

# Revista Gestão & Conexões

*Management and Connections Journal*

Vitória (ES), v. 15, n. 1, de 2026.

ISSN 2317-5087

DOI: 10.47456/regec.23175087.2026.15.1.46920.67.89

## Identidade e pertencimento no trabalho de empreendedoras e faccionistas no setor de moda íntima

Identity and belonging in the work of entrepreneurs and factionalists in the intimate fashion sector

**Marina Noronha Kraisler**

*Pontifícia Universidade Católica de MG*

marinakraisler@yahoo.com.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7208-8900>

**Carolina Maria Mota-Santos**

*Pontifícia Universidade Católica de MG*

cmmotasantos@pucminas.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8830-817>

**Carine Rodrigues Nunes Giesbrecht**

*Pontifícia Universidade Católica de MG*

carinern@yahoo.com.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6465-0510>

**Manoel Bastos**

*Pontifícia Universidade Católica de MG*

Neto26bastos@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4400-5877>

### RESUMO

O objetivo deste trabalho é compreender o trabalho como fonte de desenvolvimento pessoal, pertencimento e constituição de identidades de empreendedoras e faccionistas no setor de moda íntima. A estratégia metodológica foi qualitativa e descritiva. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e tratados a partir da análise de conteúdo. Os resultados indicam que a relação das mulheres com o trabalho perpassa a dimensão do pertencimento e é fator preponderante na construção de suas identidades. Quando se comparam as realidades das faccionistas e das empreendedoras, há presença de pertencimento e valor social por meio do trabalho, mais evidente entre as empreendedoras. A contribuição deste estudo está em discutir a realidade de um contexto socioeconômico com desafios específicos, apontando as diferenças de possibilidades e desafios do trabalho feminino relacionados a dois grupos: empreendedoras e faccionistas, além de aprofundar a discussão sobre identidade no trabalho e pertencimento.

**Palavras-Chave:** identidade no trabalho; mulher; associativismo; empreendedoras; faccionistas.

### ABSTRACT

The objective of this work is to understand work as a source of personal development, belonging, and the constitution of identities of entrepreneurs and factionalists in the intimate fashion sector. The methodological strategy was qualitative and descriptive. Data were collected through semi-structured interviews and treated based on content analysis. The results indicate that the relationship of women with work permeates the dimension of belonging and is a preponderant factor in the construction of their identities. When comparing the reality of factionists and female entrepreneurs, there is a presence of belonging and social value through work, more evident among female entrepreneurs. The contribution of this study is to discuss the reality of a socioeconomic context with specific challenges, to point out the differences in possibilities and challenges of female work related to two groups: entrepreneurs and factionalists, in addition to deepening the discussion on identity at work and belonging.

**Keywords:** identity at work; woman; associative; entrepreneurs; factionalists

## Introdução

A presença das mulheres no mercado de trabalho não é uma novidade. Desde a colônia até os dias de hoje, as mulheres estiveram presentes no dia a dia de fábricas, escolas, hospitais e outros empreendimentos. As mulheres trabalhadoras contribuíram tanto para a industrialização do Brasil (Rago, 2007; Ruiz, 2023), quanto para o desenvolvimento do comércio urbano (Figueiredo, 2007; Ruiz, 2023), entre outras atividades, sendo nos dias de hoje parte importante da força de trabalho nas mais diversas áreas.

Entretanto, ser mulher e trabalhadora ainda diz respeito a lidar com uma série de conflitos, expectativas e desafios, os quais colocam a mulher do século XXI em um contexto de ambiguidades: por um lado, um intenso debate sobre a quebra de estereótipos de gênero, desconstrução da binariedade homem *versus* mulher, novas configurações familiares, ruptura com padrões tradicionais e mulheres conquistando diversas formas de poder (e.g Araújo e Macedo, 2023; Kraiser & Mota-Santos, 2021). Por outro, o convívio com a manutenção de antigos papéis sociais, barreiras à profissionalização e qualificação, preconceitos e diferentes formas de violência contra a mulher.

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023/24 - Women's Entrepreneurship Report*, as percepções sobre o empreendedorismo entre as mulheres melhoraram significativamente nas últimas duas décadas. Além disso, estudos apontam o empreendedorismo feminino como um fator importante para o desenvolvimento econômico e social no contexto global (e.g. Ogundana *et al.* 2021). Contudo, as mulheres ainda enfrentam obstáculos específicos, como menor acesso a capital e financiamentos, falta de redes de apoio relevantes, oportunidades limitadas e pressões sociais de gênero. Essas pressões, especialmente relacionadas às responsabilidades domésticas e ao cuidado com os filhos, reduzem o tempo disponível para que as mulheres ocupem espaços públicos, busquem potenciais apoiadores e investidores, participem de treinamentos e especializações, e negociem com clientes ou fornecedores (e.g. Mastroianni, 2024; Kogut & Mejri, 2022; Brecht, S., & Le Loarne, 2023).

Nesse contexto de paradoxos, avanços, rupturas e continuidades, esta pesquisa buscou compreender o trabalho como fonte de desenvolvimento pessoal, pertencimento e espaço de constituição de identidades de mulheres trabalhadoras do setor de produção de moda íntima, destacando a relevância do associativismo na constituição da noção de pertencimento e noção de grupo, bem como a dimensão financeira enquanto fator importante na construção e reconfiguração de suas identidades. A pesquisa foi realizada em um pequeno município produtor de moda íntima no norte de Minas, com mulheres empreendedoras, donas de fábricas, e com mulheres faccionistas, que prestam serviços a essas pequenas fábricas.

No Brasil, estudos sobre mulheres que empreendem indicam que, ao empreender, a mulher conquista não só maior autonomia financeira (Fernandes *et al.*, 2016; Nazario & Lobo, 2024), como também capacidade de assumir decisões que até então ficavam apenas a cargo dos homens da família (Mota-Santos *et al.*, 2016). O empreendedorismo, dessa forma, pode ser entendido como um meio para a quebra de antigos papéis de gênero, permitindo à mulher transitar por espaços sociais

considerados tradicionalmente masculinos (Jonathan, 2011; Strawser, Hechavarría & Passerini, 2021). Assim, a atividade empreendedora parece estar intimamente associada a sentimentos como autorrealização e orgulho, sendo, portanto, fator de fortalecimento e estímulo a identidades mais autônomas (Bignetti *et al.*, 2021; Machado, 2002; Pergelova & Mandakovic, 2024). A literatura sobre trabalho domiciliar, modelo no qual estão inseridas as mulheres faccionistas, por sua vez, apresenta um quadro de extrema precariedade, tanto das relações de trabalho quanto no que tange à possibilidade de emancipação financeira e emocional de quem o exerce – em esmagadora maioria, mulheres (Araújo & Amorim, 2002; Carvalhal, 2005; Leite, 2004; Carvalhal & Thomaz Júnior, 2012; Enoque, Borges & Saraiva, 2015; Guiraldelli, 2012; Neves & Pedrosa, 2007). Nesse sentido, o trabalho domiciliar restringiria a construção de identidades autônomas e a autorrealização das mulheres que o praticam (Enoque *et al.*, 2015; Enoque & Pimenta, 2005), sendo um modelo que reforça estereótipos de gênero e contribui com a manutenção de relações entre homens e mulheres pautadas por uma lógica patriarcal.

A possibilidade de realizar a pesquisa no município de Taiobeiras permitiu observar esses dois grupos em um mesmo contexto social e cultural, em um pequeno território de cerca de 33.000 habitantes (IBGE, 2018). Taiobeiras está localizado no norte de Minas Gerais, sendo uma região estigmatizada pela pobreza, a seca e o descaso, e conhecida pela precarização das condições de trabalho. Dessa forma, coloca-se em pauta o que indica Godoy (1995): que a pesquisa qualitativa tenha uma visão holística para o fenômeno, que seja contextualizada, respeitando as especificidades da vivência do sujeito, porém, considerando-o como parte de um tempo e um espaço definidos.

Esta é, sim, uma investigação acerca de questões subjetivas de mulheres trabalhadoras, por meio do entendimento de suas identidades e tendo como pano de fundo a complexa discussão sobre relações de gênero e o que ainda significa para mulheres, em um pequeno e pobre município, quebrarem lógicas centenárias de tomada de decisão e construírem um novo paradigma para o seu papel naquela comunidade.

