NEGÓCIO DE MULHER

CURSO ONLINE GRATUITO - INSCREVA-SE !

http://mulherespaz.org.br/pre-inscricao-negocio-de-mulher

dias 10 e 11/10/2022 - das 19h às 21h

Falando de gênero e interseccionalidades; Quem disse que negócio não é coisa de mulher?; O que são os ativos das mulheres?; O papel do governo e das ONGs feministas no fortalecimento dos ativos das mulheres; Plano de Ação para fortalecimento de projetos de geração de renda; Ferramentas para gerar trabalho e renda; O trabalho em equipe, os conflitos e a negociação; A etapa de comercialização; A importância do trabalho em rede; A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial.

com **Amelinha Teles** (educadora popular feminista e consultora jurídica)
Vera Vieira (educadora popular e doutora em feminismo e comunicação)
Zeza Lopes (educadora popular feminista e socióloga)

REALIZAÇÃO

1000 Associação Mulheres pela Paz

1000 Associação Mulheres pela Paz

APOIO

Naciones Unidas CEPAL

ONU MUJERES

Realização: Associação Mulheres pela Paz

- A **Associação Mulheres pela Paz** é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que **nasceu em 2003 e foi oficializada em 2008**, com sede na cidade de São Paulo, que se **articula nacional e internacionalmente**.
- É uma **organização feminista** que busca a **equidade de gênero**, com foco no **empoderamento e autonomia da mulher, na visibilidade do trabalho feminino e no enfrentamento à violência de gênero**. A entidade busca busca promover a **cultura da paz**, a cidadania e os direitos humanos, alicerçadas na **equidade de gênero e suas interseccionalidades** – classe social, raça, etnia, orientação sexual, identidade de gênero, geração etc., utilizando a **metodologia de educação popular feminista**.
- As atividades são realizadas Brasil, incluindo **oficinas, seminários, painéis públicos, exposições, pesquisas, palestras e materiais didáticos**. A partir de **2021**, passou a realizar **cursos online**, por meio da **plataforma *e-learning*** própria, o que permitiu a continuidade da realização de oficinas, mesmo com a epidemia de Covid-19.
- Também ocorrem **conferências internacionais** que incluem outros países da América Latina e Caribe, Europa, África e Ásia.

Apoio: CEPAL e ONU MULHERES

- O apoio da **ONU MULHERES** se insere no Subsídio “Fortalecimento das Organizações de Mulheres Feministas para promover o empoderamento das mulheres diante da crise da COVID-19”.
- Integra o **Fundo Regional** de Apoio às Organizações e Movimentos de Mulheres Feministas decorrente da Conferência Regional sobre a Mulher da América Latina e do Caribe da **CEPAL** [Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe].
- A **ONU MULHERES** foi criada, em **2010**, para unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em **defesa dos direitos humanos das mulheres**. Segue o legado de **duas décadas** do Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (**UNIFEM**) em defesa dos direitos humanos das mulheres, especialmente pelo **apoio a articulações e movimento de mulheres e feministas**, entre elas mulheres negras, indígenas, jovens, trabalhadoras domésticas e trabalhadoras rurais.
- A **CEPAL** - Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe foi criada em **1948** pelo Conselho Econômico e Social das Nações Unidas com o objetivo de **incentivar a cooperação econômica** entre os seus membros.

Projeto “Negócio de Mulher”

- O projeto “Negócio de Mulher” tem por objetivo levar **informação e capacitação técnica e gerencial para alavancar empreendimentos de mulheres**, visando enfrentar a pobreza, a desigualdade socioeconômica e a equidade de gênero.

ATIVIDADES:

→ **Dez episódios da série de podcast** intitulada “NEGÓCIO DE MULHER”, em **português e espanhol**, divulgadas nas plataformas Anchor, Spotify e AMP, abordando os seguintes focos, compilados de publicações da Rede Mulher de Educação:

1) Falando de gênero e interseccionalidades.
2) Quem disse que “negócio não é coisa de mulher”?
3) O que são os ativos das mulheres?
4) O papel do governo e das ONGs feministas no fortalecimento dos ativos das mulheres.
5) Plano de ação para fortalecimento de projetos de geração de renda.
6) Ferramentas para gerar trabalho e renda.
7) O trabalho em equipe, os conflitos e a negociação.
8) A etapa de comercialização.
9) A importância do trabalho em rede.
10) A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial.

