

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: ESTUDO DAS REPRESENTAÇÕES DAS MULHERES ARTESÃS DE BARBACENA-MG

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: STUDY OF THE REPRESENTATIONS OF ARTISAN WOMEN FROM BARBACENA-MG

Parley Lopes Bernini da Silva¹
Jussara Cândida Soares²
Lidiane Cristina Alves Carneiro³
José Carlos de Cnop Siqueira⁴

RESUMO

O artigo explora a temática de empreendedorismo social e como correlaciona ao *modus vivendi* das mulheres artesãs de Barbacena -MG que informalmente integram as feiras livres de artesanato do município, tal qual os significados que atribuem a sua prática de comercialização que resulta em sua inclusão/exclusão social. Para tal, a revisão bibliográfica e a aplicação de 12 questionários semiestruturados tornaram-se o alicerce deste ensaio. A análise, ancorada nas temáticas de Empreendedorismo e Empreendedorismo Social permitiu mapear aspectos polissêmicos das representações das mulheres no que diz respeito a sua posição neste nicho de mercado, notadamente percebido na literatura como instrumento de evasão do precariado. O estudo conclui que as protagonistas atribuem múltiplos significados a sua atuação neste contexto como o de que seu produto, antes de assumir valor financeiro, recebe questões subjetivas como o de realização pessoal e status frente ao grupo que participa e a sociedade que integra.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Mulheres; Barbacena -MG.

¹Mestre em Extensão Rural pelo Departamento de Economia Rural Universidade Federal de Viçosa. Viçosa; Minas Gerais. Brasil. E-mail: parley.silva@ufv.br.

²Bacharela em Administração pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais. *Campus* Barbacena. Barbacena, Minas Gerais. Brasil. E-mail: jssarasoaresadm@gmail.com.

³Bacharela em Administração pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais. *Campus* Barbacena. Barbacena, Minas Gerais. Brasil. E-mail: lidianealvescarneiro@hotmail.com

⁴Especialista em Administração Financeira; Docente no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais. *Campus* Barbacena. Barbacena, Minas Gerais. Brasil. E-mail: josecarlos.decnop@ifsudestemg.edu.br.

ABSTRACT

The article explores the theme of social entrepreneurship and how it correlates in the *modus vivendi* of women artisans in Barbacena -MG who informally participate in the free handicraft fairs in the municipality, as well as the meanings that they attribute to their marketing practice that results in their inclusion / social exclusion. To this end, the bibliographic review and the application of 12 semi-structured questionnaires became the foundation of this essay. The analysis, anchored in the themes of Entrepreneurship and Social Entrepreneurship, allowed to map polysemic aspects of women's representations with regard to their position in this niche market, notably perceived in the literature as an instrument for evading the precariat. The study concludes that the protagonists attribute multiple meanings to their performance in this context, such as that their product, before assuming financial value, receives subjective issues such as personal fulfillment and status vis-à-vis the group they participate in and the society they integrate.

Keywords: Entrepreneurship; Woman; Barbacena –MG.

INTRODUÇÃO

Os estudos que debruçam na temática de empreendedorismo têm destaque nas análises advindas no campo das Ciências Sociais Aplicadas, sobretudo àquelas que tenham aporte o campo da Administração e dos processos de gestão (BRUTTO, 2010; SILVA; SILVA, 2019). É palco de constante pesquisa e de interesse pois a condição que se estabelece é, senão majoritariamente, vinculado ao fato de escapar das instabilidades do mercado como precarização e ofícios ausentes de segurança trabalhista (MEDEIROS *et al*, 2017; ASSUNÇÃO; ANJOS, 2018; SILVA; SILVA, 2019).

Entende-se, pois, ser tema que recebe espaço de debate nas academias e sociedade, ora que possui ampla capacidade de inovação e transformação do mercado atual, percebido como incerto e que maximiza a eficiência econômica do negócio (MEDEIROS *et al*, 2017). O conceito de empreendedorismo correlaciona com “o crescimento e desenvolvimento de um país diretamente relacionados à sua economia” (SILVA; SILVA, 2019, p.2) sendo procedimento integrante das sociedades capitalistas, onde a busca por melhores condições do *modus vivendi* de seus indivíduos demarcam práticas mercadológicas de segmentação de mercado e levantamento de oportunidades potenciais de negócios. Como é percebido (idem, 2019, p.2):

Por essa razão, tem se observado, nos últimos anos, um interesse crescente dos governantes e da sociedade em geral pelo tema empreendedorismo. Esse interesse se justifica dado o que o empreendedorismo possui, segundo Porter (*apud* LEAL *et al.*, 2018, p.121) ‘a capacidade de inserir inovação, seja por meio de produtos ou processos de produção, o que conduz à competitividade e ao aumento da eficiência econômica’.

É, observando isso, que tal temática tem sua ênfase por justamente correlacionar ao ato de implementar e gerar valor a um produto/serviço com criatividade e possibilidades que vão além da mera lógica de oferta/demanda, ora que “entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (ASSUNÇÃO; ANJOS, 2018, p.4).

Há de se considerar que “está relacionado com a criação de valor por pessoas e organizações que trabalham juntas, visando implementar uma ideia que envolva a aplicação de criatividade, capacidade de transformar e o desejo de assumir aquilo que comumente se chamaria de risco” (SILVA; SILVA, 2019, p.3 *apud* LEITE, 2000). Dessa forma, os ensaios que dediquem esforços em explicitar este conceito o aproximam com o de ser algo que envolva o sentimental; a necessidade de melhoria de vida; a condição de encontrar caminhos alternativos ao mercado atual e, especialmente, aceitação de um possível fracasso são destaques para conceituar a categoria analítica. Nisto, é de interesse ressaltar que (SILVA; SILVA, 2019, p.3-4):

Para Oliveira (2014), o empreendedorismo deve ser conceituado como um processo evolutivo e inovador das capacidades, habilidades e atitudes profissionais orientadas a aumentar os resultados dos empreendimentos e a consolidar novos projetos que sejam estrategicamente relevantes [...] Baggio e Baggio (2014) salientam que qualquer dessas definições apresentará, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao sujeito empreendedor: iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo o que se propõe a fazer, utilização criativa dos recursos disponíveis e a capacidade de transformar o ambiente social e econômico onde vive e, por último, a capacidade de aceitar assumir riscos calculados, bem como a possibilidade de fracassar.

A capacidade de perceber campos de oportunidade em situações que são consideradas conflituosas/de crise é outro ponto intimamente vinculado ao ato de empreender, haja vista que a possibilidade de visualizar estes espaços nestas situações distancia quem empreende do senso comum. Nesse sentido, uma das vertentes de ser empreendedor é a do Empreendedorismo Social (dito ES), pautado sobretudo nas relações afetivas e de viés para além do capital. Nele, aspectos

subjetivos do empreendedor como o que sente e enxerga o mercado correlacionam com a prática de venda (SILVA; SILVA, 2019).