A opção por localizar a construção identitária como fruto do contexto no qual o sujeito está inserido, valendo-se de conceitos relacionados aos processos de socialização e à subjetividade humana, assim como utilizar a discussão sobre gênero como base conceitual, reforça o campo da Administração enquanto uma Ciência Social aplicada, dedicada ao entendimento não só da empresa enquanto arranjo de produção e geração de riqueza, como também o mundo do trabalho como espaço de interação social, campo de poder, de geração de conflitos e da construção de diversas possibilidades da vivência humana.

O diálogo entre as temáticas trabalho, gênero e identidade permite compreender que a identidade das mulheres trabalhadoras é afetada diretamente pelo lugar e pelo momento nos quais estão inseridas. Desse modo, a compreensão dos processos de construção identitária das empreendedoras – assim como de qualquer outro grupo social – deve levar em conta o contexto, uma vez que se trata do resultado de uma complexa trama de relações e representações sociais (Cramer *et al.*, 2012).

## Identidade no trabalho e pertencimento: dois lados de uma mesma moeda?

Entendemos por identidade a percepção que os indivíduos têm de si mesmos, sendo constituída por meio das diversas interações pelas quais os sujeitos passam ao longo de toda a vida (e.g. Castells, 1999; Ciampa, 1987; Dubar, 2012; Machado, 2003;). Uma parcela importante desse processo ocorre no contexto do trabalho, sendo este o pano de fundo para interações sociais diversas. O trabalho é, portanto, um tipo específico de socialização (Ashforth & Mael, 1989; Dubar, 2012; Machado, 2003) e, assim sendo, a identidade no trabalho refere-se a um tipo de identidade social.

Para Dubar (2012), mais do que o espaço onde são desenvolvidas relações sociais, o trabalho é fonte de sentido para a existência individual e coletiva, visto que é por meio dele que se produz e se perpetua a vida humana. Sob essa ótica, trabalho é mais do que a troca de esforço por ganhos financeiros; compreende, quando garantidas condições dignas para seu exercício, fonte de realização e reconhecimento social. Nessa lógica, o autor reforça a ideia do trabalho enquanto estímulo para a aquisição de competências, aprendizagem, socialização e para a constituição de identidades.

No ambiente de trabalho, e por meio das interações sociais nele estabelecidas, o indivíduo é exposto a conflitos, desafios e aprendizados, os quais vão sendo continuamente ressignificados e compondo a percepção que ele tem acerca de si mesmo e do outro (Dubar, 2012).

A seguir, são destacadas pesquisas que, no campo da Administração, dedicaram-se a investigar a problemática da construção da identidade no trabalho, discutindo questões como autoestima, relações de poder, pertencimento e outros. Essas pesquisas reforçam o argumento de que o trabalho é fator importante na construção das identidades dos indivíduos.

Também é no trabalho que muitos dos conflitos advindos dos estereótipos e papéis sociais vêm à tona, afetando as identidades socioprofissionais dos sujeitos. A consequência desses estereótipos, na vida de quem trabalha, pode ser dificuldades para conciliar as diversas funções desempenhadas na vida privada e também da vida profissional, acarretando barreiras, sofrimento e estresse (Eagly & Karau, 2002).

Cantarotti (2017), por exemplo, investiga a identidade do profissional de secretariado executivo em relação às demandas por atividades de tradução, e como a percepção das diferenças e sobreposições entre as duas profissões – secretário e tradutor – agem na construção da identidade desses profissionais. Minini e Ferraz (2015) pesquisam a identidade de enfermeiros supervisores, alicerçada na idealização do trabalho assistencial e nos desafios de gestão em saúde, que, por vezes, exigem competências e provocam expectativas nos trabalhadores e na sociedade, consideradas divergentes. Em ambos os trabalhos, fica claro o impacto que os estereótipos e expectativas da sociedade e dos próprios trabalhadores acerca de suas profissões têm sobre a construção de suas identidades.

Correa e Lourenço (2016) examinam a constituição da identidade de professores de pós-graduação *stricto sensu* a partir das relações de poder instituídas no ambiente organizacional e dos papéis desempenhados por esses profissionais. Os autores

contribuem ao entendimento da identidade enquanto construção de significados oriundos dos processos de socialização pelos quais os indivíduos passam ao longo de suas vidas profissionais.

Também abordando as questões ligadas ao poder, Beuron, Matos, Barros e Grohmann (2011) discutem o associativismo e a economia solidária como possibilidade para a construção de identidades emancipatórias de trabalhadores, ao quebrar a lógica tradicionalmente hierárquica das relações de trabalho. Bispo, Dourado e Amorim (2013) discutem as identidades e sentidos do trabalho para indivíduos envolvidos com a cultura *Hip Hop* e os limites entre cultura, trabalho, lazer e prazer, em uma atividade marcada pela crítica à lógica econômica de mercado. Ambos os estudos apontam para relações de trabalho alternativas às tradicionais relações de mercado, hierarquizadas e focadas no lucro, e como estas contribuem à conformação das identidades dos trabalhadores.

Alguns autores, por sua vez, têm tratado a questão da identidade no trabalho associada à questão do pertencimento, investigando relações de poder estabelecidas. Carrieri, Maranhão, Murta e Souza (2009), nesse sentido, discutem a dimensão da identidade enquanto pertencimento e a relação do indivíduo com o lugar, a territorialidade e as relações de poder que transpassam o dia a dia de comerciantes ambulantes. Também discutem a questão dos estereótipos utilizados pela mídia para representarem esses trabalhadores, os quais divergem da forma como os próprios ambulantes se percebem. Nessa perspectiva, reforçam que identidade não é somente uma construção objetiva, mas é, também, narrativa e discurso (Brito, Marra & Carrieri, 2012; Carrieri, Silva, Souza & Pimentel, 2001; Carrieri, Santos, Pereira & Martins, 2016; Carrieri *et al.*, 2009;). Neste artigo, vamos investigar a dimensão do pertencimento tanto no que diz respeito ao gênero, compreendendo o papel social dessa mulher trabalhadora, bem como ao fortalecimento da noção de grupo por meio do associativismo e da cooperação.

Aprofundar a compreensão da dimensão do trabalho como fator constituinte das identidades individuais, compreendendo-as como um tipo específico de socialização, diz respeito mais do que ao entendimento das relações formais de emprego, mas às interações estabelecidas no mundo do trabalho, de maneira mais ampla, e à relação do indivíduo, em nível subjetivo, com sua própria atividade produtiva (Machado, 2003). É o que se pretende neste artigo: transbordar o entendimento do trabalho enquanto meio de sobrevivência e produção de riquezas, de forma a compreendê-lo como fonte de constituição de identidades e transformação.

## Metodologia

O objetivo desta pesquisa é compreender o trabalho como fonte de desenvolvimento pessoal, pertencimento e espaço de constituição de identidades de mulheres empreendedoras e faccionistas no setor de moda íntima. Como parte da compreensão das identidades dessas mulheres, destaca-se a relevância do associativismo na constituição da noção de pertencimento e noção de grupo. Também buscou-se compreender a dimensão financeira enquanto fator importante na constituição e reconfiguração de suas identidades.

A estratégia metodológica adotada foi a pesquisa qualitativa e descritiva (Gil, 2008; Marconi & Lakatos, 2003; Vergara, 2005), valorizando a importância da

pesquisa qualitativa e dos métodos narrativos e de conversação (Whetten e Godfrey, 1998). Os dados coletados por meio de entrevistas semiestruturadas (Gaskell, 2003; Yin, 2010) e tratados a partir da análise de conteúdo consideram as etapas de pré-análise, exploração do material e interpretação, conforme Bardin (2012). Após a realização das entrevistas, todo o material transscrito gerou um total de 246 páginas.

Optou-se pela estratégia do estudo de caso (Eisenhardt, 1989; Yin, 2010), tomando, como unidade de análise, o pequeno município de Taiobeiras, no norte de Minas Gerais, região marcada por uma história de pobreza, seca, baixos indicadores de desenvolvimento humano e social, além de alta dependência de investimentos estatais e do Terceiro Setor (IDENE / SUDENE, 2013). O recorte territorial permitiu enriquecer o estudo do fenômeno dentro de um contexto sociocultural específico e singular, permitindo o aprofundamento do referencial teórico já existente.