→ **Duas oficinas online** abordando os tópicos de todos os episódios, incluindo **exercícios preparatórios** através desta plataforma de cursos da entidade e a inclusão de vídeos ilustrativos. As oficinas, em **10 e 11 de outubro** de 2022, estão a cargo das **educadoras Amelinha Teles, Vera Vieira e Zeza Lopes**. O **design** da plataforma é de **Patrícia Milan**. A **secretaria** das atividades está a cargo de **Walkíria Lobo Ferraz**.

1) Falando de gênero e...

- *Não se nasce mulher, torna-se mulher*. A famosa **frase da filósofa francesa Simone de Beauvoir** contém a exata definição de gênero. Significa que é uma **construção social**, reforçada pela cultura e que vem sendo mantida historicamente por milênios.
- Não tem nada a ver com o sexo das pessoas. **Sexo** é a classificação **anatômica** das pessoas como masculinas, femininas ou Inter sexo, geralmente atribuída ao nascimento. **Inter sexo** descreve pessoas que naturalmente desenvolvem características sexuais que não se encaixam nas noções típicas de sexo feminino ou sexo masculino, que não se desenvolvem completamente como nenhuma delas ou desenvolvem uma combinação de ambas.
- A construção social das relações de gênero vem se dando de maneira desigual, colocando a **mulher em condição de inferioridade ao homem**, em termos de poder e oportunidades, com sérias consequências para toda a sociedade, sendo a principal delas a violência de gênero.
- A **maneira equivocada** com que se aprende a expressão da feminilidade e da masculinidade **precisa ser desconstruída em todos os espaços**: dentro de casa, na rua, nas escolas, nas igrejas, nas leias, nas instituições públicas e privadas, na literatura (na escrita e nas imagens), nos meios de comunicação de massa...

... interseccionalidades

Vídeo disponível em:
https://www.instagram.com/reel/CNDKhB5nQla/

... interseccionalidades

- O conceito de **interseccionalidade** é de suma importância para elucidar as **diferentes formas de dominação ou discriminação**, quer dizer, as intersecções ou entrelaçamento entre os diversos fenômenos.
- A interseccionalidade diz respeito às “formas de capturar as consequências da interação entre **duas ou mais formas de subordinação: sexismo, racismo e patriarcado”**, afirma a escritora negra Kimberle Crenshaw.
- O olhar interseccional aprimora a compreensão dos **diversos aspectos que promovem a exclusão na sociedade**, possibilitando destacar ainda a importância de desenvolver medidas para a inclusão social, a proteção, a igualdade e a equidade.
- Em suma, utilizar o termo interseccionalidade significa **considerar uma análise conjunta da sobreposição de identidades sociais e sistemas relacionados de opressão, dominação ou discriminação**: por ser mulher, pela classe social, pela raça, pelas sexualidades e identidades de gênero, etc. Esses recortes vão interagir em níveis múltiplos e muitas vezes simultâneos.

.x.x.x.x.x.

2) Quem disse que “negócio não é coisa de mulher?”

https://www.youtube.com/watch?v=6RSc_XYezig

2) Quem disse que “negócio não é coisa de mulher?”

um novo tipo de economia

- **Começar um negócio**, transformando habilidades e talentos em renda, é um **desafio para nós**, mulheres, que crescemos ouvindo que “negócio não é coisa de mulher”.
- Mas, neste mundo conturbado pelas crises, ora políticas, ora econômicas, com indefinições sobre que sentido dar à vida, nos encontramos diante de outro desafio: **ocupar um espaço no mercado de trabalho, uma forma solidária e democrática de produzir, distribuindo os benefícios com equidade**.
- O caminho para um **novo tipo de economia** vem sendo trilhado por vários grupos e entidades, que buscam superar a sociedade de mercado, alicerçada no capital, por meio de iniciativas e estratégias que deem **visibilidade à produção comunitária**, favorecendo a sua comercialização.
- É possível gerar o próprio trabalho com **negócios sustentáveis do ponto de vista econômico e ambiental**. O primeiro passo é fazer uma **leitura crítica e criativa do contexto**, quer dizer, do conjunto de situações, de condições naturais, sociais, econômicas e culturais das quais fazemos parte. Não é apenas uma descrição da realidade. Consiste no **levantamento e na reflexão crítica e criativa da realidade**, para configurar um quadro da situação, **identificar pontos críticos e necessidades, ver o que justifica a ação, analisar as alternativas e estabelecer prioridades**.