No ES, por sua vez, se faz presente uma valorização do capital revelados pela cooperação e solidariedade, identificando diversas categorias e modalidades de organização (cooperativas; associações; grupos de trabalho, dentre outros) que emergem da falta de oportunidades no sistema de mercado atual, altamente segmentado e fragmentado, tornando essencial para o alcance de salários elevados a qualificação de nível superior (MEDEIROS *et al*, 2017). Assim, pode-se categorizá-lo como (ibid, 2017, p.3 *apud* BORINELLI; SANTOS; PITAGUARI, 2010):

Um sistema socioeconômico aberto, que é construído a partir da cooperação e solidariedade para atender às necessidades e desejos materiais e de convivência, a partir de movimentos democráticos, participativos e de autogestão, visando quesitos individuais, comunitários, sociais, ambientais e que visam, além de novas formas de convivência, aos benefícios gerados a partir de relações de reciprocidade, em vez da competição e individualismo.

É, de tal modo, seguindo a interface de que o ES atende múltiplos aspectos da vida cotidiana na busca de minimizar questões sociais latentes que esta análise se extrai. Situado neste debate teórico, este ensaio propõe expor como a prática do empreendedorismo social é percebido pelo grupo de mulheres artesãs que compõem o Grupo *Grifus Art* que atuam informalmente nas feiras livres de artesanato locais de Barbacena -MG, tal qual como este fenômeno favorece suas interpretações daquilo que comercializam, o que resulta na sua perspectiva de inserção/exclusão social. Para tal, a revisão bibliográfica amparada nas categorias analíticas de “Empreendedorismo” e “Empreendedorismo Social” tornaram-se destaque na execução deste ensaio.

Metodologicamente qualitativo, apresenta como instrumento de investigação a utilização de questionários semiestruturados on-line em decorrência a pandemia de Covid-19. Os procedimentos metodológicos, assim, são detalhadamente descritos na seção Material e Métodos desta pesquisa. O universo empírico, por sua vez, compreendeu o município de Barbacena – MG ora que este se vê com poucas produções nesta temática o que resulta numa oclusão de estudos dedicados a este público. Este, também, se encontra ilustrado no capítulo supracitado.

REVISÃO TEÓRICA

EMPREENDEDORISMO COMO FOCO DE ANÁLISE

O início da atividade de empreendedorismo, a nível nacional, data de 1990 onde diversas ações “governamentais e privadas ocorreram no Brasil visando o crescimento do empreendedorismo. Uma dessas iniciativas foi o Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, que, de 1999 a 2002, investiu 8 bilhões de reais na capacitação de empreendedores brasileiros” (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p.20). Esse tipo de ação buscava, especialmente, profissionalizar uma classe que era pouco percebida e, ao mesmo tempo, já apresentava destaque nas contribuições que levantavam. Conforme ilustrado por Lois Jacques Filiou (2000, p.33 *apud* BAGGIO; BAGGIO, 2014, p.26), um dos motivos dessa ação governamental emergiu em resposta ao perfil do brasileiro pois:

O Brasil é atualmente um dos países onde poderia haver uma grande explosão empreendedora. Só os brasileiros têm poder para que isso aconteça. Para tanto, deve-se superar um certo número de obstáculos. Pode-se identificar pelo menos seis deles: o primeiro deles é o da autoconfiança; o segundo obstáculo é uma consequência do primeiro e consiste na falta de confiança que existe entre os brasileiros; o terceiro é a necessidade de desenvolver abordagens próprias ao Brasil, que correspondem às características profundas da cultura brasileira; o quarto diz respeito à disciplina, ela se torna a condição da superação dos três primeiros obstáculos; o quinto se refere à necessidade de compartilhamento e o último obstáculo é o da burocracia.

É considerando isso que a academia tem demonstrado interesse nesta categoria conceitual. O crescimento desses estudos nas instituições de ensino, para além do sentido *strictu* de explicitá-lo a realidade brasileira correlaciona ao fato de que a educação empreendedora (EE) detém como um dos seus pilares a capacidade de formar cidadãos capazes de inovarem e transformarem a sociedade que integram/interagem, isto num cenário socioeconômico atual de constantes mudanças tanto para o mercado em si quanto para as identidades profissionais que nele integram/inserem (SILVA; SILVA, 2019; POCHMAN, 2002).

Por fim, empreendedores são agentes de transformação, atentos a novas oportunidades de mercado, “são criativos e sabem captar novas ideias das outras pessoas e de outras fontes” (MEDEIROS *et al*, 2017, p.35), neste caso apropriando

dos saberes presentes nas academias que estabelecem análises reflexivas sobre o tema. Nisto, Pochmann (2002, p.161-162), faz referência que:

Neste início do século XXI, a constituição de um novo referencial metodológico voltado para a formação cidadã, a capacitação ocupacional e aprendizagem em atividades coletivas na comunidade, em consonância com as mudanças em curso do padrão de desenvolvimento socioeconômico, representa um enorme desafio.

Com o processo de globalização, cada vez mais aceito como responsável pela aproximação cultural; de identidades; de mobilidade acadêmica e profissional, faz-se necessário à presença de indivíduos qualificados à busca de constantes e desafiadoras oportunidades (SILVA; SILVA, 2019). Características como liderança; tino comercial; disciplina e competitividade integram as de caráter simbólico e afetivo, de modo a tornar um empreendedor nato, conciliando aspectos afetivos com capacidades que podem ser adquiridas por ações profissionalizantes. Com isto (ibid., 2019, p.7):

Hoje se acredita que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer indivíduo e que o sucesso resulta de um conjunto de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e da forma como ele administra os obstáculos que surgem ao longo do empreendimento (DORNELAS, 2016) [...] Entretanto, um dos maiores desafios observado na educação empreendedora é a necessidade de inserir a inovação, essência do empreendedorismo, nas etapas do ensino aprendizagem (MACHADO; LENZI; MANTHEY, 2017). Essa dificuldade é acentuada pelas características das universidades (NASCIMENTO *et al*, 2016) as quais ainda reproduzem ritos e tradições seculares que dificultam desenvolver o potencial empreendedor e inovador dentro destas instituições.

Perceber essa condição no palco acadêmico é abrir debate a propor questões que contornem essa situação, ora que se torna um obstáculo exercer a prática empreendedora se, antes disso, existe uma condição de ensino estática nas instituições superiores sobre o que é o empreendedorismo – sobretudo a temática do ES – (SILVA; SILVA, 2019). É de valia comentar que a necessidade de alterar esse cenário emerge da condição que a própria academia possui, sendo propulsoras do saber científico onde o que teoriza e produz deve refletir para a sociedade que integra positivamente, por intermédio de ações; relatórios; estudos ou profissionais (CABRAL *et al*, 2011). Como resposta, a prática de EE têm sido considerada uma das ferramentas capazes de mitigar o olhar densamente teórico das Universidades.

