

Fundadoras de start ups: o que outros pensam sobre mim importa?

Na hora de decidir quem representa a empresa numa reunião junto de um cliente ou fornecedor, estas mulheres preferem, por vezes, enviar em sua substituição funcionários homens, pois têm a crença que não serão levadas a sério.

15 de Novembro de 2019, 8:43

Em Portugal, o número de mulheres (49%) e homens (51%) ativos no mercado de trabalho é equivalente. No entanto, há mais homens proprietários de empresas com empregados a cargo do que mulheres (6% e 3%, respetivamente, da força de trabalho total). Para lá dos números, as discussões em torno da criação de um novo negócio, quer na literatura académica quer na literatura de negócios, faz-se essencialmente no masculino.

Tendo por base esta realidade, no âmbito do Projeto iStart@PT: Innovative Startups at Portugal, coordenado por uma equipa de investigadores da Católica Porto Business School, Eva Dias Oliveira, e da Faculdade de Educação e Psicologia, foi realizado um estudo exploratório que envolveu cerca de uma dezena de fundadoras de *startups* em Portugal. Procurou-se compreender as perceções destas mulheres acerca do que os outros pensam sobre elas e como essas perceções afetam o desenvolvimento do seu negócio. Cerca de metade das entrevistadas refere não ter sentido qualquer tipo de discriminação

no seu percurso. No entanto, o relato do seu trajeto profissional e a partilha das suas experiências relevam perceções que merecem uma reflexão mais atenta.

Uma dessas perceções está ligada ao descrédito da figura feminina, de acordo com as fundadoras entrevistadas, os outros pensam que uma mulher empreendedora está “armada” em campeã, que se deveria limitar a ser uma “peça de mobília bonita”, “ser fofa”, “ficar em casa a tomar conta dos filhos” ou procurar um emprego “normal”. Outras perceções dizem respeito àquilo que estas mulheres pensam saber acerca do que os clientes e fornecedores pensam sobre elas, enquanto mulheres empreendedoras. Por exemplo, na hora de decidir quem representa a empresa numa reunião junto de um cliente ou fornecedor, estas mulheres preferem, por vezes, enviar em sua substituição funcionários homens, pois têm a crença que não serão levadas a sério.

As escolhas que as entrevistadas fazem sobre o seu negócio parecem estar automaticamente condicionadas pelas suas perceções e crenças. Para elas, não são as barreiras objetivas que dificultam a sua ação enquanto empreendedoras, mas sim as construções sociais em torno do papel de género. Mulheres e homens replicam, de forma mais ou menos consciente, atitudes, comportamentos e expectativas de acordo com os estereótipos de género, levando a generalizações deturpadas sobre determinados grupos sociais. Mais, o estigma criado em torno de um grupo, poderá condicionar os comportamentos dos seus próprios elementos, a partir daquilo que os outros pensam sobre eles, enquanto elementos desse grupo. Isso mesmo é visível nos resultados destas entrevistas.

Enquanto o papel de género não for amplamente questionado perpetua-se a sua assimilação tal como hoje existe. O início da mudança advém do questionamento sobre o que está estabelecido, propondo-se novas visões, políticas, discursos sobre a forma de ser homem e mulher na sociedade. Talvez num futuro próximo, o mais

importante seja apenas a competência e capacidade de mulheres e homens para empreender.

Docente da Faculdade de Educação e Psicologia, Universidade Católica Portuguesa

Mestre da Faculdade de Educação e Psicologia, Universidade Católica Portuguesa