do bem-estar, não associado às análises sobre estar ou não docente e, outra, na perspectiva do adoecimento possivelmente suscitado por representações sociais conflitivas. No primeiro caso, apoia-se que representações podem contribuir com convivências promotoras de saúde, especialmente nas organizações e no trabalho, e, no segundo, acredita-se que análises sobre prevalências adoecimentos nas mulheres indiquem debates importantes sobre como elas estão elaborando estratégias defensivas ante aos conflitos cotidianamente vivenciados.

REFERÊNCIAS

ALHUZAIL, N. A. The social representation of the Bedouin woman. In: **Women's Studies International Forum**, 86, Pergamon, 2021.

BARBOSA, H. M. A.; ROCHA NETO, M. P. da; CÂMARA JÚNIOR, S. L.; SILVA, P. M. M. da. Gerenciando O Conflito Trabalho-família No Empreendedorismo Feminino: Evidências De Um Estudo Com Microempreendedoras Individuais. **GeSec: Revista de Gestão e Secretariado**, v. 12, n. 2, p. 94-121, 2021.

BORTOLON, P.; MARTINS-SILVA, P. D. O.; FANTINEL, L. D. A “empresa negligente” e o “evento acidental”: representações sociais para um grupo de ex-funcionários da Samarco. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 27, p. 153-181, 2021.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **Tutorial para uso do software IRaMuTeQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires)**. Santa Florianópolis: Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição – UFSC, 2018.

CAMPOS, M.; SARAIVA, L. A. S. O trabalho, suas representações e sentidos: da demissão à recontração de trabalhadores. **Revista Economia & Gestão**, v. 14, n. 36, p. 31-56, 2014.

CARLOS, T. K. P.; SANTOS, O. J. V.; ARAÚJO, F. de L. Representações Sociais da velhice LGBT: estudo comparativo entre universitários de Direito, Pedagogia e Psicologia. **Psicogente**, v. 21, n. 40, p. 297-320, 2018.

CARVALHO, T. F. de.; PORÉM, M. E. Empreendedorismo feminino em tempos de pandemia: estudo de caso sobre o programa potência feminina a partir de uma perspectiva comunicacional. In.: **3º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies-Democracia, meios e pandemia**, 2020.

CHATZIMPYROS, V.; BAKA, A; DIKAIYOU, M. Social Representations of Immigrant Patients: Physicians’ Discourse. **Qualitative Health Research**, v. 31, n. 4, p. 713-721, 2021.

CINEGLAGLIA, M. N. *et al.* Desafios do empreendedorismo feminino. **Lex Cult Revista do CCJF**, v. 5, n. 3, p. 57-74, 2021.

CONCEIÇÃO, A. J. S. *et al.* Os desafios da mulher brasileira no mercado de trabalho: em busca do papel da liderança no empreendedorismo, **Caribeña de Ciencias Sociales**, p. 188-207, 2021.

GARCÉS-PRETTEL, M.; NAVARRO-DÍAZ, L. R.; JARAMILLO-ECHEVERRI, L. G.; SANTOYA-MONTES, Y. Representaciones sociales de la recepción mediática durante la cuarentena por la COVID-19 em Colombia: entre mensajes y significados. **Cad. Saúde Pública**, v. 37, n. 2, p. 1-13, 2021.

HURTADO, N. K. A.; FRANCO, V. A. La sociedad matrilineal asante: género, poder y representaciones sociales, **Revista Colombiana de Sociología**, v. 44, n. 2, 2021.

ISMAIL, H. C. *et al.* An exploratory study of motivational factors on women entrepreneurship venturing in Malaysia. **Business and Economic Research**, v. 2, n. 1, p. 1-13, 2012.

JODELET, D. Social representations: The beautiful invention. **Journal for the Theory of Social Behaviour**, v. 38, n. 4, p. 411-430, 2008.