Faz-se necessário que o processo de ensino empreendedor seja desenvolvido de maneira adaptativa a realidade local, evadindo do arcaísmo metodológico que múltiplas disciplinas teóricas possuem, haja vista que é pela união do saber teórico com atividades práticas que a EE exige para sua construção e aprendizado efetivo (SILVA; SILVA, 2019), aspecto esse revelado pela prática do Empreendedorismo Social.

EMPREENDEADORISMO SOCIAL: SOB UMA ÉGIDE TEÓRICA CONSTANTE

O termo empreendedor social e empreendedorismo social são traduções originárias da língua francesa *social entrepreneur* que significam aqueles que admitem “riscos e começa algo novo sendo utilizados pela primeira vez em inglês entre as décadas de 1960 e 1970. Entretanto, o termo foi de fato distribuído durante as décadas de 1980 e 1990 por Bill Drayton, o fundador da Ashoka Empreendedores Sociais” (DORNELAS, 2001, p. 26 *apud* SILVA *et al*, 2012, p.2), e *a posteriori* por Charles Leadbeater, escritor inglês (SILVA *et al*, 2012). Mais ainda, como demonstra Sant’Ana (2017, p.5):

Ainda sem um conceito definido o Empreendedorismo Social é um fenômeno que ganhou muita importância nas últimas décadas do século passado, e que substituiu a prática da caridade, da filantropia e do assistencialismo por uma nova forma de gestão social. Esta é a forma inovadora de como o Empreendedorismo Social aplica a sua metodologia e as suas estratégias provocando impactos que geram a autonomia e a organização social. O Empreendedorismo Social pode ser uma saída para reduzir a tamanha desigualdade em que vivemos e promover a dignidade humana para os socioeconomicamente excluídos do sistema.

Assim, o ES vem ganhando importância nos últimos anos no campo da Administração tendo mote o assistencialismo como forma diferente de gerir negócios diferenciados criados por empreendedores que percebem as necessidades reais da sociedade. O Empreendedor Social e suas ações auxiliam na otimização da desigualdade humana e vai de frente com a realidade vivida pela sociedade, servindo de apoio às demandas por ela levantada (SANT’ANA, 2017).

Entende-se, pois, que o ES tem sua lente pautada na caracterização “de produtos e serviços que tem o foco principal na resolução, ou minimização, de problemas em áreas de educação, violência, saúde, alimentação, meio ambiente,

etc.” (SEBRAE, 2017, s.p. on-line). É assim um segmento que, contrário ao acúmulo de capital, propõe-se a gerar mudanças nas comunidades que se insere por intervém de ações pautadas na solidariedade, equidade e respeito às condições locais.

É de interesse destacar que seus proventos são destinados à promoção de bem-estar daqueles que o ingressam/compõem. As ações do ES são, sobretudo, direcionadas a um negócio constante e que busque mitigar situações de precarização do trabalho. Abarcando diversos campos como da educação; engenharias; saúde; agroecologia; serviço social; direitos humanos e afins propiciam levantar o debate variáveis da vida rotineira e, especialmente, oferecer ferramentas que busquem sua minimização. Conforme Sant’Ana (2017, p.8):

O Empreendedorismo Social tem por finalidade intervir e transformar positivamente a vida de pessoas e de comunidades que estão em situação de vulnerabilidade social e não são assistidas pelos governos que, nas últimas décadas, têm reduzido à aplicação de recursos em políticas públicas na área social. Ainda sem um conceito definido o Empreendedorismo Social tem despertado a atenção da sociedade, em todo o mundo, num momento em que, estranhamente, apesar do aumento da produção mundial de alimentos e de todo o desenvolvimento social e tecnológico, a pobreza persiste em assolar populações inteiras em países em desenvolvimento e, até mesmo, em avançar em várias regiões do planeta.

E enfatizado por SEBRAE (2017, s.p., on-line):

O empreendedor social desenvolve um negócio que possa servir constantemente a determinada causa. Um exemplo são as campanhas de inverno realizadas todos os anos por empresas que doam roupas aos moradores que estão em situação de rua. Apesar de minimizar o frio, esse tipo de ação não transforma a situação, pois mais questões associadas como o desemprego, continuam a existir. Já no empreendedorismo social, por exemplo, um profissional poderia criar uma loja de roupas que só fizesse a contratação de moradores em situação de rua, ensinando a costurar e doando parte da produção aos funcionários. O lucro obtido com a venda das peças seria utilizado para o pagamento de despesas e salário dos empregados. O negócio ainda poderia oferecer diferentes benefícios aos trabalhadores, como cursos e grupos de apoio.

Entendido que a prática de ES se propõe, mais que minimizar uma questão, adotar práticas que sejam específicas aos conflitos sob a lente micro: conhecendo, avaliando, planejando e estabelecendo ações que se voltem a este fenômeno. O campo do empreendedor social vai para além da questão financeira e interconecta com as sociais (como cuidado de seus integrantes) e ambientais (dando ênfase ao uso

correto dos recursos naturais). Assim, “o empreendedor social é uma pessoa que reconhece problemas sociais e tenta utilizar ferramentas empreendedoras para resolvê-los. Difere do empreendedorismo tradicional, pois tenta elevar ao máximo os retornos sociais ao invés de maximizar o lucro” (SILVA *et al.*, 2012, p.3).

Pode-se, de tal maneira, afirmar a ideia de que é uma atividade a qual necessita atenção às temáticas sociais das quais ilustram conflitos e/ou mudanças de comportamento, tornando parte de seus cidadãos em condições de vulnerabilidade. É nesta temática que o ES se propõe analisar (SILVA *et al.*, 2012). Desse modo, a literatura correlaciona que seus membros “encontram no trabalho uma missão que ultrapassar a busca pelo sucesso financeiro e se reflete em benefício do próximo” (SEBRAE, 2017, s.p., on-line). Como reforça o portal (*idem.*, 2017, s.p., on-line):

A empatia é a principal característica dos empreendedores sociais, que devem buscar conhecer o público ou a causa que desejam atender, percebendo seus impasses e dificuldades. Não é possível desenvolver empatia apenas com números e relatórios; para isso é essencial ouvir e conversar com potenciais clientes (não buscando apenas uma ideia de negócio), se colocando no lugar de quem realmente convive com a situação – seja a falta de alimentos, questões de segurança, convívio com o lixo ou a dificuldade de acesso à cultura.