O roteiro de entrevista buscou conhecer a realidade das mulheres a partir de questões relacionadas ao trabalho feminino, pertencimento e associativismo, conforme objetivo ressaltado anteriormente. O instrumento foi dividido em quatro etapas. A primeira etapa contém perguntas gerais sobre o perfil das entrevistadas, como: Qual a sua idade? Estado civil? Escolaridade? Quantidade de filhos? Renda? Como é seu dia a dia no trabalho, nas atividades de lazer e nas tarefas domésticas? A segunda etapa foi direcionada às mulheres empreendedoras/donas do próprio negócio, com perguntas como: Qual a estrutura da sua empresa? O que mudou na sua vida depois de abrir o negócio? Quais são as maiores dificuldades de ser empresária? Quais são as principais vantagens? A terceira etapa foi voltada exclusivamente para trabalhadoras individuais/domiciliares, abordando questões como: Qual a estrutura do local onde você trabalha? O que mudou em sua vida depois de assumir essa atividade? Quais são as principais vantagens e dificuldades de trabalhar em casa? Por fim, a última etapa contém perguntas sobre a identidade da mulher, como: Quais são as suas principais características? O que é sucesso para você? Em uma palavra, o que significa ser mulher? Em uma palavra, o que é trabalho para você? O roteiro foi testado a partir de uma etapa prévia com sete mulheres entrevistadas (faccionistas e empreendedoras).

Foram realizadas 22 entrevistas entre abril e julho de 2018, utilizando-se da técnica “bola de neve”, pela qual as próprias entrevistadas auxiliaram na identificação e convite às demais. Dessas mulheres entrevistadas, 13 são empresárias, donas de fábricas, e nove são faccionistas, trabalhadoras que prestam serviços, a partir do próprio domicílio, a mais de cem pequenas fábricas instaladas na cidade. Para manter o sigilo em relação à identidade das entrevistadas, optou-se por identificá-las somente como ‘E’, para empresárias e ‘F’, para faccionistas’. O quadro a seguir traz a caracterização das entrevistadas.

Quadro 1- Caracterização das entrevistadas

Descrição	Estrutura de Trabalho	Idade	Estado Civil	Filho(s) e respectiva(s) Idade(s)	Escolaridade
Empresária 1	Fábrica e loja construídos anexos à casa	43	Casada	Uma/11 anos	Ensino Fundamental e/ou médio

Empresária 2	Fábrica e loja construídos anexos à casa	50	Casada	Dois/21 e 31 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 3	Fábrica e loja separados da casa	33	Solteira	Não tem	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 5	Somente fábrica em espaço adaptado no terreno da casa	39	Casada	Uma/18 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 6	Fábrica e loja separados da casa	23	Solteira	Sem filhos	Ensino Superior completo
Empresária 7	Fábrica e loja construídos anexos à casa	47	Separada	Sem filhos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 8	Fábrica e loja construídos anexos à casa	31	Divorciada e mora com atual companheiro	Uma de 18 anos e um enteado/11	Ensino Superior em curso
Empresária 9	Fábrica e loja em espaço adaptado em um cômodo da casa	49	Casada	Dois/28 e 31 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 10	Fábrica e loja construídos anexos à casa	41	Casada	Dois/6 e 10 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 13	Fábrica e loja construídos anexos à casa	56	Casada	Uma/29 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 14	Fábrica e loja em espaço adaptado em um cômodo da casa	58	Viúva e mora com atual companheiro	Um/32 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 15	Fábrica e loja construídos anexos à casa	45	Casada	Uma/8 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Empresária 16	Somente fábrica em espaço adaptado no terreno da casa	39	Separada	Três/8, 16 e 21 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 4	Somente faz facção	44	Divorciada e mora com atual companheiro	Dois/20 e 25 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 11	Somente faz facção	39	Casada	Uma/5 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 12	Somente faz facção	22	Casada	Duas/6 meses e 9 anos	Ensino Fundamental e/ou médio

Faccionista 17	Faz facção e é empregada em uma fábrica em horário integral	42	Separada	Uma/19 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 18	Somente faz facção	33	Casada	Dois/8 anos e 5 meses	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 19	Somente faz facção	43	Casada	Uma filha e um filho/21 e 11 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 20	Somente faz facção	31	Casada	Trigêmeas/7 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 21	Faz facção e é empregada em uma fábrica em meio período	33	Separada e mora com atual companheiro	Dois/10 e 12 anos	Ensino Fundamental e/ou médio
Faccionista 22	Somente faz facção	31	Casada	Uma/8 anos	Ensino Fundamental e/ou médio

Fonte: Elaboração própria (2025).

As mulheres entrevistadas possuem entre 22 e 58 anos, sendo que, entre elas, apenas duas não são casadas ou moram com seus companheiros. Todas as mulheres casadas possuem filhos. Os temas do matrimônio e da maternidade são marcantes na constituição das identidades dessas mulheres, trazendo questões importantes acerca de como se percebem enquanto mulheres, seus papéis sociais e desafios na conciliação entre trabalho e família, conforme será apresentado à frente.

Com exceção da empresária E6, que estuda gestão e decidiu empreender no setor após estudo de mercado e bastante planejamento, as demais donas de fábrica relataram que se tornaram empresárias a partir de um movimento pouco planejado e quase espontâneo. Muitas delas já costuravam para a família ou para vender e foram estimuladas por agências de fomento, como Sebrae e Fiemg, a empreenderem no setor. A organização da cadeia produtiva também se deu a partir da constituição da Associação de Moda Íntima e Praia de Taiobeiras, e de projetos envolvendo a Prefeitura Municipal.

É importante ressaltar que embora elas (faccionistas e empreendedoras) apresentem papéis diferentes na cadeia produtiva, é similar a realidade socioeconômica. Apesar de as empreendedoras apresentarem uma certa ascensão quando comparadas às mulheres faccionistas, não se pode falar em diferenças relacionadas à classe social.

Por fim, os dados coletados e analisados foram divididos em quatro categorias de análise: (1) O trabalho como fonte de pertencimento e constituição de papéis sociais; (2) O trabalho como desenvolvimento pessoal e equilíbrio emocional; (3) O trabalho como possibilidade de autonomia financeira; (3) Relevância do associativismo.

## Resultado e Discussão

### O trabalho como fonte de pertencimento

Ao longo das entrevistas, percebeu-se que a relação dessas mulheres com o trabalho perpassa a dimensão do pertencimento, a qual ultrapassa o entendimento do trabalho enquanto atividade de produção e traz à tona aspectos simbólicos e subjetivos. Conforme apontado por Dubar (2012), o trabalho, enquanto espaço de socialização, possibilita o reconhecimento social, o prazer e a busca de sentido para a existência individual e coletiva. Para essas mulheres, trabalhar é fazer parte de algo maior, é ter reconhecimento social: “Como se diz... o trabalho edifica a pessoa. Então eu acho que se você ficar sem trabalhar é terrível, né?” (F22).

A empresária E9, por exemplo, percebe, com clareza, a importância do trabalho como impulsionador de um novo lugar social da mulher: “É uma forma de valorizar a gente, né?” (E9). Para a dona de fábrica E15, o trabalho é fonte de sentido: “Acho que o trabalho ‘pra’ todo mundo é importante. Acho que a gente sem trabalho, acho que fica aí vago (...), você ‘num’ ter uma ocupação, um compromisso com nada... Assim, acho que fica meio sem sentido” (E15).

Como ela, tantas outras mulheres remetem-se ao trabalho como fator de pertencimento, como fonte de sentido, compreendidos em suas falas como o sentimento de se sentirem úteis, produtivas, valorizadas, “fazendo parte” daquela sociedade na qual estão inseridas. “Eu acho que [o trabalho] é muito importante. Assim... a gente se sente útil, se sente produzindo, fazendo parte” (F18). A dona de fábrica E5 esclarece o valor que dá a seu trabalho por lhe permitir sentir que está contribuindo para a sociedade: “O trabalho te traz uma satisfação. Não é o dinheiro, é o trabalho. Porque você trabalha e você sente aquela satisfação. Eu ‘tou’ servindo pra alguma coisa! Eu acho assim...”.

De acordo com a literatura, o empreendedorismo pode ser entendido como um meio para a quebra de antigos papéis de gênero, permitindo à mulher transitar por espaços sociais considerados tradicionalmente masculinos. Dessa forma, a atividade empreendedora parece estar intimamente associada a sentimentos como autorrealização e orgulho, sendo, portanto, fator de fortalecimento e estímulo a identidades mais autônomas (Machado, 2002).