2) Quem disse que “negócio não é coisa de mulher?”

entendendo o neoliberalismo e a globalização: a precarização do emprego

- A **leitura criativa** é a análise do contexto identificando as oportunidades que ele nos oferece. Como exemplo, vamos analisar de maneira crítica e criativa as **mudanças no mundo do trabalho**, com as seguintes questões:
- por que está tão difícil conseguir emprego?
- quais as causas do desemprego?
- será que esse problema é só meu?
- o que fazer para dar a volta por cima?
- Para melhor entender, podemos ir a um site de busca e fazer uma pesquisa mais aprofundada de dois conceitos: **globalização e neoliberalismo**. **Neoliberalismo** é a doutrina que está a serviço do **capital financeiro**. O estado neoliberal é o estado mínimo, aquele que pouco investe em saúde, educação, habitação, transporte público e nas atividades econômicas que geram emprego e renda.
- A **globalização** é um complicado processo de **integração internacional de produção e mercados**. Sinteticamente, as **mercadorias podem ser produzidas em qualquer país**, com a montagem de peças ou partes do produto fornecidas por diferentes países, onde a **mão de obra é mais barata ou até escrava ou infantil.**
- Tudo isso leva a uma **mudança no caráter do emprego**: as vagas ficam cada vez mais raras, exigindo qualificação e especialização tecnológica.

2) Quem disse que “negócio não é coisa de mulher?”

por uma globalização justa

- Nos anos últimos anos, o **movimento mundial de mulheres** vem lutando por uma **“globalização justa”**, analisando as contradições dessa nova ordem econômica, imposta pelos países ricos aos países em desenvolvimento, e buscando **novos caminhos** para se chegar a uma justiça econômica para todas as pessoas.
- O grande desafio é **integrar-se ao mundo do trabalho em modalidades informais e gerar renda num modelo de economia popular e solidária**, como com **grupos de produção, pequenas empresas familiares, cooperativas e associações de produtores e produtoras**.
- Temos que **juntar esforços, talentos e pequenas poupanças**, transformar habilidades em renda e **gerar o próprio negócio sobrevivendo de forma criativa e autônoma**.
- O **Brasil é o sétimo país no mundo** com o maior número de **mulheres empreendedoras**. Dos 52 milhões de empreendedores, **30 milhões são mulheres**, o que corresponde a 57%. **Em contrapartida, somente 4,7% das empresas brasileiras são lideradas por mulheres. quase metade dos lares brasileiros é sustentada por mulheres.**
- **VAMOS NOS CAPACITAR, NOS UNIR E TRANSFORMAR A REALIDADE. MÃOS À OBRA!**

.x.x.x.x.x.

3) O que são os ativos das mulheres”

conhecendo nossos recursos para nos empoderar ainda mais

- As mulheres têm o direito de viver dignamente, a satisfazer suas necessidades e alcançar seus anseios. Para isso contam com **diversos recursos: conhecimentos, habilidades, destrezas**, etc., que podem ser utilizados para **desenvolver seus projetos e atingir suas aspirações**.
- Ao mesmo tempo, servem para conseguir outros recursos com os quais não contam. Aqui vamos chamá-los de **ativos: econômicos, educativos, culturais e muitos outros**. Podemos dizer, então, que as mulheres possuem um **“porta-fólio de ativos”.**
- Segundo o dicionário Aurélio, **porta-fólio** é uma “pasta de cartão usada para guardar papéis, desenhos, estampas, etc.”. No nosso caso é uma **pasta simbólica que contém os nossos recursos pessoais, assim como os de nossas organizações e comunidades**.
- **Caroline Moser** chama de ativos “**os recursos que as pessoas utilizam para reduzir a vulnerabilidade diante de situações de risco**”. Para essa autora, é importante que as pessoas, as famílias e as comunidades possam **identificar** não apenas as situações de ameaça, dificuldade ou risco que apareçam, mas também **a “resistência” ou a capacidade de resposta para buscar oportunidades**, e para resistir ou se recuperar dos efeitos negativos de um ambiente difícil ou em constante mudança.
- Moser também diz que os meios de resistência são os ativos e os direitos que as pessoas, as famílias e as comunidades podem mobilizar e administrar para enfrentar as dificuldades. Afirma que, **quanto mais ativos tenham as pessoas, menos vulneráveis elas são**. E, quanto maior for o desgaste dos ativos das pessoas, maior será sua insegurança.