Nisto, o empreendedor social necessita de ter atenção à questão social que almeja intervir, ora que “é um desafio permanente que segue uma visão econômica através da criação de empreendimentos sociais voltados para a geração de oportunidades e auxílio para aqueles que estão à margem ou fora da economia do país” (SANT’ANA, 2017, p.7). Isto posto, é pela prática do ES que se obtém um instrumento de fuga aos processos de exclusão e precarização do trabalho a múltiplos grupos que, dentre eles, destacam-se as mulheres reveladas pelo processo histórico brasileiro de limitação e voz na vida pública (SILVA; AZEVEDO, 2016) e do mercado ao decorrer da formação nacional, questão essa apresentada no tópico subsequente.

A INSERÇÃO DA MULHER NA VIDA PÚBLICA E DO TRABALHO: QUESTÕES DE FUNDO

Os debates mais acalorados no que tratam da inserção da mulher no mercado remontam da Revolução Francesa, onde ganhavam destaque ao lutarem por seus direitos e melhoria da sua condição de vida, sendo resultado de um trabalho digno.

Como ilustrado por Hobsbawn (2004 *apud* ASSUNÇÃO; ANJOS, 2018, p.5):

A Revolução Francesa trouxe uma nova perspectiva do papel da mulher na sociedade. Tendo em vista que as mulheres passaram a lutar por seus direitos em busca de melhores condições de vida e por equiparação de gêneros, primando pelo princípio de isonomia bem como a luta por algo que lhe é justo.

Sendo um fenômeno considerável e de amplitude global, o processo de lutas das mulheres não somente alastrou por toda Europa, mas também alçou a América. Nisto, sob uma lente micro, a construção de agendas que pautassem as questões de igualdade de gênero tivera destaque no Brasil, historicamente demarcado como patriarcal. As questões, sobretudo, buscavam tornar igual o acesso das mulheres a questões como trabalho; emprego; renda; saúde; educação e direito ao voto (SILVA; AZEVEDO, 2016).

A efervescência desta situação no país, promovida por manifestações e ações reivindicatórias, também recebeu ênfase por tratados e pressões internacionais ao Brasil que direcionavam a nação tornar público o debate de gênero e direitos as mulheres (SILVA; AZEVEDO, 2016). Dentre as garantias femininas, é percebido que a ação empreendedora também tem seu destaque na redução dessas desigualdades, ora que se apresenta como uma forte ferramenta neste contexto. Como é percebido (BARRETO, 2014 *apud* ASSUNÇÃO; ANJOS, 2018, p.5):

O Brasil passou por um processo de transformação no contexto econômico, seguido por uma diminuição social referente a desigualdade de gêneros entre homens e mulheres, um marco histórico, devido ao advento do empreendedorismo, sendo uma ferramenta estratégica, possibilitando o processo de inserção no mercado de trabalho.

Assim, furto de lutas, a entrada da mulher no mercado é constantemente relacionada a sua busca de ações reivindicatórias e de igualdade de gênero onde suas ações trabalhistas não sejam tão-só reconhecidas, mas asseguradas e valorizadas. Em cenário nacional, por sua vez, sua condição de trabalhadora é velada ora que está atrelada a construção histórica do país pautada na valorização masculina como provedor financeiro e a feminina como unicamente cuidadora das questões do lar e seu entorno (SILVA; AZEVEDO, 2016). Há, assim, de se considerar que a busca feminina por reconhecimento dos seus direitos é latente e se faz presente pela melhoria dessa situação.

A nível nacional é de se destacar a consolidação da Constituição Federal (CF) de 1988 (também conhecida como Constituição Cidadã) trouxe atenção a este público aliado a uma série de direitos, como o voto (SILVA; AZEVEDO, 2016), tornando público o debate da igualdade de gênero. Em igual teor, a consolidação das Leis de Trabalho – CLT – (ASSUNÇÃO; ANJOS, 2018) tal qual “inovou o campo dos direitos civis e sociais [...] favoreceu a abertura de mecanismos e espaços para a implantação das políticas de gênero” (SILVA; AZEVEDO, 2016, p.1-2). Com esses dispositivos legais institucionalizados, as mulheres são percebidas como cidadãs em destaque nas atividades empreendedoras, haja vista sua constante necessidade de promover ações reivindicatórias em prol dos seus direitos que precisam ser efetivados na prática (idem., 2018).

Outra conquista considerável para as mulheres está na criação da Secretaria Nacional de Políticas para as Mulheres (SNPM), vinculada ao Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos que “tem como atribuição a defesa da dignidade de todas as mulheres” (BRASIL, 200-, s.p.). É pela Secretaria que se faz a articulação e coordenação de políticas públicas a este público historicamente excluído no país, por intermédio dos departamentos que integram a Secretaria, a saber: Departamento de Políticas das Mulheres e Relações Sociais (DPMRS); Departamento de Políticas de Enfrentamento à Violência contra as Mulheres (DPEVM) e o Departamento de Promoção da Dignidade da Mulher (DPDM) onde dentre múltiplas ações se enquadram a de oportunidades de acesso ao mercado de trabalho, bem como políticas de igualdade de gênero.

Como dispositivos legais, compete a Secretaria (BRASILb, 2019, on-line) “[...] I - promover diretrizes e defender a dignidade de todas as mulheres de forma integral, dando suporte para que contribuam com o bem comum, de forma solidária e com a subsidiariedade do Estado” (idem., 2019, on-line); ao DPMRS “[...] I - promover diretrizes sobre condições de trabalho digno e oportunidades de projeção econômica e social para as mulheres, levando em consideração suas diferenças e necessidades específicas” (ibidem., 2019, on-line); ao DPEVM “[...] promover diretrizes de combate e prevenção de todas as formas de violência contra a mulher, com vistas a criar condições de paz nas relações interpessoais e sociais, defendendo a dignidade, a vida e a liberdade da mulher” (ibidem., 2019, on-line) e finalmente ao DPDM “[...] IV - promover diretrizes e defender as diversas realidades e desafios socioculturais das

mulheres, com respeito à dignidade da mulher” (ibidem., 2019, on-line).

Para além do sentido *latu* de igualdade de gênero, em tempos atuais, é notado um desenho institucional do Estado Brasileiro que se propõe a exercer uma transversalidade nas suas ações, atendendo às mulheres nas mais diversas esferas que integra, dentre elas a trabalhista (BRUTTO, 2010; BRASIL, 2019; 200-). Sob a perspectiva de compreender como estas ações refletem na vida das mulheres (sobretudo a temática de empreendedorismo social) que a monografia se justifica ao requerer trazer para o debate questões que perpassam dispositivos legais, mas sim o que é subjetivo a elas e como conjugam sua inserção e ganho de cidadania revelado através de suas práticas empreendedoras.

