

EMPREENDEDORISMO MATERNO E A SUA RELAÇÃO COM A INTERNET: Um Estudo de Caso da Rede Maternativa

SAMARA DOS SANTOS DA SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)

MARIA AMELIA JUNDURIAN CORA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)

VALÉRIA KABZAS CECCHINI
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)

EMPREENDEDORISMO MATERNO E A SUA RELAÇÃO COM A INTERNET: Um Estudo de Caso da Rede Maternativa

1. INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo as mulheres lutam por direitos que lhe foram negados e/ou retirados, como o direito à educação, ao trabalho, à igualdade de gêneros, à liberdade, ao voto, à proteção contra violência doméstica, entre outros. Muitos destes direitos já foram ao menos parcialmente conquistados em algumas nações e, nas sociedades em que ainda não estão estabelecidos, as lutas são constantes para que eles possam vigorar.

Dois episódios ocorridos em Nova York foram relevantes para as conquistas dos direitos femininos, a greve do dia 8 de março 1857, onde operárias têxteis pararam as atividades e foram intensamente reprimidas pela polícia, e o incêndio ocorrido em 25 de março 1911 na fábrica Triangle Shirtwaist, que acabou com a morte de 146 pessoas dentre elas 125 mulheres. Estes acontecimentos corroboraram para instituir o mês de março como o mês da mulher e especialmente o dia 8 de março como o Dia Internacional da Mulher (CUNHA, 2013).

Um dos direitos buscados pelas mulheres atualmente é o da maternidade sem culpas, e uma boa conciliação da vida profissional com a vida pessoal. Elas buscam alternativas para participarem ativamente da criação dos filhos sem abrir mão da carreira.

Há quem delegue algumas dessas funções a terceiros, como o cuidado da casa e o cuidado dos filhos, para babás familiares e creches, por exemplo. Mas tem quem deseje conciliar todas as tarefas sem a terceirização, por diversos motivos, como participar mais ativamente da criação e educação dos filhos, de acompanhar a vida e dos avanços das crianças em suas diferentes fases como as primeiras palavras, os primeiros passos, e ou o desenvolvimento da personalidade,

O desejo de conciliar trabalho e maternidade faz parte da vida de mulheres que sonham em ter filhos sem deixar de lado o trabalho ou a sua carreira profissional. Manter uma atividade remunerada é também uma necessidade para grande parte da população feminina e seu significativo impacto econômico e social é evidenciado pelo Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o qual mostrou que a mulher brasileira contribui com 40,9% para a renda familiar, e na zona rural nordestina esse número sobe para 51%, com uma porcentagem bastante expressiva de casos em que a mulher é a única fonte de renda da família.

Mesmo sendo a maioria no mercado de trabalho, elas possuem salários mais baixos que os homens, mesmo muitas vezes tendo maior escolaridade. O IBGE, através da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2018), concluiu que “das 40,2 milhões de trabalhadoras, 24,3% haviam completado o ensino superior, enquanto entre os homens ocupados a proporção era de 14,6%. Apesar disso, em média, as mulheres que trabalham recebem rendimentos 24,4% menores que os dos homens”.

Até exercendo o mesmo cargo, em várias situações os salários entre homens e mulheres são divergentes, eles possuem valores mais elevados em relação ao mesmo trabalho delas. O preconceito contribui para esses índices alarmantes, como se o gênero de uma pessoa pudesse definir por completo suas capacidades profissionais.

Além disso, elas dedicam cerca de três vezes mais tempo que os homens ao trabalho não remunerado de cuidado do lar e da família na média mundial, segundo dados da ONU (2017) a desigualdade frequentemente é reforçada por um discurso preconceituoso e não fundamentado de que as mulheres conseguem fazer várias funções ao mesmo tempo, enquanto os homens são monotarefas.

Segundo dados do IBGE (2018) a proporção de mulheres ocupadas em trabalhos por tempo parcial, de até 30 horas semanais, é o dobro da de homens (28,2% das mulheres ocupadas, contra 14,1% dos homens). Ela trabalha fora de casa e em casa passa a maior parte

do seu tempo livre do trabalho cuidando dos filhos e dos afazeres domésticos, isto explicaria a taxa elevada de ocupação em comparação com os homens.

Buscando alternativas para aliviar a sobrecarga e conseguir mais tempo para as atividades de cuidado, em especial dos filhos, muitas mulheres optam por formas de trabalho com jornadas menores ou mais flexíveis.

Por necessidade de renda, busca de liberdade financeira e/ou de realização, muitas mulheres veem no empreendedorismo materno uma forma concreta e por vezes a única saída de viverem melhor a maternidade e ainda fortalecerem-se profissionalmente. Para Gomes (2019), pode ser denominado empreendedorismo materno a iniciativa de empreender como uma ferramenta de conciliação de uma vida profissional realizadora com uma maternidade ativa, com autonomia para gerenciar o tempo. Trabalhar perto dos filhos e gerenciar seu próprio negócio têm levado mães a empreender cada vez mais nos últimos anos (DINO, 2019).

Algumas transformações sociais e econômicas recentes podem ser consideradas impulsionadoras e determinantes para o fortalecimento desse modelo de empreendedorismo. Entre elas, destacamos o desenvolvimento das tecnologias de comunicação digitais, que permitiram que mulheres trabalhem em suas casas, com ferramentas acessíveis de negócios e redes de relacionamento online. Nas redes sociais, as mães empreendedoras estabelecem uma comunicação que torna imprecisa a fronteira entre conteúdos utilitários ou de entretenimento e suas mensagens publicitárias e, ao explicitar sua identificação e engajamento com as causas maternas, participa e ajuda a formar uma comunidade baseada em interesses mútuos, onde o produto comercializado é apenas uma parte de uma narrativa transmídia.