Das nove faccionistas entrevistadas, duas conciliam o trabalho de facção com empregos de costureira em fábricas, sendo que uma delas trabalha meio período e a outra em horário integral. O fato de não serem exclusivamente trabalhadoras domiciliares parece explicar sensíveis diferenças de perfil observadas durante as entrevistas. Parece não ser coincidência que foram as duas faccionistas com postura mais otimista e com expressões de grande autoestima.

Isso fica evidente quando ambas dão respostas muito positivas quando perguntadas sobre como outra pessoa as descreveria, o que é especialmente exaltado por uma delas: “Ah, eu sou bem querida por essa mulherada aí, viu? Acho que descreveria bem. Geralmente eu tenho uma resposta muito positiva de todas elas. Todas me falam que me ‘admira’ demais (...), que eu sou bem competente” (F21). O sentimento de completude fica especialmente evidente em outro trecho da entrevista de F21: “Eu sou plena na minha vida (...) Não reclamo de nada, não”.

Ao contrário das duas faccionistas que conciliam o trabalho domiciliar com empregos formais, as demais, de modo geral, tiveram bastante dificuldade em falar de si mesmas. Mostraram-se, de modo geral, mais tímidas, mais frágeis, com tom de voz mais baixo e com menos entusiasmo para falarem de seu dia a dia. Perguntadas sobre como outra pessoa as descreveria, o mais comum foram grandes momentos de silêncio e respostas como “não sei o quê que as pessoas acham de mim... Não sei responder essa, não...” (F4); “Hum... (risos)... Ah, “num” sei... (F22); “Sei lá... Difícil responder, né? Como que a outra pessoa falaria de você? Vai ficar sem resposta” (F12); ou ainda “É difícil falar da gente né?! (risos)” (F11).

Constata-se que, em Taiobeiras, como o que foi verificado em pesquisas anteriores (Carvalhal, 2005; Enoque, Borges, & Saraiva, 2015; Enoque & Pimenta, 2005; Guiraldelli, 2012), a configuração do trabalho em domicílio parece dificultar a constituição de identidades autônomas, com autoestima e autovalorização. Não deixa de ser, para essas mulheres, entretanto, fonte de valorização social e pertencimento, uma vez que, até então, cabiam à grande maioria das mulheres, naquele contexto, atividades ainda mais desvalorizadas, como aquelas ligadas ao campo ou exclusivamente aos cuidados domésticos.

Pode-se dizer, então, que, quando se compara a realidade das faccionistas e das empreendedoras, há presença de pertencimento e valor social por meio do trabalho, entretanto, isso fica mais evidente entre as empreendedoras.

### O trabalho como desenvolvimento pessoal e equilíbrio emocional

Uma outra categoria acerca da identificação das entrevistadas com o trabalho une dois aspectos intrinsecamente relacionados: o primeiro é a percepção deste como impulsor de seu desenvolvimento pessoal, o que as torna mais aptas não apenas ao desenvolvimento do trabalho, mas também para se relacionarem com outras pessoas e se posicionarem frente a novos desafios. O segundo pode ser entendido como desdobramento do primeiro. É o trabalho enquanto “ocupação de mente” (E3), como fonte de sentido para suas vidas. Por meio dele, elas dizem se sentir parte de algo maior, úteis e respeitadas enquanto membros de uma comunidade. Importante ressaltar que esses dois aspectos, ainda que com nuances diferentes, aparecem tanto quando se fala das faccionistas, quanto quando se fala das empresárias.

De acordo com a literatura, o trabalho é um tipo específico de socialização (Ashforth & Mael, 1989; Dubar, 2012; Machado, 2003) e, assim sendo, a identidade no trabalho refere-se a um tipo de identidade social. E mais do que um espaço onde acontecem as relações sociais, o trabalho é fonte de sentido para a existência (Dubar, 2012).

Uma das faccionistas explica a importância do trabalho em seu desenvolvimento pessoal:

A gente desenvolve bastante. O pessoal, também o intelectual, né? Conviver com gente. Mexer com essas coisas, você desenvolve muito. Muito, muito mesmo. Eu mesma era muito tímida, tinha até medo de gente, parecia bicho. Você desenvolve demais, você começar a mexer com gente, trabalhar, né... o ‘intelectual’... Você tem que buscar mais... (...) Depois que eu comecei a trabalhar que eu desenvolvi mais. (F21).

Cabe destacar que a entrevistada F21, além de trabalhar em domicílio como faccionista, possui também um emprego de meio horário em uma das maiores fábricas da cidade, na qual ela tem a possibilidade de se relacionar com outras costureiras e criar laços de amizade e parceria.

Uma das empresárias identifica no trabalho uma fonte não só de desenvolvimento, como também de equilíbrio emocional. Nas palavras dela, trabalho é “coisa que acalma”: “Desde que eu comecei a trabalhar nessa parte de lingerie, eu falo assim que é uma coisa que me acalma. Às vezes, tem dias que você levanta, assim, estressada, aí você vem e quando você começa a trabalhar parece que te acalma.” (E9).

A faccionista F20, no mesmo sentido, explica como o trabalho a faz se sentir mais completa e a ajudou a enfrentar momentos difíceis na sua vida:

Ah, eu acho que é uma forma de liberação ‘pra’ mim. Porque eu acho que muitas vezes, se você faz pouco ou muito, se é uma coisa que você gosta de fazer, te preenche de certa forma (...). Eu mesma já tive depressão pós-parto. Já tive... eu sou muito ansiosa, eu até já tomei remédio pra ansiedade e tudo porque eu me pressiono todo o tempo. Eu quero dar conta de tudo. (...) Mas eu acho que, de certa forma, meu serviço, mesmo que eu faça pouco ou muito, me preenche. (F20).

Ao se desenvolverem e conquistarem ganhos financeiros, essas mulheres conquistam também uma visibilidade e respeito social, os quais não possuíam antes. Especialmente as donas de fábrica tornam-se referência de mulheres bem-sucedidas, exemplos a serem seguidos pelas demais. A empresária E9, por exemplo, percebe com clareza a importância do trabalho como impulsionador de um novo lugar social da mulher: “é uma forma de valorizar a gente, né?” (E9).

### O trabalho como possibilidade de autonomia financeira

Ficou claro, durante a pesquisa, o quanto as conquistas financeiras impulsionam mudanças nas relações conjugais e sociais dessas mulheres, sendo fator importante na constituição e reconfiguração de suas identidades. Os depoimentos a seguir evidenciam a importância da dimensão financeira e material na identificação das mulheres com o trabalho:

Eu conquistei muita coisa. Eu conquistei minha casa que foi depois disso [de abrir a fábrica]. Porque quando que... na verdade eu sou viúva... e meu marido foi embora, ele me deixou na rua praticamente e eu consegui minha casa, consegui meu carro, consegui minha moto, minhas máquinas “é” paga, graças a Deus. Eu “num” devo nada. Então eu conquistei muita coisa. Pra quem não tinha nada, eu conquistei muito. (E14).

Essa casa que eu consegui foi pelo meu trabalho. Tudo que eu tenho. (...) A minha família é toda de gente muito humilde. Então a minha casa, a moto que eu tenho... tudo que eu conquistei foi com o trabalho. Foi evoluindo aos poucos e “tá” melhorando cada vez mais, né? Foi uma boa evolução. (F21).

A dimensão financeira extrapola as conquistas materiais, ficando também evidente quando dizem da possibilidade de oferecerem um presente e um futuro

confortáveis para seus filhos, proporcionados pelos ganhos com a costura. A dona de fábrica E7 resume bem ao dizer qual a importância do trabalho, para ela: “É o sustento meu e dos meus filhos, entendeu?”, o que F21 corrobora: “Pra mim é meu ganha-pão, é como eu sustento meus filhos. Pra mim é tudo. O trabalho é o que faz mover minha vida com meus filhos, conseguir minhas coisas, é o trabalho. O meu trabalho.” (F21).

Nos casos específicos de E7 e F21, existe a especificidade de serem ambas separadas de seus primeiros maridos, o que pode ter levado a valorizarem ainda mais a possibilidade de garantirem o sustento dos filhos, por meio dos ganhos com a costura.

Porém, não só as mulheres que são arrimo de família abordam a relevância dos aspectos financeiros que conquistaram por meio da costura. A exemplo, a faccionista F11, casada, diz: “Eu acho que trabalhando com a lingerie, facção, assim em casa, eu consegui comprar carro, moto... eu acho que é isso”. A dona de fábrica E13 fala sobre suas conquistas financeiras, trazendo também a questão da autonomia:

Ah, olhando pra trás, assim, na minha vida, a minha conquista foi isso aqui. Sabe? A minha loja, a minha fábrica, ter meu próprio negócio. Trabalhar pra mim mesma. Você entendeu? Ter o meu dinheiro. Meu, assim, eu compro o que eu quero. (E13).