MATERIAL E MÉTODOS

Este estudo trata como *corpus* da pesquisa mulheres artesãs de Barbacena-MG que desenvolvem seus trabalhos a serem comercializados nas feiras de artesanatos promovidos por ação do Grupo *Grifus Art* formado com idade entre 20 a 60 anos, tendo sua iniciação em 2018 por demanda espontânea. Por fim, comercializam seus artesanatos em feiras livres na cidade de Barbacena e cidades vizinhas. O *lócus*, por sua vez, situa no município de Barbacena -MG, onde segundo o IBGE (2017, n.p.) em dias atuais:

O município, com 788,001 quilômetros quadrados, ocupa o sítio de um antigo aldeamento de índios puris, na região conhecida como Campo das Vertentes e possui doze distritos desde 2014: Colônia Rodrigo Silva, Correia de Almeida, Costas da Mantiqueira, Faria, Padre Brito, Galego, Mantiqueira do Palmital, Senhora das Dores, Pinheiro Grosso, Ponte do Cosme, Ponte Chique do Martelo e São Sebastião dos Torres. Apresenta população estimada em 2019 de 137.313 mil habitantes, sendo o 12º município com maior número na microrregião que pertence e o 853º no estado de Minas Gerais.

O setor de serviços detém destaque na cidade, tendo indústrias nos segmentos têxteis, de cimento e abrasivos. O agronegócio e a prestação de serviços, em especial na medicina clínica e de diagnóstico, também fortalecem a economia da região (PREFEITURA, 2017). Outro destaque da localidade se deve a sua grande produção de frutas e flores, resultado do seu clima majoritariamente ameno (ER, 2021). O Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* em 2017 alçou o valor de R\$ 19.631,86 e o

Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) em 2010 foi de 0,769 (IBGE, 2017), estando entre as 20 melhores cidades mineiras para se viver. Barbacena se localiza na Serra da Mantiqueira e na região conhecida como Campo das Vertentes (FIGURA 1).

Figura 1 – Localização de Barbacena (Nível Federal/Estadual)



Fonte: OLHANDO A JANELA DO TREM, 2020.

A ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

O ensaio, qualitativamente demarcado, é amparado nas categorias analíticas Empreendedorismo e Empreendedorismo Social, busca correlacionar como as mulheres artesãs do grupo *Grifus Art* representam sua inserção/exclusão social reveladas através da prática empreendedora, sobretudo a de ES. Para tal, o levantamento de livros; leis; artigos; teses e dissertações que elencassem esses conceitos tiveram destaque na construção desta pesquisa.

A escolha da natureza qualitativa emerge ao perceber que há presença de diversos atores nos múltiplos processos sociais da pesquisa, bem como com distintas percepções sobre a realidade social que vivem, necessitando assim de uma análise particularizada a qual nem sempre obtém quantitativamente (GODOY, 1995). A pesquisa qualitativa, desse modo, se torna mais apropriada para esta investigação, pois dá ênfase no caráter subjetivo do sujeito/objeto analisado, estudando suas particularidades e experiências individuais onde “o pesquisador aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível em

equações médias e estatísticas” (MINAYO, 2001, p.22).

Na pesquisa de campo, utilizou-se como procedimentos de coleta de dados questionários semiestruturados *on-line* em virtude da obrigatoriedade de distanciamento social exigido pela pandemia de Covid-19 com anotações em papel e gravação em áudio. Através deste, as respondentes poderiam delimitar opiniões, estabelecer ideias ou agrupar experiências que julguem relevantes ao que se pesquisa.

O questionário, composto por 12 questões abarcavam aspectos relacionados a sua prática de artesã; suas representações do que é a feira livre onde atuam; seu grau de inclusão/exclusão após inserção na feira; percepção de ordem pessoal – como vê sua vida pós inserção no grupo de artesãs –; aspectos relacionados a sobrecarga de trabalho, dentre outros. A proposição em estabelecer tais perguntas emergiram do aprofundamento na literatura acadêmica, haja vista que a prática de ES correlaciona aspectos subjetivos e pessoais com a gerência do capital que se recebe.

A análise descritiva, por sua vez, se estabelece com a pesquisa de campo e a materialização da representação e das memórias do pesquisador num detalhamento profundo (GEERTZ, 1997), posto que “o fim do colonialismo alterou radicalmente a natureza da relação social entre os que perguntam e observam e os que são perguntados e observados” (GEERTZ, 1997, p.172). Do mesmo modo, os objetos do estudo não só se fazem presentes nos diversos grupos sociais, mas tomam ciência do que se escreve e questionam ao que é apresentado sobre eles, haja vista que “*tout ce qui est dit ou écrit est susceptible d’être soumis à analyse de contenu*” (HENRY; MOSCOVICI, 1986, p.36).

A análise dos dados, como lhe compete, foi ancorada nas temáticas supracitadas, caracterizando como descritivo e interpretativo. Nos resultados, caracterizou-se quais fatores são interpretados pelas mulheres como instrumentos de inserção/exclusão social através de suas práticas empreendedoras de venda.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Recebido os dados (totalidade de 12 respondentes), compuseram este capítulo propondo tornar próximo o que se teve por retorno com demais pesquisas científicas que interagem nas categorias analíticas abordadas anteriormente. Para tal, buscou-

se mesclar os dados ora em transcrições diretas ora em agrupamento de ideias/posições em quadros temáticos. Por resultados, a dissertação teve:

O índice de recorrência quanto a suas idades situou entre 20 a 64 anos, sendo majoritariamente casadas. Quanto ao grau de instrução, predominou a condição de ensino básico/fundamental. Este quesito, por sua vez, permite elucidar como as mulheres ainda se mantêm longe de um grau de instrução elevado o que, por consequência, limita seu campo de ação e voz. Aspecto esse revelado nas análises que sustentam o ensaio (SILVA; AZEVEDO, 2016; ASSUNÇÃO; ANJOS, 2018).

Ao que compete suas representações de seus artesanatos é de interesse destacar que se fez presente uma veiculação ao aspecto financeiro atrelado às questões subjetivas e de ordem pessoal. Como é lido:

Além de ser um empreendimento diferenciado foi uma terapia pois assim que aposentei senti sozinha, isolada no meu caso mexer com as plantinhas e artesanato eu continuei com um objetivo ainda maior e prazeroso cultivando e enfeitando vários lares e incentivando as pessoas viverem melhor com as plantinhas Suculentas no meu caso. (E2)

Uma fonte de renda, uma exposição e divulgação do meu trabalho, uma troca de saberes com as demais artesãs [SIC]. (E4)

É pela repetição de termos como “trabalho”; “renda” e “gratificação pessoal” que se faz presente a condição de que a prática do ES, ainda que não dita explicitamente, ser faz representada pelas mulheres artesãs justamente ao estabelecerem em suas associações de ideias e posições aspectos objetivos (como o recebimento dos proventos sobre o que desenvolvem) bem como subjetivos (realização pessoal; satisfação quanto ao tipo de trabalho que exercem, etc.).