Este conteúdo, que circula simultaneamente em diferentes sistemas de mídias, retrata o processo que Jenkins (2012) denominou de “convergência”, caracterizado ainda pela participação ativa dos consumidores-produtores, com o poder de influência e a importância que os indivíduos, antes restritos ao papel de receptores, adquirem na formação no fluxo de informação da rede.

Nas redes sociais, as mães recorrem ao netativismo, ciberativismo ou ativismo digital, uma forma de ativismo social pela internet caracterizada pela defesa de causas, reivindicações e mobilizações (ARAÚJO, 2015). O ativismo nas redes tem auxiliado essas mulheres a alcançar seus objetivos profissionais e a gerar renda, quando seus trabalhos são divulgados em redes como as Maternativa, a Rede Mulher Empreendedora e muitas outras que tem por pauta conectar mulheres com os mesmos objetivos.

Nestas redes de apoio, mulheres que buscam alcançar seus direitos, sejam eles profissionais ou pessoais, entendem o empreendedorismo como uma maneira de realização pessoal e profissional, utilizam a internet para compartilhar experiências e conhecimentos com outras mulheres que tenham os mesmos anseios e dificuldades, em um processo de ajuda mútua. Diante deste cenário, esta pesquisa busca responder à questão seguinte: como a utilização das redes sociais digitais contribuem para o empreendedorismo materno?

O objetivo geral é analisar de que forma uma rede firmada por mulheres com identidade compartilhada a partir da maternidade impulsiona seus projetos empreendedores. Buscamos ainda analisar as falas das mães quanto ao empreendedorismo e à rede de empreendedoras da Maternativa, bem como a utilização desta rede no ativismo materno e conexão com o mundo empreendedor.

Este estudo parte da percepção sobre importância de estudar como o empreendedorismo materno e a relação entre trabalho e maternidade é afetada pelas redes de apoio e ativismo na Internet e como esta modifica as possibilidades de conciliação de objetivos profissionais e pessoais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A construção teórica visa auxiliar no entendimento de pautas sobre a mulher mãe e o trabalho, enfatizando sua representatividade na sociedade e a importância de se compreender como esta mulher vem lidando com a relação trabalho e maternidade, como os novos mercados estão tratando as mulheres, especialmente as mulheres mães e também a influência do ativismo digital no processo emancipatório das mulheres mães, sejam elas empreendedoras, donas de casa, ou profissionais assalariadas.

2.1 Mulher, Sociedade e Trabalho

Ao longo da história, o papel de mãe da mulher que vivia em prol dos filhos e do marido, faz todos os sacrifícios para mantê-los bem, tornou-se preponderante, para ser uma “boa” mulher ela deveria seguir esses padrões

Na Idade Média, entre o começo do século V e meados do século XV, o exercício da maternidade servil é impulsionado pela religião, por meio da representação de Eva e Maria. A primeira, responsabilizada por toda a origem do mal da humanidade em forma de serpente, e, por isso, predestinada a sofrer as dores do parto e a constante submissão ao marido, como forma de punição e de controle. Maria, ao contrário, representa a proposta de uma nova mulher-mãe, feminina e sem pecado, de inteira sujeição voluntária ao marido, devido ao amor incondicional e não mais escravizante. Assim, a imagem da mulher-mãe transforma-se em mito do amor incondicional aos filhos, como instinto materno, justificando-se pelo ato biológico de parir. Sob esta ótica, a mulher abandona seu eu anterior e passa a desempenhar plenamente o papel de boa mãe, com sacrifícios voluntários em nome dos filhos, total abnegação e auto anulação, em prol da harmonia familiar, leiam-se, filhos e marido. (CANANÉA; ROCHA; TARGINO, 2018)

Segundo Hirata e Kergoat (2007), a divisão sexual do trabalho resulta de relações sociais moduladas historicamente e tem dois princípios organizadores: o princípio de separação (existem trabalhos de homens e trabalhos de mulheres) e o princípio hierárquico (um trabalho de homem “vale” mais que um trabalho de mulher).

Ressaltando que no debate sobre o trabalho feminino é preciso levar em consideração que o lugar que a mulher ocupa na sociedade, Bruschini (1994) observou como as questões reprodutivas e as discussões sobre os cuidados domésticos se entrosam e se superpõem ao trabalho produtivo, defendendo que dar visibilidade a estas especificidades é fundamental para o direcionamento das políticas públicas e desenvolvimento dos direitos da mulher.

Barbosa (2013) afirma que aos poucos as empresas estão mudando, estão se esforçando para valorizar as diversidades, e estão cooperando para que as mulheres com qualificação cresçam e alcancem cargos de comando, se sintam realizadas nas organizações. Com as mudanças nas normas e nos valores que subjagam os indivíduos começa a haver progresso e desenvolvimento da pluralidade nas organizações.

De acordo com Steil (1997) há um conceito chamado teto de vidro que descreve uma barreira sutil e transparente, mas que teria força suficiente para impedir que mulheres possam ocupar cargos hierarquicamente mais altos em uma empresa. Essa barreira impediria que as mulheres, em função de seu gênero, não ocupassem tais cargos.

A estrutura organizacional é, então, parcialmente determinada pelos valores dos que possuem poder para influenciá-la. A existência de consenso extensivo sobre os valores dos que regem a organização pode reforçar o *status quo* e a resistência à mudança. A realidade organizacional atual, representada pela contínua exclusão de mulheres dos postos de comando e visibilidade, pode ser reflexo dos valores dos grupos masculinos, que consideram não ser aquele o lugar próprio para o grupo psicológico formado pelo gênero feminino (STEIL, 1997, p. 68).

Nos trabalhos que possuem hierarquias mais elevadas dificultam ainda mais a relação de equidade entre homens e mulheres, cabendo muitas vezes há um discurso implícito de que a mulher deva escolher entre o trabalho ou a família.