Percebe-se que, ao expor suas conquistas financeiras, uma dimensão aparentemente objetiva da vida laboral, E13 traz, ao mesmo tempo, a perspectiva da independência na tomada de decisões sobre os gastos financeiros, da conquista da própria autonomia e, em última análise, também da ressignificação das relações de gênero e conjugais, uma vez que passa a ser gestora de seu próprio dinheiro. Assim, a questão da autonomia é evidente no caso das donas de fábrica. Elas relatam fazer viagens juntas para feiras e eventos, tomar decisões sozinhas sobre a condução do negócio, e mostraram, durante as entrevistas, uma postura de modo geral bastante proativa e otimista.

Entre as trabalhadoras em domicílio, por sua vez, observou-se uma postura um pouco mais transigente em relação a se manterem subjugadas ao poder financeiro dos maridos, o que vem junto de maior esforço para conciliarem o trabalho e a manutenção de responsabilidades tradicionalmente atribuídas à mulher, como lavar, cozinhar, cuidar da casa, dos filhos e do marido. O fato de trabalharem em casa parece reforçar papéis de gênero tradicionais e perpetuar a sobrecarga colocada à mulher em relação às atividades domésticas, reforçada com o fato de acumular as atividades com a costura. Isso converge ao que Guiraldelli (2012) apontara: o trabalho em domicílio na cadeia de confecção como reforço dos tradicionais papéis de gênero.

Analizando os dados coletados nesta pesquisa, é inegável que a conquista da independência financeira é motivo de orgulho e satisfação para essas mulheres, conforme relatado por E13:

As mulheres hoje “tão”... não “tão” deixando mais ficar mais por baixo dos homens. As mulheres hoje “tão” sempre evoluindo, né? Por exemplo, se eu quero comprar alguma coisa, vou ficar dependendo de homem? “Ah, eu quero dinheiro pra isso”. Aí eles geralmente não perguntam? “Pra que que você quer?”. Eu nunca fiz isso. Toda vida eu fui independente. (E13)

Estudos ressaltam que mulheres, ao empreenderem, podem conquistar não só maior autonomia financeira (Fernandes *et al.*, 2016), como também capacidade de assumir decisões que até então ficavam apenas a cargo dos homens da família (Mota-Santos, Carvalho Neto, Caeiro, Versiani, & Martins, 2016). Entretanto, nesta pesquisa, a conquista da independência financeira é, também, fator de conflito, por colocarem as mulheres em condição de igualdade com seus maridos ou, ainda, por se sentirem invadindo um espaço que deveria ser, por excelência, deles. Uma das entrevistadas, dona de uma das mais antigas e bem estabelecidas fábricas da cidade, casada por 22 anos, atribui o fim do seu casamento a seu sucesso como empresária e à sua independência financeira, conquistados por meio da produção de lingerie:

Às vezes eu me pergunto se não foi isso que acabou com meu casamento... porque ao mesmo tempo... às vezes... não sei... teve uma traição e tudo... não sei o que que foi. Às vezes eu ocupei muito meu tempo, né? Por eu trabalhar, nós não "ficava junto"... às vezes eu me afastei um pouco... não sei... não sei, eu que me pergunto, se eu não tive a culpa, né, às vezes (...). Só eu que dominava tudo, só eu que sustentava tudo. (E7).

Na fala de E7, ficam evidentes traços de uma identidade ainda quase patriarcal, na qual os lugares de poder da mulher são a casa e a maternidade, não sendo permitido a ela conquistar poder financeiro e expandir seu campo de atuação e tomada de decisões. Ao conquistar o espaço comercial e a independência financeira, essa mulher promove seu papel por excelência, de cuidados com a casa, o marido e as crianças, e invade um espaço que seria restrito a eles. Para E7, isso passou dos limites que o marido poderia aceitar.

As expectativas sociais sobre essas mulheres ainda recaem fortemente sobre os cuidados com a casa, os filhos e o marido, sendo a independência financeira delas uma novidade naquele contexto social, a qual traz sentimentos ambíguos e reconfigurações nos arranjos familiares. Isso corrobora o que Eagly & Karau (2002) ressaltam, que também é no trabalho que muitos dos conflitos advindos dos estereótipos e papéis sociais vêm à tona, afetando as identidades socioprofissionais dos sujeitos. Além disso, o quanto fica evidente o impacto que os estereótipos e expectativas da sociedade e dos próprios trabalhadores acerca de suas profissões têm sobre a construção de suas identidades (Cantarotti, 2017; Minini e Ferraz, 2015).

## Relevância do associativismo para a noção de pertencimento e construção de identidade

Essa categoria investiga o associativismo e as relações estabelecidas, por meio dele, pelas mulheres de Taiobeiras, bem como sua relevância na construção e fortalecimento das identidades dessas mulheres. Tenta-se, com isso, apreender a percepção que as mulheres têm de fazer parte de um grupo, de se apoiarem e de tomarem decisões coletivamente. Como parte dessa categoria, foram observados fatores ligados à identidade profissional e também em relação à identidade de gênero, ou seja, da percepção de se apoiarem enquanto empresárias, costureiras, e também enquanto mulheres, as quais enfrentam desafios semelhantes em seu dia.

Cabe lembrar que Taiobeiras conta, desde 2015, com a Associação de Moda Íntima e Praia de Taiobeiras (Amip), a qual tem trabalhado o fortalecimento do município enquanto polo de lingerie, por meio do fomento à cultura do associativismo,

da força da coletividade e da cooperação, tendo reflexos na forma como as produtoras se relacionam no dia a dia: “Lá mesmo na associação é todo mundo muito unido, assim, em questão de ‘ah, tou’ precisando de certo material porque o meu acabou aqui, você pode me emprestar?” (E6).

Nas palavras da empresária identificada como E7, antes da criação da Associação, estava todo mundo “esparramado”, agora elas se apoiam, trocam informações e se capacitam em grupo. Esta constatação dialoga com os achados de pesquisa de Ettinger, Júnior, Setenta e Cavalcante (2015), que constata a força do associativismo na constituição de identidades coletivas e no fortalecimento do lugar social das mulheres em pequenas comunidades.

A participação na Amip é forte entre as donas de fábrica, sendo que, de todas as empresárias entrevistadas, apenas uma não é associada. Há presença de uma forte rede de apoio e aprendizado, sendo fluida a troca de informações, compartilhamento de materiais e a participação em eventos em grupo, como feiras e cursos de aperfeiçoamento. A atuação da Associação criou uma forte parceria e consciência de grupo, que extrapola os ganhos diretamente relacionados aos negócios, como compra e venda de mercadorias, participação em eventos, ações de *benchmarking* e geração de laços comerciais. Formaram-se, também, laços de confiança e parceria.

A dona de fábrica E8 explica como esta rede de apoio funciona:

Concorrência existe aqui e existe em qualquer lugar. Mas o que eu olho, assim, o melhor disso tudo é a parceria. Não vou dizer todas, mas tem muitas das meninas também que são bem parceiras mesmo. Você precisa de ajuda com um molde, elas ajudam. Ou com um cliente. Você fala “oh, ‘tou’ com tal cliente aqui, ele precisa de um produto diferente, eu sei que é você que tem”. Entendeu? A gente faz muito essa troca. Ou até uma troca de material, por exemplo. A gente troca muito. (...) Inclusive a gente tem até um grupo aqui [WhatsApp]. (...) entre a gente mesmo, e como mulher até, a gente se ajuda bem. (E8).

Na fala de E8, é possível verificar que existe uma rede de colaboração, que as fortalece enquanto empresárias, mas também enquanto mulheres. Elas contam umas com as outras para a troca de informações, indicação de clientes, fornecedores e empréstimo de materiais. Nesse caso ocorre, se não uma consciência de gênero, ao menos a percepção de que se tornam mais fortes ao se unirem umas às outras.

Pouquíssimas foram as vezes, durante as entrevistas, em que essas mulheres manifestaram qualquer tipo de crítica, análise ou ponderação em relação a questões relacionadas ao gênero, seja em relação ao acúmulo de responsabilidades, seja a respeito de qualquer fator de desigualdade de condições. Tampouco fizeram ponderações ou demonstraram reprovar alguma postura de seus maridos ou de qualquer outro homem. De alguma forma, entretanto, percebem que precisam se unir para se fortalecerem, criando uma rede de mulheres costurada com laços de confiança.