JOVCHELOVITCH, S. Representações sociais e polifasia cognitiva: notas sobre a pluralidade e sabedoria da Razão em Psicanálise, sua imagem e seu público. In: ALMEIDA, A. M. de O.; SOUZA, M. de F. de; TRINDADE, Z. A. (eds.) **Teoria das representações sociais - 50 anos**. Rio de Janeiro: TechnoPolitik Editora, 2011.

KRAVETZ, P. L.; MADRIGAL, B. C.; JARDIM, E. R.; OLIVEIRA, E. C. D.; MULLER, J. G.; PRIOSTE, V. M. C.; POLLI, G. M. Representações Sociais do Suicídio para adolescentes de uma Escola Pública de Curitiba, Paraná, Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, p. 1533-1542, 2021.

KUENKEL, P.; KUENKEL. Stewarding sustainability transformations. **Springer International Publishing**, 2019.

LÁZARO-RODRÍGUEZ, P.; HERRERA-VIEDMA, E. Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. **El profesional de la información (EPI)**, v. 29, n. 3, 2020.

LESCURA, C.; BRITO, *et al.* Representações Sociais sobre as Relações de Parentesco: estudo de caso em um grupo empresarial familiar. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, n. 1, p. 98-117, 2012.

LIMA, D. B. **O planejamento estratégico e os desafios do empreendedorismo feminino no setor de cosméticos durante a pandemia da Covid-19**. 2021. - Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Administração), Universidade Federal de Maranhão, 2021.

MANZHYSKI, S.; FIGGE, F. Coopetition for sustainability: Between organizational benefit and societal good. **Business Strategy and the Environment**, v. 29, n. 3, p. 827-837, 2020.

MARCHAND, P. Quelques traces chronologiques de l'exploration textométrique. **Bulletin de Méthodologie Sociologique**, v. 120, n. 1, p. 38-46, 2013.

MICOZZI, A.; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 8, n. 2, p.173-194, 2016.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo – Rio de Janeiro: HICITEC-ABRACO, 1992.

MORATALLA, A. Z.; AGEA, A. Á. Ciudad COVID 19: una nueva inequidad en el espacio y el tiempo urbano. **Urbano**, v. 23, 41, p. 4-9, 2020.

MOSCOVICI, **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MUSSE, C. F.; GONÇALVES, I. de S. Narrativa e animação: representações da maternidade na *websérie Conception*. **Revista Mídia e Cotidiano**, v.14, n. 3, 2020.

PINZÓN-VILLATE, G. Y.; ARBOLEDA-MONTOYA, L. M.; RAMÍREZ-CORTAZAR, F. Representaciones sociales de la donación de leche humana: un estudio en cuatro ciudades de Colombia. **Revista Colombiana de Sociología**, v. 44, n. 2, p. 17-37, 2021.

POLONIA, A. da C.; SANTOS, M. de F. S. Desenvolvimento de competências na perspectiva de docentes de ensino superior: estudo em representações sociais. **Educ. Pesqui.**, São Paulo, v. 46, e217461, 2020.

PORCINO, C. A.; Coelho, A. D.; OLIVEIRA, J. F. de. Representações sociais de universitários sobre a pessoa Travesti. **Saúde Soc.** São Paulo, v. 27, n. 2, p. 481-494, 2018.

RODRIGUES, L. de C. Ávila. *et al.* Women entrepreneurship: a study on characteristics, challenges and management profiles of micro and small entrepreneurs in the Municipality of Monte Belo-MG. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 3, 2021.

SALAS, M. L. Representaciones sociales de las prácticas formativas en la Danza de Congo del carnaval de Barranquilla. **Revista de Investigación Educativa**, v. 32, p. 132-158, 2021.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**. Relatório Especial, 2019. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/>>. Acesso em: 24 jan. 2022.

WENTZEL, M. **Maior participação feminina traria R\$ 382 bilhões à economia brasileira até 2025**. OIT, BBC- Brasil, Basileia-Suíça, 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40281756>>. Acesso em: 26 nov. 2021