Para Lima, Lucas e Fischer (2011) o papel de “mulher” equivale a soma dos papéis de “mãe e esposa” e enquanto o papel de “gestora” é referente seu papel profissional. Sendo que entre as executivas, há diferença entre ser “gestora” e ser “mulher”, que estar no papel desta última é mais complexo de se administrar.

2.2 Maternidade e o mercado de trabalho

Quando trazida a questão da maternidade, a questão profissional ganha uma complexidade ainda maior para as mulheres. Para Almeida e Mota-Santos (2018), o meio empresarial é implacável com a mulher que se tornou mãe, quase não existem empresas capazes de fornecer equilíbrio entre a carreira e a maternidade. Para as abrem mão dos planos de uma ou outra, pode permanecer o dilema de ter feito a melhor escolha.

Segundo Carvalho Neto, Tanure e Andrade (2010), a mulher precisa administrar a carreira, as tarefas domésticas, participar ativamente da educação dos filhos, na pesquisa dos autores foram apontados os seguintes dados: a porcentagem de mulheres sem filhos (40,5%) no auge de sua carreira é bem maior do que a de homens que não tem filhos (19,3%). Assim, muitas mulheres estão adiando a maternidade, deixando para ter filhos quando a carreira estiver estabelecida, mas com uma pressão a partir dos 30 anos motivada pela possibilidade de limitações biológicas.

Salvagni e Canabarro (2015) destacam que a presunção de que intuição, comunicação, organização, visão sistêmica, entre outros diversos atributos, são diferenciais valorizados na hora de se caracterizar seu estilo de trabalho, ainda que não possamos considerar estas características inatas, mas sim socialmente construídas. Por outro lado, as autoras argumentam que “marcas identitárias das diferenças de gênero são alegações usadas pelo mercado de trabalho como justificativa pela não ascensão das mulheres, colocando a mulher como eterna parte constituinte de uma esfera inferiorizada (SALVAGNI; CANABARRO, 2015, p.92).

Embora, em conjunto com o aumento da participação econômica das mulheres, ocorram alterações na estrutura familiar e nas divisões das responsabilidades de cuidado do lar e dos filhos, o já abordado acúmulo de tarefas domésticas da mulher com as atividades profissionais cria uma sobrecarga que convive com a pressão e/ou desejo por capacitação profissional constante para desenvolvimento da carreira, especialmente em cargos de liderança.

A análise de Bruschini, Lombardi, Mercado e Ricoldi (2011) demonstrou que dentre os fatores percebidos como difíceis pelas mulheres, a presença de filhos pequenos é o mais complexo em relação a ocupação feminina, de forma a reiterar a pesquisa PNAD de 2002, em que cerca de 52% das mães com filhos com menos de 2 anos exercem atividades remuneradas, situação que passa a ser de 70% de mulheres ocupadas quando os filhos estão em idade escolar obrigatória (a partir do ensino infantil).

Revelando o conflito recorrente e a transformação da importância de conciliar o trabalho com outras esferas de suas vidas ao longo dos anos, a pesquisa de Souza, Lopes e Hilal (2017) com mulheres brasileiras, com nível superior, de diferentes faixas etárias (20 a 29 anos, 30 a 39 anos, acima de 40 anos) e que trabalham em empresas privadas identificou que

O trabalho remunerado é uma atividade central e importante na vida das entrevistadas. No entanto, verificou-se também que a relação afetiva e temporal com o trabalho passa por mudanças ao longo do tempo. [...] A maternidade parece contribuir significativamente para que desejem estabelecer novas dinâmicas cotidianas, podendo participar ativamente da criação de seus filhos e da rotina familiar (Souza, Lopes e Hilal, 2017, p. 2)

Os filhos contribuem para que as mulheres possam delimitar o tempo e o papel do trabalho. Algumas mulheres se organizam e planejam sua vida profissional para a vinda dos filhos, para assim ter e manter um equilíbrio entre a vida pessoal (filhos) e a vida profissional (trabalho), e existem mulheres que optam até pela demissão para passarem mais tempo ao lado

dos filhos e aproveitar a maternidade antes de voltar à vida profissional (SOUZA, LOPES, HILAL, 2017).

2.3 Mulher e empreendedorismo materno

A maior pesquisa sobre empreendedorismo do Brasil, realizada em 2017 pelo Global Entrepreneurship Monitor – GEM apontou que há quase 50 milhões de brasileiros, cerca de 36% da população adulta do país, que empreendem ou efetivaram alguma atividade que visava a criação de um empreendimento. Deste total, o número de homens e mulheres é relativamente equilibrado, respectivamente 25,4 e 23,9 milhões, mas as mulheres são maioria nos negócios em fase inicial, dado que reflete dois fatores principais: a proporção de mulheres que está começando um empreendimento é maior em relação aos homens e que os negócios das mulheres têm mais dificuldade para se estabelecer, pois nos negócios mais longevos (acima de 3,5 anos de funcionamento), a proporção maior de proprietários é masculina.

Em sua maioria, as novas empreendedoras iniciam seus negócios em sua própria residência. Como afirmam Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), as empresas começam de maneira informal, na casa das empreendedoras ou de seus parentes e amigos, que também são seus primeiros clientes. Os familiares são os primeiros funcionários juntamente com as proprietárias. E a fonte de capital inicial principal são economias pessoais ou empréstimos de amigos e familiares, já que as empreendedoras relatam enfrentar barreiras específicas para as mulheres atreladas às exigências das instituições financeiras.

Apesar das dificuldades e da muitas vezes solitária carreira, uma parcela significativa das mulheres busca no empreendedorismo não só uma forma de renda, mas também a possibilidade de realização pessoal encontrada em uma oportunidade de negócio. Para as mulheres mães, o empreendedorismo transforma-se em uma maneira de estarem mais presentes na vida dos filhos.