Essa parceria ocorre também com foco no melhor atendimento ao cliente, conforme a empresária E15 explica:

Igual mesmo, tem a outra colega aqui na rua, assim, sempre que chega alguém aqui eu não tenho [o produto] eu mando pra ela, chega lá e ela não tem, ela manda pra mim. Se chega um cliente querendo que faz e ela não pode pegar mais, ela manda pra mim, se eu não posso, eu mando pra ela. Que igual assim, se chega alguém lá tem um sutiã que serve na cliente que procurou e ela “num” tem a calcinha, ela manda a cliente vim aqui que aí às vezes a cliente compra o soutien lá e compra a calcinha aqui. (E15).

Um aspecto que chama a atenção e a que muitas se referem é a troca de moldes de costura entre elas, como uma evidência da parceria. Por diversas vezes, a questão é citada, em especial entre as donas de fábricas, mas também entre faccionistas, conforme exemplos abaixo:

A gente “são” muito unidas, sabe? Assim, se precisa de alguma coisa... até um molde, às vezes, a gente troca uma com a outra. (...) Mas tem concorrência, tem que ter, né? Mas a gente “são” muito unidas. Se precisa de alguma coisa... tipo, o material faltou, você pediu e demorou de chegar, você vai lá e pega emprestado, depois você devolve. Nós somos muito unidas. (E13).

Às vezes, assim, a gente precisa de alguma coisa, a gente vai na casa de uma “oh, me empresta isso?”, a pessoa empresta, né, pelo menos as que eu convivo, né? (...) A gente se apoia. Às vezes chega lá em casa “oh, eu ‘tou’ precisando de um molde, você pode me emprestar?” eu falo “tenho, empresto”. Esses tipos de coisa assim né?! (F17).

Quando perguntadas sobre a relação com outras mulheres da cadeia de lingerie, várias vezes elas citaram essa troca para explicarem como se apoiam e contribuem para o crescimento umas das outras. Esse compartilhamento de material é apreendido como um apoio às questões práticas da produção, como expressão de solidariedade entre elas, e também como um símbolo de parceria, amizade e apoio: “Até os ‘molde’ a gente divide, a gente troca, sabe... Aqui não tem isso [de concorrência] não”. (E7).

Enquanto essa rede de parceria e apoio entre as donas de fábrica é forte, entre as faccionistas/trabalhadoras em domicílio, por outro lado, foi observada não só a baixa adesão à Amip (apenas uma participa da associação), como também uma rede de apoio muito mais frágil ou quase inexistente. Nesse tocante, constata-se que a realidade das mulheres de Taiobeiras converge com o que a teoria diz sobre as mulheres que trabalham em domicílio: o enfraquecimento das possibilidades de constituir identidades de grupo e se fortalecerem por meio da coletividade (Carvalhal, 2012; Enoque & Pimenta, 2005).

Uma das faccionistas atribui exatamente ao fato de ficar grande parte do dia em casa o baixo interesse em se associar: “Nem sei como que funciona direito, ‘cê’ entendeu? Porque eu fico mais é em casa (risos). Costuro mais é pra facção, então, eu nunca fiz questão de entrar”. (F22).

Grande parte delas desconhece ou não percebe qualquer benefício em se associar, talvez por não precisarem lidar diretamente com questões relacionadas ao mercado consumidor e à gestão do negócio. Também por entenderem o associativismo apenas como um meio para acessar melhores preços e outros mercados:

Na verdade, assim, eu não tenho muito conhecimento. E como eu já produzo e não tenho que vender, empresa mesmo, eu acho que, pra mim, no meu caso, eu acho que não tem muito a ver. De repente, se eu tivesse contato com cliente, teria mais utilidade, não sei. (F18).

Entre as trabalhadoras em domicílio, não há também, ao contrário do que foi observado com as donas de fábrica, a percepção do ganho secundário de fortalecimento não só da cadeia de lingerie, como também delas mesmas como mulheres e trabalhadoras:

Eu nunca participei [da Amip]. Eu “num” sei como que funciona isso, nunca tive curiosidade de participar pra” passar saber... “num” sei. Nem conheço, na verdade eu nem conheço. Já me procuraram “pra” participar assim que começou, né, mas só que eu “num” participei... (F17).

No caso das faccionistas de Taiobeiras, como é próprio dessa modalidade de trabalho, todo o material necessário para sua produção é entregue normalmente nas suas casas pelas próprias donas de fábrica, seus maridos ou por funcionários das fábricas, os quais também retiram os produtos prontos para a revenda. As trabalhadoras em domicílio, então, não têm qualquer contato com fornecedores, clientes ou mesmo com outras faccionistas. A exceção é válida, entretanto, àquelas que conciliam o trabalho em domicílio com empregos nas fábricas.

Perguntadas sobre o relacionamento com outras mulheres da cadeia de lingerie, muitas tiveram dificuldade em responder ou deram respostas vagas e superficiais: “Não tenho muito tempo não ‘pra’ conversar... mas eu tenho uma relação boa ‘cás’ outras. Só não tenho muito tempo ‘pra’ sentar e conversar com elas. (...) fico muito em casa...” (F11). “Assim... é difícil eu ver elas [outras costureiras]...” (F12).

Não é possível inferir, a partir dos dados desta pesquisa, se a baixa interação entre as faccionistas se deve ao modelo de trabalho em domicílio, ou mesmo concluir o oposto, que, em um ambiente propício ao empreendedorismo, mantiveram-se em trabalhos mais precários aquelas que não possuíam previamente uma rede forte de relacionamentos.

Da mesma forma, não se pode afirmar se o sucesso das fábricas é resultado da capacidade de suas gestoras em estabelecer fortes laços de parceria ou, ao contrário, se foi o trabalho que impulsionou as interações, fortalecendo a rede de apoio. O que se pode depreender é que há uma diferença evidente entre os dois grupos no que diz respeito à percepção de si mesmas como parte de uma coletividade. Essa percepção pode emergir tanto pela consciência de uma identidade de gênero quanto por necessidades comerciais, ou ainda por uma combinação de ambos, refletindo diferentes dimensões da experiência compartilhada por essas mulheres trabalhadoras. A Tabela 1 apresenta uma síntese dos principais resultados do estudo.

Tabela 1 - Síntese dos resultados

Categoria	Faccionistas	Empreendedoras
<b>O trabalho como fonte de pertencimento</b>	As faccionistas, principalmente as que trabalham apenas em domicílio, demonstram maior dificuldade em expressar	As empreendedoras apresentam maior senso de pertencimento, sensação de utilidade, produtividade, valorização, reconhecimento

	autoestima e identidade autônoma.	social e autoconhecimento por meio do trabalho.
<b>O trabalho como desenvolvimento pessoal e equilíbrio emocional</b>	As faccionistas destacam o trabalho como um meio de superação pessoal e socialização, ajudando-as a vencer a timidez e desafios emocionais.	As empreendedoras percebem o trabalho como um elemento de equilíbrio emocional e conquista de <i>status</i> social, tornando-se referências de sucesso.
<b>O trabalho como possibilidade de autonomia financeira</b>	As faccionistas valorizam o trabalho como meio de sustento e melhoria de vida. Porém, a maioria ainda concilia suas atividades com as responsabilidades domésticas.	As empreendedoras tornam-se referências de sucesso e autonomia, assumindo a gestão do próprio dinheiro e ganhos para família. Contudo, elas se deparam com conflitos conjugais ao desafiar normas patriarcais de gênero
<b>Relevância do associativismo para a noção de pertencimento e construção de identidade</b>	As faccionistas que trabalham em casa têm pouca ou nenhuma interação com a associação, limitando sua percepção de pertencimento e seus relacionamentos. Sua rede de contato é frágil ou inexistente.	As empreendedoras participam ativamente da associação, beneficiando-se de redes de apoio, troca de materiais e fortalecimento coletivo.

Fonte: Elaboração própria (2025).