3) O que são os ativos das mulheres”

um porta-fólio de bens materiais e simbólicos

- **Rubén Katzman e Carlos Figueras**, da CEPAL, definem os ativos como “aqueles **recursos das famílias e das pessoas** que lhes permitem alcançar níveis de **bem-estar** próprios da sociedade moderna”.
- A antropóloga **Jeanine Anderson** diz que um ativo “é **um bem, direito, dote intangível ou capacidade que permite que a pessoa atue em prol de seus interesses**”.
- Jeanine ressalta que este conceito de “ativo” é útil para evidenciar alguns recursos que as mulheres possuem, permitindo que **deixem de ser vistas permanentemente como carentes ou vitimas**. Trata-se de reconhecer **“porta-fólios” de bens e recursos de todo tipo** – desde os materiais até os simbólicos – que permitem a uma pessoa ou grupo dispor de **relações de negociação e intercâmbio com outras pessoas ou outros grupos**.
- **Alguns autores** e autoras usam o termo **“capital”** para referir-se aos ativos: **o capital humano, social, econômico, etc.**, com que se pode contar.
- **Resumindo**, podemos dizer que um “porta-fólio” de ativos contém aqueles **recursos com que as mulheres e os grupos contam para conseguir outros recursos, enfrentar e resolver as situações que se apresentam em suas vidas, melhorando suas condições de vida pessoal, familiar e comunitária.**

3) O que são os ativos das mulheres”

uma diversificação de ativos em diversos campos

Jeanine Anderson distingue os seguintes **tipos de ativos**:

- **Econômico:** patrimônio, poupança, capital, equipamentos e ferramentas.
- **Legais:** cargos e nomeações, papéis, contratos, licenças, seguros, garantias, crédito, direitos, certificação, possibilidades garantidas por lei.
- **Educativos:** certificados e diplomas, conhecimentos adquiridos em cursos, o que se sabe fazer, informação que se tem, destrezas, confiança e autoestima baseada no conhecimento.
- **Políticos:** poder em diversas formas, influência sobre a opinião de pessoas ou grupos, acesso aos meios de comunicação de massa, organização, capacidade de mobilização.
- **Sociais:** amizades e redes de apoio, alianças, dívidas e favores a cobrar.
- **Culturais:** língua, seguranças culturais, apoio de grupos de conterrâneos, ritos e práticas.
- Os ativos podem ser **investidos, acumulados, gastos na solução de um problema, utilizados como garantia ou utilizados para a aquisição de novos ativos.**

3) O que são os ativos das mulheres”

crescimento pessoal e coletivo

- Os ativos são **indicadores de empoderamento das mulheres**, ao permitir que **cresçam no aspecto pessoal e coletivo** e que **avancem na realização de seus projetos**.
- Mas os ativos também podem **se desgastar, se perder, e se desvalorizar**. Por exemplo, quando uma **mulher descuida de sua saúde**, pode reduzir a sua capacidade para desempenhar suas tarefas. Ou quando a **relação de confiança em um grupo se rompe**, os laços sociais se enfraquecem. Da mesma forma, há ativos que têm valor em determinado contexto, mas não em outros.
- Em várias ocasiões existem **barreiras materiais, ou de outro tipo**, que dificultam a utilização desses recursos. São os **passivos**, porque sua existência impede que sejam aproveitadas as oportunidades de utilizar os ativos com que contamos, ou de adquirir novos ativos. Um exemplo disso é a **crença de que os assuntos públicos não são de competência das mulheres**, porque elas devem de ocupar unicamente da casa e da família. Isto **dificulta a organização e a participação das mulheres** para melhorar suas próprias condições de vida, as de suas famílias e as de sua comunidade.
- Por isso, **além de reconhecer os ativos com que contamos**, é preciso **fortalecer os ativos** que temos; **decidir como utilizá-los** para que deem frutos, estabelecendo prioridades a curto, médio e longo prazo; reconhecer o que os desgasta e os possíveis riscos de perdê-los, para cuidá-los e aproveitá-los em prol de nossos interesses.