O empreendedorismo materno é um modelo particular de negócio que, como salienta Dourado (2016)

Tem se destacado pela união das mães que trabalham de forma conjunta, em rede, para ter mais projeção do negócio, além de fortalecer o objetivo comum de aliar o vínculo afetivo na educação dos filhos concomitante ao trabalho em casa [...], de forma recriada, como profissionais remuneradas que exercem seu labor na própria residência.

O termo “Empreendedorismo Materno” vem se popularizando nas redes sociais digitais como um braço do empreendedorismo feminino, mas tendo a mulher mãe como a principal interessada no processo empreendedor. A mulher empreende por vários motivos, de acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2018), o seu principal motivo é a flexibilidade de horário e o tempo dedicado à família, mesmo que isto signifique ganhar menos. Neste levantamento 53% das mulheres que empreendem pesquisadas são mães. Na maioria dos casos é quando vêm os filhos que surge a opção por abrir o próprio negócio, 75% das mulheres decidem empreender após a maternidade (IRME, 2016).

Dentre os diversos tipos de empreendedoras, as microempreendedoras individuais (MEIs) são as que possuem filhos menores, trabalhavam para terceiros antes de abrir o próprio negócio. Elas em sua maioria empreendem para alcançarem sucesso financeiro e também ter mais tempo para a dedicação a família, o que explicaria o maior tempo trabalhando mesmo em home office, por volta de 9 horas por dia. (IRME, 2016)

2.4 Empreendedorismo materno nos meios digitais

O sociólogo Castells argumenta que os fluxos das redes digitais “não representam apenas um elemento da organização social: são a expressão dos processos que dominam nossa

vida econômica, política e simbólica” (CASTELLS, 2002, p. 501). As atividades econômicas, sociais, políticas e culturais estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela. Neste sentido, o meio digital é a base da forma de relacionamento, de trabalho e de comunicação da sociedade em rede na qual vivemos (CASTELLS, 2004).

O conjunto de sites, blogs e grupos em redes sociais feitos por e para as mães empreendedoras permite que se estabeleçam conexões por afinidade de propósito, de conciliar maternidade com o desenvolvimento do negócio próprio, entre mulheres de diferentes regiões, formação, experiência profissional e diversas outras características. Silva e Paiva (2013), afirmam que as redes sociais são capazes de colaborar com as causas sociais e conscientizar a sociedade de forma rápida e ampla, ampliando as alternativas de reivindicação de direitos, seja no plano social, político ou mercadológico, as inteligências coletivas conectadas levam os indivíduos a assumirem os seus papéis no exercício da cidadania.

As tecnologias da informação trouxeram um revigoramento para o cidadão e o seu papel social no ambiente público à medida em que tornaram acessíveis as ferramentas de produção e difusão da informação. Todavia é necessária uma maior democratização, visto que a sociedade está representada nas mídias sociais de forma parcial e desigual, além de que a maioria dos cidadãos utiliza as redes sem qualquer envolvimento político, afirmam Da Fonseca, Silva e Teixeira Filho (2017). Segundo estes autores, no ciberativismo, as pessoas utilizam as redes sociais com o objetivo de mudar a ordem social existente, influenciando processos sociais e políticos que envolvem valores ou comportamentos para transformar o ambiente off-line.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa é um estudo qualitativo e utiliza do método de Estudo de Caso visando, conforme Lakatos e Marconi (2011), ao levantamento com mais profundidade de determinado caso de grupo humano sob todos os seus aspectos. Este método foi escolhido para que se pudesse ter uma visão da rede de mães da Maternativa e, através das observações, melhor compreender como as redes sociais digitais contribuem para o empreendedorismo materno.

Essa rede foi escolhida por seu engajamento com o empreendedorismo materno, sendo uma das maiores do país a discutir e promover o tema. A Maternativa, rede que surgiu de um projeto de mães que queriam discutir e promover o empreendedorismo materno, oferece recursos para troca de informações e experiências, apoio mútuo, além de espaço para apresentar o histórico de vida das integrantes e como elas auxiliam umas às outras, na busca de informações, na troca, compra e venda de produtos e serviços.

Para a coleta dos dados, foi realizada uma observação dos canais da Maternativa nas plataformas digitais, depois houve a escolha e coleta de depoimentos das mulheres participantes do grupo. Os depoimentos selecionados buscam identificar o perfil das integrantes do grupo, suas características e o que buscam nessa rede.

A observação aconteceu no período entre julho e dezembro de 2019, quando foram verificados os perfis da Maternativa no Facebook e Instagram, bem como o conteúdo produzido em sites e em outras plataformas, como podcasts, por exemplo. O estudo ocorreu por meio de análise documental das plataformas na Internet e de observações diretas das postagens nas redes digitais, em especial ao grupo fechado do Facebook, onde foi feito o registro de depoimentos das mulheres mães.

4. REDE MATERNATIVA

A Maternativa foi criada em 2015 pelas mães ativistas Ana Laura Castro e Camila Conti, com a intenção de estimular o desenvolvimento do empreendedorismo materno. Em seus

canais na Internet, a rede se descreve como “a primeira startup brasileira especialmente voltada ao empreendedorismo materno” e relata que já no primeiro mês contava com 600 mulheres no grupo. O objetivo divulgado no site é “possibilitar que mães fortaleçam seus negócios criando uma rede de mulheres economicamente ativas, gerando renda e, ao mesmo tempo, garantindo uma rotina saudável com os filhos” (MATERNATIVA, 2019).

Além do tema empreendedorismo, a rede passou a discutir soluções baseadas no depoimento de milhares de mulheres mães, suas dificuldades, relação com o trabalho, conquistas, etc. compartilhados no grupo todos os dias.