## Conclusões

Este trabalho fez parte de uma pesquisa mais ampla sobre mulheres (faccionistas e empreendedoras) de um pequeno município produtor de moda íntima no norte de Minas e teve como objetivo compreender o trabalho como fonte de desenvolvimento pessoal, pertencimento e espaço de constituição de identidades dessas mulheres. Como parte da compreensão de suas identidades, destacou-se a relevância do associativismo na constituição da noção de pertencimento e de grupo. Também se investigou a dimensão financeira enquanto fator importante na construção e reconfiguração de suas identidades, uma vez que, ao conquistarem sua independência financeira, passaram a questionar também suas relações conjugais e sociais, bem como sua capacidade de tomada de decisões.

Por meio da pesquisa, percebeu-se que a relação das empreendedoras e das faccionistas com o trabalho perpassa a dimensão do pertencimento. Quando se compararam as realidades das faccionistas e das empreendedoras, observou-se a presença de pertencimento e valor social por meio do trabalho, entretanto, isso ficou mais evidente entre as empreendedoras.

Uma outra categoria acerca da identificação das entrevistadas com o trabalho une dois aspectos intrinsecamente relacionados: o primeiro é a percepção deste como impulsor de seu desenvolvimento pessoal, o que as torna mais aptas não apenas ao desenvolvimento do trabalho, mas também para se relacionarem com outras pessoas e se posicionarem frente a novos desafios. O segundo, um desdobramento do primeiro, o trabalho como fonte de sentido para suas vidas. Esses dois aspectos, ainda que com nuances diferentes, aparecem tanto quando se fala das faccionistas, quanto quando se fala das empresárias.

Outra dimensão foi em relação ao quanto as conquistas financeiras impulsionam mudanças nas relações conjugais e sociais dessas mulheres. Ao se desenvolverem e conquistarem ganhos financeiros, alcançam visibilidade e respeito social. Principalmente, quando se fala das donas de fábrica que se tornaram referência de mulheres bem-sucedidas. Entretanto, a dimensão financeira extrapola as conquistas materiais, ficando também evidente quando dizem da possibilidade de oferecerem um presente e um futuro confortáveis para seus filhos, proporcionado pelos ganhos com a costura.

A questão da autonomia é evidente no caso das donas de fábrica. Elas relatam fazer viagens juntas para feiras e eventos, tomar decisões sozinhas sobre a condução do negócio e mostram uma postura de modo geral bastante proativa e otimista. Por sua vez, entre as trabalhadoras em domicílio, observou-se uma postura um pouco mais transigente em relação a se manterem subjugadas ao poder financeiro dos maridos, o que vem junto de maior esforço para conciliarem o trabalho e a manutenção de responsabilidades tradicionalmente atribuídas à mulher.

Outro ponto de destaque é que, enquanto a rede de parceria e apoio entre as donas de fábrica é forte, entre as faccionistas/trabalhadoras em domicílio, foi observada não só a baixa adesão, como também uma rede de apoio muito mais frágil ou quase inexistente. A partir desse aspecto, não foi possível inferir, a partir dos dados desta pesquisa, se a baixa interação entre as faccionistas se deve ao modelo de trabalho em domicílio, ou mesmo concluir o oposto, que, em um ambiente propício ao empreendedorismo, mantiveram-se em trabalhos mais precários aquelas que não possuíam previamente uma rede forte de relacionamentos. Tampouco foi possível dizer se as fábricas bem-sucedidas o são devido à capacidade de suas gestoras em criar fortes laços de parceria, ou se o contrário se deu: o fortalecimento de uma rede de apoio a partir das interações impulsionadas pelo trabalho. O que se observou, foi a notória diferença entre os dois grupos no que diz respeito a se perceberem enquanto parte de uma coletividade.

A relevância deste estudo está em discutir a realidade de um contexto socioeconômico com desafios específicos e em apontar as diferenças de possibilidades e desafios do trabalho feminino relacionados a dois grupos, empreendedoras e faccionistas, além de aprofundar a discussão sobre identidade no trabalho e pertencimento. Às pesquisas futuras, sugerem-se novos estudos sobre identidade e gênero, que ampliem a escuta a outros envolvidos, como funcionários, familiares, clientes, entre outros, possibilitando novos olhares para as questões.

## Referências

- Araújo, A. M. C., & Amorim, E. R. A. (2002). Redes de subcontratação e trabalho a domicílio na indústria de confecção: um estudo na região de campinas. *Cadernos Pagu [Online]*, 17– 18, 267–310. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/cpa/n17-18/n17a10.pdf>
- Araújo, A. C., & Macedo, K. G. (2023). Análise sobre os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho. *RECIMA21-Revista Científica Multidisciplinar*-ISSN 2675-6218, 4(5), e453123-e453123, 1-12. Recuperado de <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/3123>

- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/258189>
- Bardin, L. (2012). *Análise de conteúdo*. Recuperado de <https://papers3://publication/uuid/10B631A3-F3E8-4655-A129-06CC0AAEC012>
- Beuron, T. A., Matos, R. D. de, Barros, A. S. de, & Grohmann, M. Z. (2011). Trabalho, poder e identidade: o caso de uma associação autogestionária familiar de produção agrícola. *Revista Do Mestrado Em Administração e Desenvolvimento Empresarial Da Universidade Estácio de Sá*, 15(2), 63–81. Recuperado de <https://mestradoedoutoradoestacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/admade/article/view/72>
- Bignetti, B., Santos, A. C., Hansen, P. B., & Henrique, E. (2021). The influence of entrepreneurial passion and creativity on entrepreneurial intentions. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 22(2), eRAMR210082, 1-32. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/ram/a/fVh5G49kLY97CF3VrPTK5DS/>
- Bispo, D. de A., Dourado, D. C. P., & Amorim, M. F. da C. L. (2013). Possibilidades para dar sentido ao trabalho além do difundido pela lógica do mainstream: um estudo com indivíduos que atuam no âmbito do movimento hip hop. *Organizações & Sociedade*, 20(67), 699–713. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/osoc/a/rNmRbvNkLFJGQZ8B4y5n9Fc/?lang=pt>
- Brecht, S., & Le Loarne, S. (2023). High-growth women entrepreneurs and work-life balance: Challenging gendered assumptions and perceived work/life practices. In *Proceedings of The Twelfth International Conference on Engaged Management Scholarship*, 1-30, disponível em SSRN: Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=4322701> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4322701>
- Brito, V. da G. P., Marra, & Carrieri, A. de P. (2012). Práticas discursivas de trabalhadores terceirizados e construções sociais da identidade de exclusão. *Revista de Ciências da Administração (CAD/UFSC)*, 14, 77–91. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2012v14n32p77%5Cn21758077>
- Cantarotti, A. (Unesp). (2017). Questões identitárias: o secretariado executivo e as atividades tradutorias. *GeSec - Revista de Gestão e Secretariado*, São Paulo, v. 8, n. 1, p 168-184, jan./abr. Recuperado de <https://doi.org/10.7769/gesec.8i1.595>
- Carrieri, A. D. P., Santos, J. V. P. dos, Pereira, V. F., & Martins, T. S. (2016). Pesquisa histórica em Administração: a (re)construção identitária da Galeria do Ouvidor em Belo Horizonte (MG). *Revista de Ciências da Administração*, 9–22. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2735/273548892002.pdf>
- Carrieri, A. de P., Maranhão, C. M. S. de A., Murta, I. B. D., & Souza, M. M. P. de. (2009). De camelô a empreendedor? O impacto da mudança espacial na identidade dos ambulantes. *Gestão. Org Revista Eletrônica de Gestão*