Assim, pela prática do empreendedorismo social que as respondentes conjugam suas àquilo que lhes oferece retorno social e pessoal (SANT’ANA, 2017). Essa condição, posto isso, é revelada ao ler que recorrem a falas como “Renda extra e satisfação pessoal” (E11) e “Algo muito importante para minha vida” (E12). Ao serem questionadas quanto a sua visão representacional do que é a feira, bem como a importância que apresentam, destacam-se que:

Eu participei de duas feiras ali eu conheci pessoas de lugares diferentes que batalhavam mesmo para ganhar o seu espaço mostrar o seu trabalho. pra mim foi gratificante porq [SIC] saí de uma sala de aula para lhe dar com públicos diferenciados e onde há uma solidariedade de ambas as partes uns ajudando os outros sem competição e contar que criei muitas amizades isso

é muito importante. (E2)

É o melhor lugar para vendas. É fundamental para que meu trabalho seja reconhecido e para compartilhar vivências com outras artesãs e artesãos. (E5)

Divulgação da cidade por produtos, associação de pessoas. (E7)

É uma forma de apresentar minha arte pra sociedade, tal qual a suma importância é vender os produtos e garantir uma renda a mais pra minha família. (E10)

É um lugar interativo e lucrativo, sendo a garantia financeira pra muitos trabalhadores. (E11)

Tendo por norte as falas supracitadas, nota-se que a condição da feira as vistas das artesãs contemplam mais que o aspecto de sociabilidade entre o grupo e do consumidor. Existe, por sua vez, a junção de que as trocas sociais reveladas pela condição de associação/cooperação decorrem alinhadas a sua sensação de realização pessoal e o espaço que ganham junto ao seu núcleo familiar.

Nisto, a prática empreendedora não é só ilustrada com suas posições frente a um campo de poucas oportunidades em resposta ao índice de baixa escolaridade (SILVA; SILVA, 2019), buscando alternativas num mercado segmentado e de valorização do ensino superior, tal qual é percebida a do empreendedorismo social com a preocupação de também atenderem questões afetivas como preocupação com seus familiares e associação de pessoas a busca de uma melhora coletiva (SEBRAE, 2017). Ao que compete a condição de inclusão/exclusão pós inserção na feira livre, se fez presente a constância positiva ao que se levantou, tendo, como exemplos:

Eu por ter participado apenas de duas feiras me sinto incluída porq [SIC] a partir daí pude divulgar mais o meu trabalho e as pessoas tem procurado b m apesar de eu divulgar nas redes sociais nós contatos etc. (E2)

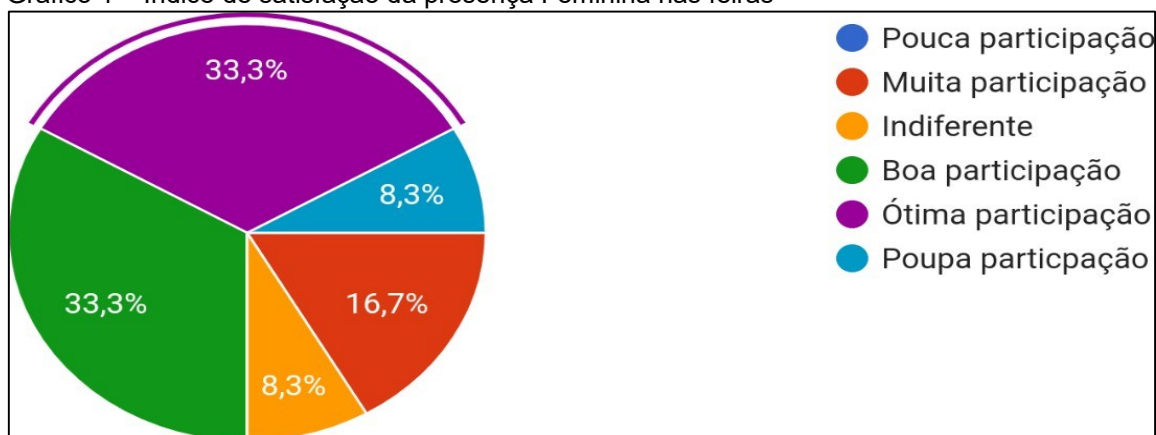
Mais incluída já que, de forma geral tem sempre algum profissional que está disposto a compartilhar o conhecimento e formar uma rede de apoio. (E8)

Percebido a condição de inclusão por parte das respondentes, duas vertentes teóricas podem ser levantadas: i. a primeira emerge da condição que a própria categoria analítica do empreendedorismo social se propõe conceituar: ainda que um campo pouco trabalhado sistematicamente detém como pilar aceite e inserção quer quem seja, independentemente de condição social (SILVA, *et al*, 2012; SANT'ANA, 2017). Assim, as mulheres se percebem inclusas por justamente neste tipo de

empreendimento a presença de grupos sociais dinâmicos; plurais e de diferentes visões são aceitas e se complementam.

A segunda vertente, a qual se aproxima do objeto empírico desta monografia, repousa na condição de **ii.** uma vez inseridas num mesmo grupo social que exercem as mesmas atividades reconhecidas e validadas por seus pares, relações de empatia se justificam e validam com a troca de saberes o que, de fato, oportuniza sensação de que sua função é de valia social. Equivale dizer que, exercido a prática do ES com colaboração mútua as mulheres se veem inclusas a sociedade que integram/interagem reveladas através de seus produtos artesanais. Houve também a predominância do saber fazer veiculada a questão geracional, sobretudo pela parte materna (mãe e avó), o que sugere estabelecer um estudo teórico particularizado e denso das relações de gênero sob a lente da transmissão oral e identidade social. Questionadas sobre o índice de satisfação da presença feminina nas feiras, obteve-se:

Gráfico 1 – Índice de satisfação da presença Feminina nas feiras



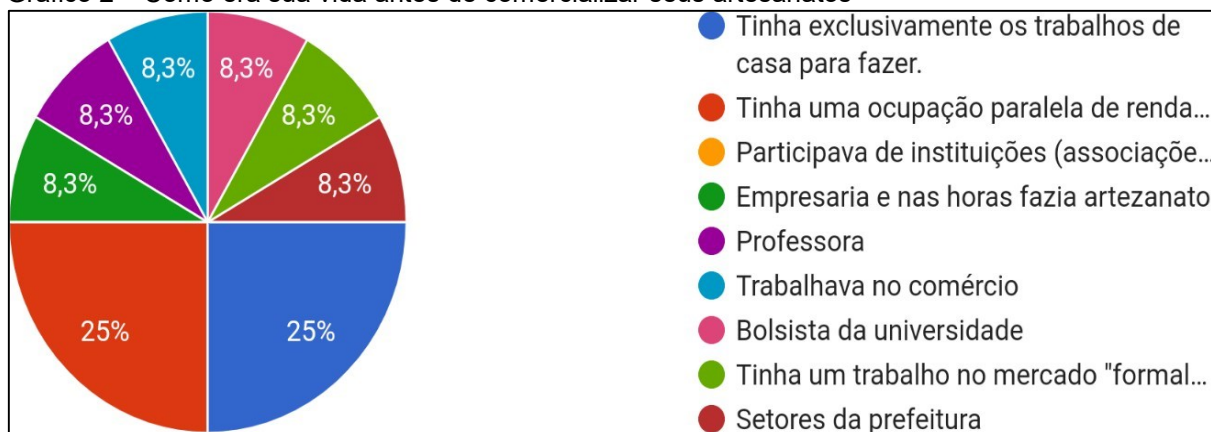
Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Considerando o que é representado no gráfico pode-se notar que o índice de satisfação quanto a presença feminina é tida de boa a ótima (ambas demarcando 33,3%). Dado o exposto, uma possível resposta ao resultado majoritariamente positivo se revela nos estudos de Sebrae (2017) e Silva e Azevedo (2016) onde o primeiro demonstra que a participação conjunta pautada sobretudo na empatia e cooperação as relações tendem a ser amistosas e de agradabilidade, pois antes do olhar economicista se faz presente atenção às questões particulares e valorização pessoal. Os segundos autores não só corroboram nesta condição como, em sua análise,

ilustram que pelas agendas em prol das mulheres fez-se presente espaços que antes lhes eram limitados (senão exclusivos) como o de recebimentos financeiros ao que produzem.

No que alude ao fato de gerenciar/conjugar suas ações de artesãs com a vida privada, destaca-se:

Gráfico 2 – Como era sua vida antes de comercializar seus artesanatos



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

A diversidade presente no gráfico 2 ilustra, como no capítulo teórico que trata da inserção feminina na vida pública, a multiplicidade papeis que as mulheres recebem desde a formação do Estado. Todavia, a titularidade em diversos campos não lhes garante a efetivação de seus direitos, haja vista que as maiores respostas remontam em atividades consideradas tão-só do lar (sem relevância por não gerar proventos) e àquelas tidas como direcionadas ao gênero feminino (cuidado de idosos, posição de babá e afins).

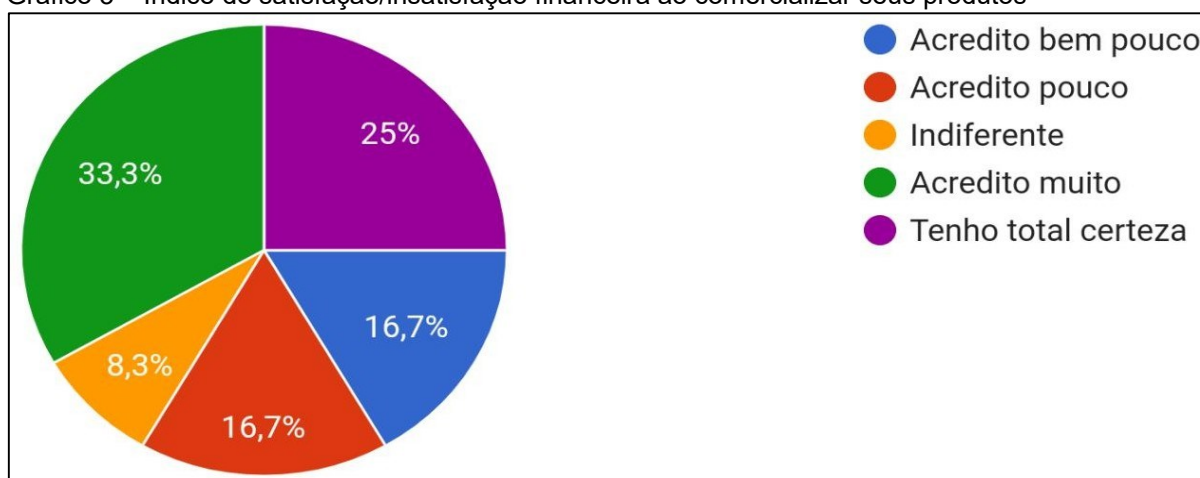
Não é de interesse e, menos ainda, compete a esta monografia instituir um debate na temática de gênero. O que de fato é de relevância nesta análise repousa justamente na condição de que são inseridas sem perceber que estas atividades devem ser tidas como trabalho e não ajuda/extensão/obrigação da atividade “que compete a mulher”.

Num índice de 25%, é de considerar que as pesquisadas as aceitam sem grandes questionamentos, pois justamente os “valores enraizados do patriarcado na cultura brasileira, que legou às mulheres a exclusão dos espaços públicos, direcionando a elas o exercício de atividades do lar, no âmbito privado” (SILVA; AZEVEDO, 2016, p.3). A evidência dessa condição se revela ao ler que “*Consigo*

conciliar [o trabalho de artesã com sua privada] muito bem” (E4), “Se tiver uma feira marcada, minha agenda vai ser programada para isso. Dependendo das condições do meu estoque, passo duas e noites produzindo para poder levar o máximo de produtos e variedade possível” (E5) e “Não é sempre que tem feira, faço as obrigações de casa e confeccionou [SIC] artesanatos” (E9).

A caminho de encerrar a análise, ainda assim com grande importância, quando perguntadas se acreditam que com a venda de seus artesanatos tiveram autonomia financeira, observou-se que:

Gráfico 3 – Índice de satisfação/insatisfação financeira ao comercializar seus produtos



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Pela análise gráfica é entendido que há referência a acreditar muito (33,3%) e total certeza (25%) quanto a sua autonomia o que, por resposta, tem ênfase na análise nacional (BRASIL, 200-; BRASILb, 2019). Sob a linha analítica destes, pode-se perceber que as ações desenvolvidas pelo Governo Federal em prol das mulheres são refletidas transversalmente as sujeitas desta pesquisa, ora que promover ações de inserção econômica a este público oferta, em contrapartida, seu espaço de atuação na feira resguardadas por dispositivos legais se assim lhes for negada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A abordagem de um objeto tal qual a temática de empreendedorismo social possibilita múltiplas análises disciplinares, desde a busca histórica de suas transformações e adaptações a contextos diferenciados, seu papel e importância nos

campos sociais, econômicos, políticos e ambientais, bem como sua perpetuação ante a um cenário de abertura do mercado pautado numa prática de valorização do ensino superior.