A rede dissemina seu trabalho através de projetos como formações para mães, feiras, consultorias para empresas e também através de projetos personalizados. Também passou a organizar encontros de mães empreendedoras batizados de Caféina.

Foi através do grupo fechado do Maternativa no Facebook e das discussões lá fomentadas que surgiram as primeiras trocas de produtos e serviços maternos e este intercâmbio começou a movimentar uma economia interna com alto consumo.

Atualmente uma das regras do grupo do Facebook é não utilizar o espaço para fazer troca, compra ou venda de produtos e serviços. As moderadoras pedem que as interessadas utilizem recursos da rede no Instagram. O grupo fechado do Facebook possui mais de 26 mil membros e para poder ser integrante é necessário ter mais de 18 anos, ser mãe ou estar grávida. A fanpage @maternativa conta com quase 18 mil seguidores e tem seu foco voltado para a divulgação dos trabalhos da Rede, como feiras, podcasts, depoimentos de especialistas e apoiadores.

Para atrair mais visibilidade além do grupo no Facebook, em 2015 as fundadoras tomaram a decisão de criar um site para a divulgação de empresas das mães, para conseguirem apoiadores aumentando o horizonte de oportunidades. No site da Maternativa pode-se conhecer a rede, ver notícias publicadas na mídia, acompanhar a agenda, acessar conteúdo informativo sobre empreendedorismo, sobre as formações, consultorias e projetos, entrar em contato, ser uma empresa apoiadora, conhecendo ainda os prêmios ganhos como os Facebook Community Leadership Program – 2018 e o Prêmio Brasil Criativo – 2016.

Foi criado um espaço só para a compra e venda, o Compre das Mães, que funciona como uma vitrine virtual de produtos e serviços oferecidos pelas mães. Para utilizar o serviço é preciso pagar uma assinatura e não há cobrança de percentual sobre as vendas.

A Maternativa está presente no Instagram com o perfil @maternativa, que conta com 32,5 mil seguidores e conteúdo gerado pelas moderadoras. O compartilhamento das hashtags vem sendo impulsionado pelas redes sociais. Por exemplo, a #compredasmaes conta com mais de 12.700 publicações, já a #maternativa conta com 128.900 publicações.

4.2 Quem são as Mães empreendedoras?

As novas integrantes do grupo procuram sempre se apresentar e contar a sua história para as demais. Falam da vida antes, durante e pós-gravidez, a sua relação com o trabalho, com o empreendedorismo e com a maternidade, relatando as mudanças, os ganhos e as perdas.

A Figura 1 mostra o depoimento de uma integrante que conta sua história e em seguida faz a divulgação da sua loja virtual, trazendo as mães para compreendê-la. Este tipo de depoimento é corriqueiro e representa boa parte das postagens do grupo. Neste depoimento a materna deixa claro que necessitou de disciplina, automotivação e determinação para empreender, começando em casa mesmo, sem apoio de algumas pessoas próximas, que não consideravam o empreendimento uma forma de trabalho.

Figura 1: depoimento de apresentação de uma materna

29 de julho de 2019

Olá meninas, lá vem textão ❤️! Meu nome é [REDACTED] sou mãe da [REDACTED], que hoje está com 2a10m.

Antes da minha princesa nascer, eu era aquela pessoa focada 100% na carreira, trabalhava em uma Multinacional, e estava indo muito bem, e amava o que fazia.

Até o último dia de trabalho, antes de afastar por Licença Maternidade, eu tinha a certeza que voltaria a trabalhar e continuaria em frente com a carreira que estava planejada.

Ahhhh mas tudo mudou no dia do Nascimento da minha filha, quando me deparei com aquele serzinho tão frágil, eu não tenho palavras para explicar o que houve. Tudo que eu tinha feito até então não tinha mais sentido, nem importância, eu queria passar o resto dos dias grudadinha nela.

Falei com o marido, fizemos as contas, e vimos que seria possível viver este novo momento. Eu tive muito medo, pois até então nunca havia dependido do marido para nada, e não sabia como seriam os dias como mãe, nem se sentiria falta daquela rotina que antes eu adorava. Mas o amor no peito transbordava. Eu queria viver este desafio grudadinha na minha princesa, e tinha a certeza que não me arrependeria. Viveria novos momentos de novas **felicidades**.

No dia de voltar ao trabalho, após a Licença, não tive mais dúvidas, pedi Demissão.

E mergulhei fundo neste desafio tão lindo, tão exigente, tão cansativo, mas cheio de amor, que é a maternidade.

A idéia de empreender, deu-se logo após o nascimento da Sofia, quando não encontrava roupas que gostasse e me sentisse bonita para amamentar.

Onde começou o sofrimento. Não queria sair com o marido, sempre me sentia feia. E amamentar em público era um desafio.

Foi onde vi que aquilo ali era a minha missão. Afinal, deveria haver outras mulheres com este mesmo sentimento.

Era então o nascimento da minha loja virtual [REDACTED], que tem como objetivo principal, devolver a autoestima das mulheres que amamentam, através de roupas estilosas, confortáveis e práticas para amamentar.

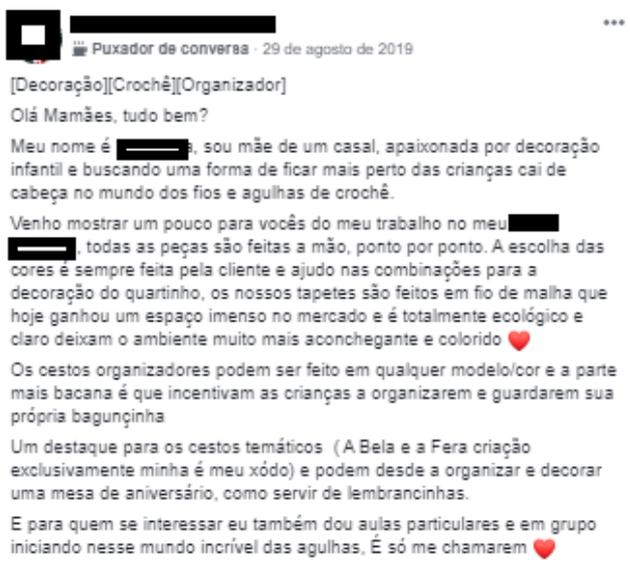
Passei a trabalhar de casa, com minha bebê. E claro que não é nada fácil. Exige muita disciplina, muita auto-motivação, muita determinação.