- Organizacional*, 7(2), 273–291. Recuperado de [http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad\\_2007/EOR/EORB3219.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2007/EOR/EORB3219.pdf)
- Carrieri, A. de P., Silva, A. R. L. da, Souza, M. M. P. de, & Pimentel, T. D. (2001). Contribuições da análise do discurso para os estudos organizacionais. *Revista Economia & Gestão*, 6(12), 1-22. Recuperado de <http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/34/29>
- Carvalhal, T. B. (2005). Trabalho produtivo a domicílio e trabalho reprodutivo doméstico em Marechal Cândido Rondon (PR): horizontalização do capital e as novas expressões da dinâmica territorial do trabalho precarizado feminino no século XXI. *Revista Pegada*, 6(2), 85-100. Recuperado de <http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/1317>
- Carvalhal, T. B. (2012). A descentralização da produção por meio do trabalho domiciliar em Terra Roxa/PR. *Revista Pegada*, 10(1), 1-15. Recuperado de <http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/1679/1614>
- Carvalhal, T. B., & Thomaz Júnior, A. (2012). O trabalho domiciliar das mulheres em Terra Roxa/PR: o caracol reencontra sua concha. *Revista Pegada*, 13(1), 4-21. Presidente Prudente/SP. Recuperado de <http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/1744/1891>
- Castells, M. (1999). Paraísos comunais: identidade e significado na sociedade em rede. In *O poder da identidade - Volume II*. São Paulo: Paz e Terra. Recuperado de <https://identidadesculturas.files.wordpress.com/2011/05/castellsm-o-poder-da-identidade- cap-1.pdf>
- Ciampa, A. da C. (1987). *A Estória do Severino e a história da Severina: um ensaio de psicologia social*. (Brasiliense, Ed.). São Paulo.
- Correa, M. V. P., & Lourenço, M. L. (2016). A constituição da identidade dos professores de pós-graduação stricto sensu em duas instituições de ensino superior: um estudo baseado nas relações de poder e papéis em organizações. *Cadernos EBAPE.BR FGV*, 14(4), 858-871. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/cebaape/a/FP9fxqBJGbP9Zxtqtrvv7sH/abstract/?lang=pt>
- Cramer, L., Cappelle, M. C. A., Andrade, Á. L. S., & Brito, M. J. de. (2012). Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 1(1), 53–71.
- Dubar, C. (2012). A construção de si pela atividade de trabalho: a socialização profissional. F. Machado (Trad.). *Cadernos de Pesquisa*, 42(146), 351–367. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0100-15742012000200003>
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. Recuperado de <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>

- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/258557?seq=1>
- Enoque, A. G., Borges, A. F., & Saraiva, L. A. S. (2015). "Minha casa, meu trabalho...": trabalho domiciliar na indústria de confecções de Goiás. *Teoria e Prática Em Administração*, 5(1), 130–158. Recuperado de <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tpa/article/view/19096/13550>
- Enoque, A. G., & Pimenta, S. M. (2005). "A fábrica e a casa". Configurações do trabalho na indústria calçadista de Nova Serrana/MG. *Revista de Administração Da FEAD*, 2(1), 55–72.
- Ettinger, V. M. T. de M., Júnior, G. J., Setenta, A. M., & Cavalcante, A. L. (2015). Cultura, identidade e gênero: tecendo a rede de mulheres de comunidades extrativistas e pesqueiras do Sul da Bahia. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 4(3), 151–179.
- Fernandes, T. dos S., Lopes, G. S. C., Watanabe, M., Yamaguchi, C. K., & Godoi, C. K. (2016). Dimensões do empoderamento feminino: autonomia ou dependência? *Revista Alcance*, 23, 391–413. Recuperado de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/4777/477749667008/477749667008.pdf>
- Figueiredo, L. (2007). Mulheres nas Minas Gerais. In Priori, Mary Del (org.) *História das mulheres no Brasil* (pp. 141–188).
- Gaskell, G. (2003). Entrevistas individuais e grupais. In Bauer, M.W.; Gaskell, G. (ed.) *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (pp. 68–83). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (6th ed.). São Paulo: Atlas. Recuperado de <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e- tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2024). *Women's entrepreneurship report 2023/24*. Global Entrepreneurship Research Association. Recuperado de <file:///C:/Users/neto2/OneDrive/Desktop/gem-2023-24-we-report-051224-final-1733396518.pdf>
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 35(2), 57–63. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000200008>
- Guiraldelli, R. (2012). Adeus à divisão sexual do trabalho? desigualdade de gênero na cadeia produtiva da confecção. *Sociedade e Estado*, 27(3), 709–732. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0102-69922012000300014>
- IDENE/SUDENE. (2013). *PESI - NNE - Plano estratégico de integração do Norte e Nordeste de Minas Gerais*. Belo Horizonte.

- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Brasil em Síntese*. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Recuperado de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/taubate/panorama>
- Jonathan, E. G. (2011). Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicologia Clínica*, 23, 65-85. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/pc/a/YcSysGmpDJmG4TDjcwFhpN/abstract/?lang=pt>
- Kraiser, M., & Mota-Santos, C. M. (2021). O trabalho dentro da casa ou a casa dentro do trabalho? Um estudo com mulheres (trabalhadoras em domicílio e empreendedoras) do setor de lingerie em Minas Gerais. *Revista de Gestão e Secretariado*, 12(1), 205-230. Recuperado de <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/1138>
- Kogut, C. S., & Mejri, K. (2022). Female entrepreneurship in emerging markets: challenges of running a business in turbulent contexts and times. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 95-116. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2021-0052>
- Leite, M. de P. (2004). *Tecendo a precarização: trabalho a domicílio e estratégias sindicais na indústria de confecção em São Paulo*, 2(1), 239–265. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/tes/v2n1/05.pdf>
- Machado, H. V. (2002). *Identidade empreendedora de mulheres no Paraná*. Universidade Federal de Santa Catarina. Recuperado de <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/84447/183290.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Machado, H. V. (2003). A identidade e o contexto organizacional: perspectivas de análise. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 7(spe), 51–73. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S1415-65552003000500004>
- Marconi, M. de A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas. Recuperado de [https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy\\_of\\_historia-i/historia-ii/china-e-india](https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india)
- Mastroianni, F. (2024). Women Entrepreneurship—Characteristics and Challenges. *Business Review*, 23(1), 9-16. Recuperado de <https://doi.org/10.17265/1537-1514/2024.01.002>
- Minini, R. M., & Ferraz, D. L. da S. (2015). A identidade de enfermeiros supervisores em um hospital público de Belo Horizonte. *Revista Gestão e Conexões*, 4(1), 165-186. Recuperado de <https://doi.org/10.13071/regec.2317-5087.2015.4.1.8402.165-186>
- Mota-Santos, C. M., Carvalho Neto, A. M., Caeiro, M., Versiani, F., & Martins, M. G. (2016). As mulheres estão quebrando as três paredes de vidro? Um estudo com empreendedoras mineiras. *E&G Economia e Gestão*, 16 (45), 126-149.

- Recuperado de <https://periodicos.pucminas.br/economiaegestao/article/view/P.1984-6606.2016v16n45p126>
- Nazario, L. S., & Lobo, E. A. (2024). Motivações ao empreendedorismo feminino na área da beleza e estética. *Destarte*, 13(1), 110-137. Recuperado de <http://periodicos.estacio.br/index.php/destarte>
- Neves, M. de A., & Pedrosa, C. M. (2007). Gênero, flexibilidade e precarização: o trabalho a domicílio na indústria de confecções. *Sociedade e Estado*, 22(1), 11–34. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/se/v22n1/v22n1a02.pdf>
- Ogundana, O. M., Simba, A., Dana, L. P., & Liguori, E. (2021). Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model. *Journal of Small Business Management*, 59(sup1), S42-S72, 542-572. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1938098>
- Pergelova, A., & Mandakovic, V. (2024). The everyday female entrepreneur and the pursuit of emancipation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(10), 2731-2755. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2023-1293>
- Rago, M. (2007). Trabalho feminino e sexualidade. In Priori, Mary Del (org.) *História das mulheres no Brasil* (9th ed., pp. 578–606). São Paulo: Contexto.
- Ruiz, J. L. (2023). Contexto Histórico e Evolutivo da Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho. *Management, business and its perspectives*, 1(1), 1- 17.
- Strawser, J. A., Hechavarría, D. M., & Passerini, K. (2021). Gender and entrepreneurship: Research frameworks, barriers and opportunities for women entrepreneurship worldwide. *Journal of Small Business Management*, 59(sup1), S1-S15. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1965615>
- Vergara, S. C. (2005). *Métodos de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.
- Whetten, D. A. (David A., & Godfrey, P. C. (1998). Identity in organizations: building theory through conversations. *Sage Publications*. Recuperado de [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=ViE5DQAAQBAJ&oi=find&pg=PP1&dq=WHETTEN,+D+%26+GODFREY,+P.+Identity+in+Organizations+London:+Sage,+1998&ots=TnFc\\_0Gz\\_K&sig=tK-1U0jUdtQXEiLRi0Yq\\_lhuxfk#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=ViE5DQAAQBAJ&oi=find&pg=PP1&dq=WHETTEN,+D+%26+GODFREY,+P.+Identity+in+Organizations+London:+Sage,+1998&ots=TnFc_0Gz_K&sig=tK-1U0jUdtQXEiLRi0Yq_lhuxfk#v=onepage&q&f=false)
- Yin, R. K. (2010). The Case Study Crisis: Some answers. *Administrative Science Quarterly*, 26 (1), 58-65. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/2392599>