Nesta pesquisa priorizou-se analisar as representações estabelecidas pelo grupo de mulheres artesãs do grupo *Grifus Art* de Barbacena - MG, bem como estabelecem sua inserção/exclusão social reveladas através do Empreendedorismo Social, destacando especialmente a necessidade de ter seus produtos reconhecidos subjetivamente *a priori* pelo grupo que se inserem e por aqueles que irão adquiri-los, antes mesmo do valor econômico. A preocupação em conciliar estes quesitos, por sua vez é um atributo que caracteriza o ES, fazendo parte da prática de quem nele integra como demonstrou a bibliografia.

Para finalizar, é importante salientar os limites da pesquisa aqui descrita e a impossibilidade de generalizações, indicando que há necessidade de investigar outras vertentes, para efeito comparativo como os papéis de gênero, pois sob esse termo na atualidade há um espectro diferente e se fez presente a recorrência deste durante às análises, em especial sob o viés de transmissão geracional.

Aqui, a análise ancorada pelas categorias Empreendedorismo e Empreendedorismo Social procurou contemplar a interpretação de inclusão/exclusão pelas protagonistas revelada através da venda de seus produtos, haja vista serem construídas a partir de experiência pessoal e coletiva do grupo que vivencia e conversa sobre uma mesma realidade.

REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, J. C. de; ANJOS, M. A. D. Empreendedorismo feminino: um estudo no estado de Minas Gerais, 2018. **Revista GETEC**, v.7, n.16, p.112-133. Disponível em: <http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/article/view/1369>. Acesso em 02 fev. 2021.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, p.25-38, 2014.

BARBACENA. Prefeitura Municipal. **Conheça um pouco da história nos 224 anos de Barbacena**, 2017. Disponível em: <http://barbacena.mg.gov.br/2/m/noticia.php?id=4676>. Acesso em: 01 mar. 2021.

BRASIL, Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos. **Secretaria nacional de Política para as Mulheres (SNPM)**, 200-, Brasília DF. Disponível em: www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/politicas-para-mulheres. Acesso em: 01 fev. 2021.

BRASIL. Constituição Federal. **Decreto Nº 10.174 de dezembro de 2019**. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, remaneja cargos em comissão e funções de confiança e transforma cargos em comissão do Grupo Direção e Assessoramento Superiores - DAS e Funções Comissionadas do Poder Executivo - FCPE. 2019b, Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato20192022/2019/Decreto/D10174.htm#art8. Acesso em: 6 fev. 2021.

BRUTTO, A. Políticas para as mulheres rurais: Autonomia e cidadania. *In*: BRUTTO, A.; DANTAS, I. (Orgs.) **Autonomia e cidadania: Políticas de organização produtiva para as mulheres no meio rural**, 1.ed. Brasília DF: Ministério do Desenvolvimento Agrário, MDS, 2011, p.11-34.

CABRAL, T. L. O.; SILVA, J. E. O.; SAITO, C. E. Realidade do Intercâmbio e da Mobilidade Acadêmica na Universidade Federal de Santa Catarina. *In*: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO UNIVERSITÁRIA NA AMÉRICA DO SUL; 11.; CONGRESSO INTERNACIONAL IGLU; 2., 2011. Florianópolis. **Anais [...]**, 2011. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/29299>. Acesso em: 01 fev. 2021.

ER. Instituto Estrada Real. **Barbacena**, 2021. Disponível em: <http://www.institutoestradaareal.com.br/cidades/barbacena/4>. Acesso em: 20 fev. 2021.

GEERTZ, C. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. [tradução: Vera Mello Joscelyne]. Petrópolis. Ed: Vozes; Fraya Frehse, 1997.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v.35, n.2, p.57-63, 1995.

HENRY, P.; MOSCOVICI, S. Problèmes de l'analyse de contenu. *In*: **Langages**, 3^e année, n.11, p.36-60, 1986. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1968_num_3_11_2900. Acesso em: 30 dez. 2019.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **IBGE Cidades**: Minas Gerais, 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/historico>. Acesso em: 20 fev. 2021.

MEDEIROS, C. B. *et al.*. Inovação Social e Empreendedorismo Social: Uma análise sob a perspectiva da Economia Solidária. **Revista Gestão**, v.15, n.1, p.61-72, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/view/22222>. Acesso em: 05 fev. 2021.

MINAYO, M. C. S. Ciência, Técnica e Arte: o desafio da pesquisa social. *In*: MINAYO, C. S. M. (Org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 21.ed. Petrópolis: Ed: Vozes, 2001.

POCHMANN, M. (Org.). **Desenvolvimento, trabalho e solidariedade. Novos caminhos para a inclusão social**. São Paulo: Ed: Cortez, 2002.

SANT'ANA, L. **Empreendedorismo social**: além dos interesses de reprodução de capital. 2017. Monografia (Graduação em Ciências Sociais), Universidade Federal de Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.ufjf.br/graduacao/cienciasocias/files/2010/11/TCC-Laudimar-SantAna.pdf&ved=2ahUKEwilvq-mgcDvAhV5JrkGHQB5C5gQFjAAegQIBBAC&usg=AOvVaw0k3QF8b9dsoIVFLrKi baxR>. Acesso em: 01 mar. 2021.

SEBRAE. **Empreendedorismo social**: propósitos em equilíbrio com os negócios, 2017. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/empreendedorismo-social/>. Acesso em: 20 fev. 2021.

SILVA, J. C.; SILVA, A. J. C. Feira de negócios como proposta didática para o ensino do empreendedorismo. **Revista Científica Multidisciplinar, Núcleo do Conhecimento**, a. 4, v. 2, ed. 7, 2019. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/ensino-do-empreendedorismo>. Acesso em: 01 mar. 2021.

SILVA, F. P.; MOTA, L. S.; BORGES, R. A. S.; COUTO, T. S.; SILVEIRA, T. C.. Empreendedorismo Social. **Revista Científica FacMais**, v.2, n.1, 2012. Disponível em: <https://revistacientifica.facmais.com.br/wp-content/uploads/2012/10/8.EMPREENDEDORISMO-SOCIAL-Fabiana-Pontes-da-Silva-et-al..pdf>. Acesso em: 02 mar. 2021.

SILVA, P. L. B.; AZEVEDO, V. M. Projeto Cozinha Solidária: Construindo a Cidadania de Gênero na Periferia de Barbacena -MG. *In*: CONGRESSO DE PESQUISA E EXTENSÃO DA UEMG/BARBACENA, 2016. Barbacena, MG. **Anais [...]**. Barbacena, MG, v.3, n.3, 2016. Disponível em: <http://revista.uemg.br/index.php/anaisbarbacena/article/view/2021/1017>. Acesso em: 02 fev. 2021.

Artigo recebido em: 29/05/2021

Artigo aprovado em: 08/12/2021

Artigo publicado em: 16/02/2022