Porque as pessoas, principalmente as próximas, não acreditam e não valorizam o seu trabalho. Quando empreendemos e estamos juntos com os nossos bebês, a impressão que tenho é que ninguém me leva a sério, e muitas já até me perguntaram quando é que vou começar a trabalhar novamente? Sendo que já fazem quase 2 anos que tenho a minha loja virtual.

É muito desafiador, muito cansativo, mas eu acredito que tudo que é feito com amor, dá certo. E aos poucos tenho caminhado um passo de cada vez, até enfim conseguir que este empreendimento seja conhecido em todo Brasil. ❤️

Fonte: Maternativa, Julho de 2019.

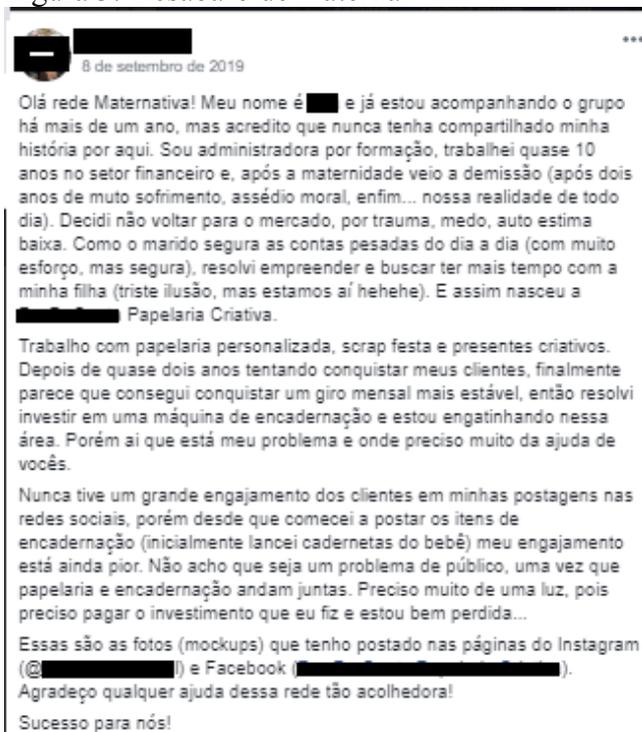
Figura 2: Apresentação dos produtos da maternas



Fonte: Maternativa, Agosto 2019

As mulheres do grupo utilizam o espaço virtual como vitrine para as outras mães, divulgam seus produtos e serviços, como no depoimento da Figura 2 de uma empreendedora que vende artesanato e ao mesmo tempo realiza cursos para quem deseja aprender o ofício, a partir de um discurso sobre a sua paixão pela atividade. O espaço também é utilizado para desabafo e busca por conselhos, sejam no âmbito profissional ou pessoal, conforme mostra o depoimento da Figura 3.

Figura 3: Desabafo de materna

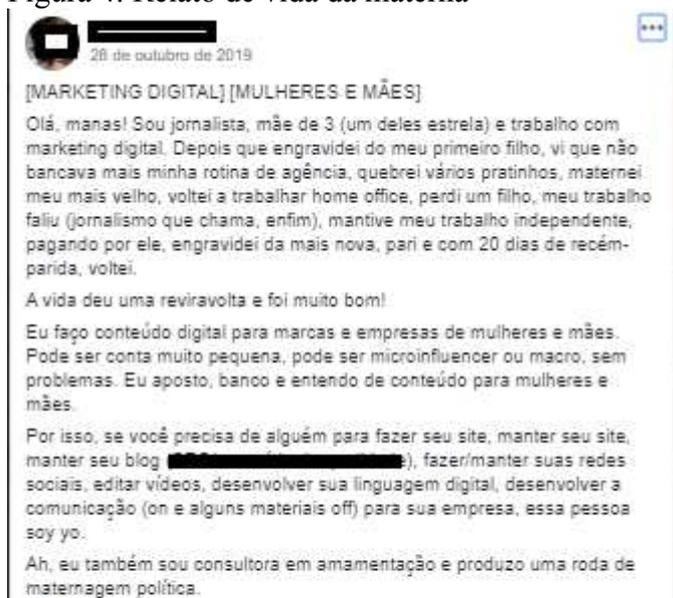


Fonte: Maternativa, Setembro, 2019

Nos depoimentos são frequentes os relatos sobre como era a vida no mercado de trabalho, antes de empreenderem, os assédios sofridos, os traumas e os medos. A busca por mais tempo com os filhos também se faz muito presente nos depoimentos, e empreender para muitas mães parecia ser a melhor opção.