.x.x.x.x.x.

10) A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial

https://www.youtube.com/watch?v=8N4xKxgEKUI

[exemplo de intervenção feminista]

10) A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial

https://www.youtube.com/watch?v=YqPdX-GHSDo

[exemplo de intervenção comercial - SEBRAE]

10) A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial

novas dinâmicas de comunicação

- Com a **revolução** das Tecnologias da Informação e Comunicação, as **TIC**, o avanço do **trabalho pela equidade** das relações sociais de gênero depara-se com o desafio da **mudança de mentalidade**.
- Junto com a revolução tecnológica, ocorrem as **revoluções do aprendizado e da expressão pessoal e interpessoal**, acarretando outras formas de representação da mulher em função das **novas dinâmicas comunicacionais**.
- É por meio de **ações educomunicativas** que se vislumbra um caminho de **reformulação da agenda feminista**, com novas estratégias de intervenção política e de atuação.
- Nas **lutas** pela emancipação da mulher, **a mídia** tem exercido uma função importante, nessa trajetória que vai **dos meios impressos passando pelos analógicos até os digitais**, seja no cenário nacional ou internacional.
- Essa **intervenção transformadora** caminha **na contracorrente** da linguagem estereotipada, seja escrita ou de imagens, que reforça o sexismo e outras discriminações.

10) A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial

construindo nossa própria narrativa = nossa própria voz e imagem

- As **redes sociais** (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp...) possibilitam o **encontro de mulheres** para falar sobre a **opressão de gênero**: assédios nas ruas, estupros, situações de desvalorização no mercado de trabalho, violência doméstica, etc., **assim como para o empoderamento econômico**.
- Está havendo uma **reconfiguração** da representação dos **papeis da mulher** no mundo por meios de **novas narrativas**.
- É possível criar **novas representações de nós mesmas**, com nossas próprias palavras, vozes e imagens.
- **Interligar as TIC com as questões de gênero** significa conscientizar-se de sua influência em todos os âmbitos da vida das pessoas.
- **Um novo tempo, um novo espaço, as coisas fora do lugar**, com a moldagem da sociedade pelas TIC em todos os campos: técnico, político, econômico e sociocultural.

10) A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial

relacionamento próximo da clientela

- Segundo dados do **Sebrae** obtidos em 2018, cerca de **53% das empreendedoras** afirmam que o **volume de vendas** de suas organizações deve **aumentar** a curto prazo.
- E elas atribuem esse benefício à **oportunidade de investir no mercado digital e nas redes sociais**.
- E durante o ano de 2020, o **Sebrae e a FGV** realizaram uma **pesquisa**, constatando que cerca de **69% das empreendedoras já faziam vendas online** ou passaram a adotar esse método durante a crise.
- Com o **uso das redes sociais**, as mulheres conseguem estabelecer um **relacionamento mais próximo da clientela**, sendo que muitas delas têm maior domínio destas ferramentas do que o público masculino.
- Outro fator que impulsiona o uso das mídias pelo público feminino é fato de que **73%** delas afirmam que **menos da metade dos clientes frequentará o estabelecimento físico** mais de uma vez.
- Isso é algo que **não ocorre no mercado online**, afinal, o público mais direcionado e fixo é que procura por determinados produtos ou serviços.

10) A utilização das redes sociais como ferramentas de intervenção feminista e comercial

oportunidade de investir no mercado digital e nas redes sociais

- Desta forma, utilizar esse tipo de recurso permite que haja uma **comunicação mais efetiva entre a empreendedora e cliente**, o que pode ser mais atrativo em termos de interação com o público-alvo.
- Com isso, mantendo sua empresa em regime digital, ou seja, **por meio das redes sociais**, é possível conciliar outras atividades.
- Você pode buscar a ajuda do **SEBRAE DELAS**, um programa que tem o intuito de aumentar as chances de sucesso pelas **novas ideias de negócios**.
- As **competências, habilidades e comportamentos** são priorizados pelas novas ideias de negócios. Acesse esse programa pelo **site** www.sebrae.com.br

VERA VIEIRA

Doutora em Comunicação e Feminismo

Educadora Popular Feminista

Diretora Executiva da Associação Mulheres pela Paz

vera.vieira@alumni.usp.br

WhatsApp = 11 99647-9497