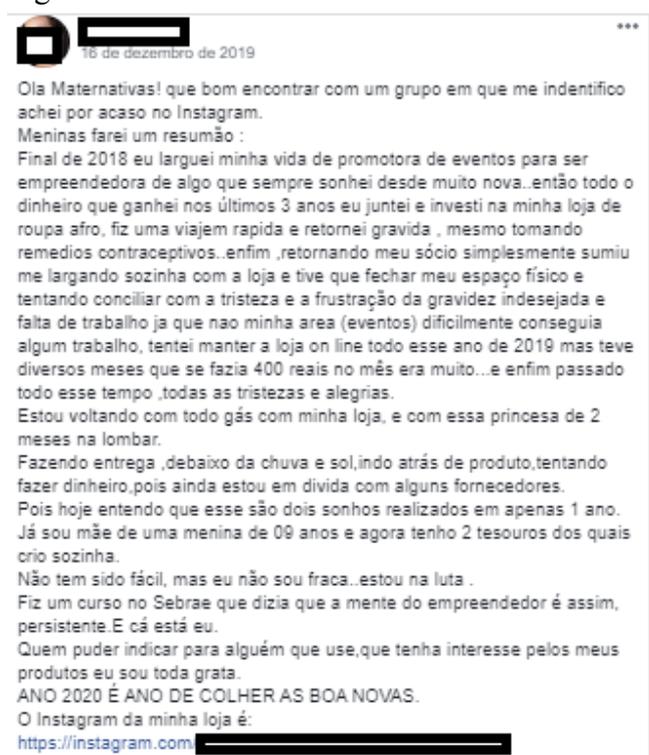
Além das adversidades diárias da maternidade, do trabalho entre outros, algumas mães relatam breves histórias pessoais de superação, de reviravoltas da vida e como lutam a cada dia. Um exemplo desses depoimentos é o da Figura 4:

Figura 4: Relato de vida da materna



Fonte: Maternativa, Outubro, 2019

Figura 5: Relato de vida de uma materna 2



Fonte: Maternativa, Dezembro 2019

Diversos relatos sobre as dificuldades de conciliar a maternidade com a criação e desenvolvimento do negócio são acompanhados de narrativas sobre esforços realizados em função da necessidade de renda (Figura 5). Os discursos envolvem exemplos de superação e persistência, mas, por outro lado, também demonstram a sobrecarga imposta pelo acúmulo de atividades e a falta de apoio enfrentada pelas mães.

Este modelo de empreendedorismo materno o utiliza as redes digitais para promover simultaneamente suas ideias, ativismos, conteúdos, serviços e produtos. As mães que dominam melhor as ferramentas auxiliam as outras prestando seus serviços, não é raro ver postagens sobre oferta de serviços em marketing digital, um dos mais compartilhados pelas empreendedoras.

Utilizar o grupo para a divulgação de formações também é tratado como um modo de ativismo (Figura 6). A própria Maternativa desenvolve conteúdo e promove workshops interativos sobre o assunto, alguns deles gratuitos.

Figura 6: Lançamento de projeto de fomento ao empreendedorismo feminino



Fonte: Maternativa, Novembro 2019

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou verificar a forma como uma rede de mulheres com identidade compartilhada a partir da maternidade é utilizada por suas participantes para impulsionar projetos empreendedores. A Maternativa, rede estudada, iniciou suas atividades exclusivamente nas redes sociais online, onde mantém seu foco, embora tenha ampliado sua atuação com encontros presenciais.

Para fomentar as discussões e melhor analisar a rede foram definidos alguns objetivos específicos, obtidos através do estudo dessa rede, por meio da observação dos canais da Maternativa na Internet, especialmente nas mídias sociais.

As mães utilizam a rede da Maternativa, em especial do grupo no Facebook e do Instagram, para compartilhar dificuldades, histórias de superação e para promoção de seus empreendimentos, onde divulgam seus produtos e serviços.

Foi possível observar em depoimentos das integrantes do grupo nestas redes as relações estabelecidas entre o trabalho e a maternidade. Os relatos apontam o tempo e a falta de apoio como as maiores dificuldades para conciliar trabalho e maternidade. As postagens analisadas trazem histórias das maternas que buscaram empreender como alternativa ao trabalho assalariado para terem mais flexibilidade e tempo de dedicação aos filhos, pela realização pessoal ou por falta de opção diante da necessidade de renda e disponibilidade para o cuidado da família.

A Maternativa contribuiu de maneira concreta para a mudança de vida de mães empreendedoras, ajudando-as a conhecerem o empreendedorismo, a promover seus negócios nas vitrines virtuais, tornando a divulgação e comercialização mais acessíveis. Seu ambiente proporciona recursos para as discussões coletivas que visam também promover mudanças sociais e encontrar soluções para as questões femininas, especialmente as relacionadas ao trabalho e maternidade.

O empreendedorismo materno une mães em um propósito compartilhado, promove o trabalho em rede, fortalecendo o crescimento pessoal e da comunidade. Os depoimentos das mães empreendedoras na Maternativa demonstram que a possibilidade de conciliar o próprio negócio aos cuidados com os filhos fez com que muitas mulheres voltassem para o mercado de trabalho como donas do próprio negócio. Redes sociais formadas por grupos de afinidades em plataformas digitais e recursos de e-commerce, como o oferecido pela Maternativa, vêm proporcionando meios de produção e divulgação que permitiram o fortalecimento do empreendedorismo materno, promovendo a conexão entre as mulheres, oferecendo ferramentas para aquisição de conhecimento, bem como para exposição e comercialização de produtos e serviços com maior alcance geográfico, tornando possíveis e viáveis negócios rentáveis que podem ser conduzidos em suas próprias casas.

A sobrecarga de atividades enfrentada pelas mães e a dificuldade de apoio para o desenvolvimento do negócio, seja em relação aos recursos financeiros ou capacitação, são obstáculos significativos ao modelo de empreendedorismo materno. Estas são questões fundamentais que sugerem a necessidade de aprofundamento desta pesquisa, buscando compreender qual o papel e potencial das redes sociais neste cenário, de que forma elas podem contribuir com alternativas, mas também intensificar a precarização do trabalho das mulheres mães.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, V. C.; MOTA-SANTOS, C. M. Trabalho, Carreira e Maternidade: Perspectivas e Dilemas de Mulheres Profissionais Contemporâneas. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 19, n. 3, p. 555-582, 2018.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. **Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida**. Revista de Ciências da Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n40p221>>. Acesso em: 30 de jul. de 2019.

ARAUJO, E. **Ciberativismo ou ativismo de sofá?**. Rede Mobilizadores. 2015. Disponível em: <<http://www.mobilizadores.org.br/noticias/ciberativismo-ou-ativismo-de-sofa/>> Acesso em: 12 de nov. de 2019.

BARBOSA, R. P. Relações de gênero e a lógica da competência no mercado de trabalho. **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 3, n. 2, p. 36-52, 2013.

BRUSCHINI, C. Trabalho feminino: trajetória de um tema, perspectivas para o futuro. **Revista Estudos Feministas**, v. 2, n. 3, p. 17-32, 1994.

BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R.; MERCADO, C. M.; RICOLDI, A.; Trabalho, renda e políticas sociais: avanços e desafios. In: Barsted, L. L. & Pitanguy, J. (Org.) **O Progresso das mulheres no Brasil 2003-2010**. Rio de Janeiro: Cepia; Brasília: Onu Mulheres, 2011.

CANANÉA, L. V. T.; ROCHA, M. M. V.; TARGINO, M. D. G. Maternidade em Pauta: Reflexões sobre Ativismo Digital e sua Relação com a Competência em Informação. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 8, n. 3, p. 20-39, 2018.

CARVALHO NETO, A. M.; TANURE, B.; ANDRADE, J. Executivas: carreira, maternidade, amores e preconceitos. **RAE-eletrônica**, v. 9, n. 1, art. 4, p. 1-23, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. – A era da informação: economia, sociedade e cultura. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, Vol. I, 2002.

_____. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis de (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2004.

CUNHA, C. **Direitos femininos** - uma luta por igualdade e direitos civis. Uol. Disponível em: <<https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/direitos-femininos-uma-luta-por-igualdade-e-direitos-civis.htm#:~:targetText=Datam%20dessa%20%C3%A9poca%20as%20primeiras,brasileira%20N%C3%ADsia%20Floresta%2C%20em%201832.>>. Acesso em 09 de nov. de 2019.

DA FONSECA, S.; SILVA A.; TEIXEIRA FILHO. J. G. **O Impacto do Ciberativismo no Processo de Empoderamento**: o uso de redes sociais e o exercício da cidadania. Desenvolvimento em Questão, v. 15, n. 41, p. 59-84, 21 out. 2017.

DINO. **Empreendedorismo materno leva mães a adquirir franquias home-based**. EXAME. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/empreendedorismo-materno-leva-maes-a-adquirir-franquias-home-based/>>. Acesso em: 11 de nov de 2019.

DOURADO, C. S. V. **Empreendedorismo materno**: a importância do comércio eletrônico na viabilidade de novos negócios gestados por mães. Dissertação Mestrado em Gestão Social. Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2016.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2017. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatório%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 28 de fev. de 2019.

GOMES, A. **Empreendedorismo materno**: afinal de contas, de que se trata?. Rede Mulher Empreendedora. 2019. Disponível em: <<https://rme.net.br/2019/05/06/empreendedorismo-materno-afinal-de-contas-de-que-se-trata/>>. Acesso em: 12 de nov. de 2019.

HIRATA, H.; KERGOAT, D. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Cadernos de Pesquisa**, v.37, n.132, p.595-609, set./dez. 2007.

IBGE. Censo Demográfico 2010. **Características da população e dos domicílios**: resultados do universo. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>> . Acesso em: 25 de set. de 2018.

IBGE. **Estatísticas de gênero: responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho.** IBGE. 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 28 de set. de 2018.

IRME. **Empreendedoras e seus negócios.** 2016. Disponível em: <<http://materiais.redemulherempreendedora.com.br/pesquisa-quem-sao-elas>>. Acesso em: 18 de jul. de 2020.

IRME. **Empreendedoras e seus negócios.** 2018. Disponível em: <<http://rede-mulher-empreendedora-ltda.rds.land/empreendedoras-negocios>>. Acesso em: 18 de jul. de 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2.ed. São Paulo: Aleph, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica.** 6, ed.- São Paulo: Atlas, 2011.

LIMA, L. C.; LUCAS, A. C.; FISCHER, A. L. Construção da identidade profissional de mulheres gestoras em empresas de médio e grande porte. **Revista Pensamento & Realidade**, v. 26 n. 2, 2011.

MATERNATIVA. Compre das mães. Disponível em: <<https://compredasmaes.com.br/>>. Acesso em: 22 de dez. de 2019.

ONU. **Apenas metade das mulheres em idade economicamente ativa participa do mercado de trabalho.** 2017. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/apenas-metade-das-mulheres-em-idade-economicamente-ativa-participa-do-mercado-de-trabalho-diz-onu/>> Acesso em: 12 de mar. de 2020.

SALVAGNI, J; CANABARRO, J. R. D. S. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 6, n. 2, p. 88-110, 2015.

SEBRAE. **Prêmio Sebrae Mulher de Negócios.** Disponível em: <<http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/site/premio>>. Acesso em: 28 de fev. de 2019.

SILVA, I. D. F. da; PAIVA, C. C. de. **Ciberativismo e democracia nas redes sociais.** Um espaço de reivindicações e direitos. Universidade Federal da Paraíba, João pessoa, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0823-1.pdf>>. Acesso em: 19 de jul. de 2019.

SOUZA, P. M. R. A.; LOPES, A. L. S. V.; HILAL, A. V. G. Centralidade do Trabalho na Perspectiva de Mulheres em Diferentes Faixas Etárias. **RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 16, n. 1, p. 9-36, 2017.

STEIL, A. V. **Organizações, gênero e posição hierárquica:** compreendendo o fenômeno do teto de vidro. São Paulo: Revista de Administração. v. 32, n. 3, 1997.