



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ingrid Vasconcelos Queiroz

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO A PARTIR DO
ESTUDO OBSERVACIONAL DO FILME “COCO ANTES DE CHANEL”

FORTALEZA

2022

Ingrid Vasconcelos Queiroz

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO A PARTIR DO
ESTUDO OBSERVACIONAL DO FILME “COCO ANTES DE CHANEL”

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de
Administração do Departamento de
Administração da Universidade
Federal do Ceará.

Orientadora: Prof.^a. Dr.^a. Márcia
Zabdiele Moreira

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a)
autor(a)

Q44d Queiroz, Ingrid Vasconcelos.

Os desafios do empreendedorismo feminino a partir do estudo observacional
“Coco antes de Chanel” / Ingrid Vasconcelos Queiroz. – 2022.

38 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de
Administração, Fortaleza, 2022.

Orientação: Profa. Dra. Profa. Márcia Zabdiele.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Desafios do empreendedorismo feminino. 3. Narrativas
multimídias . I. Título

CDD 658

INGRID VASCONCELOS QUEIROZ

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO A PARTIR DO
ESTUDO OBSERVACIONAL DO FILME “COCO ANTES DE CHANEL”

Monografia apresentada ao curso de
Administração da Universidade
Federal do Ceará como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dra. Márcia
Zabdiele Moreira.

Aprovada em: 14/12/2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Dra. Márcia Zabdiele Moreira (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Luma Louise Sousa Lopes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Bruno Chaves Correia Lima
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Resumo: O objetivo dessa monografia é identificar e analisar os desafios que perpassam o empreendedorismo feminino sob a perspectiva da análise fílmica *Coco Antes de Chanel* (2009). Com a coleta de dados em pesquisas e artigos, percebeu-se que as mulheres enfrentam dificuldades dentro do mercado financeiro, como: 1) Conciliação trabalho-família, visto que as mulheres são em maior número as responsáveis pelos cuidados do núcleo familiar; 2) Descrença do gênero, pois como sempre foram responsáveis pelos seus lares, ainda não possuem total acesso e reconhecimento dentro do mercado, havendo uma desconfiança; 3) Falta de crédito, de acordo com a *Global Entrepreneurship Monitor*, principal fonte internacional sobre empreendedorismo, as mulheres ainda possuem menos crédito nos bancos do que os homens. Por esta razão, buscou-se em Federici realizar uma breve análise de como se deu a divisão sexual do trabalho no capitalismo, bem como as concepções de Biroli (2018) para compreender o desempenho dos gêneros dentro da sociedade. Para os conceitos sobre o empreendedorismo, utilizou-se a coleta de artigos e dados sobre as dificuldades das empreendedoras no mercado econômico. Como metodologia para a análise fílmica, utilizou-se as categorias elencadas por Machado e Matos em *Estudos Observacionais em Linguagem Fílmica* (2018) e o quadro de organização de Pereira (2014) para identificação e análise das cenas, bem como suas concepções acerca do imagético-verbal. O filme narra a história de Gabrielle Chanel, empreendedora francesa que criou a marca bilionária Coco Chanel. Obtemos, desse modo, as problemáticas enfrentadas pela personagem principal, dentre elas, a descrença do gênero, falta de crédito e falta de apoio.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Desafios do Empreendedorismo Feminino, Narrativas Multimídias.

ABSTRACT

The objective of this monograph is to identify and analyze the challenges that permeate female entrepreneurship from the perspective of film analysis *Coco Antes de Chanel* (2009). With the collection of data in surveys and articles, it is clear that women face difficulties within the financial market, such as: 1) Reconciliation work-family, as women are in greater numbers responsible for the care of the family nucleus; 2) Disbelief of the gender, as they have always been responsible for their homes, they still do not have full access and recognition within the market, with distrust; 3) Lack of credit, according to the Global Entrepreneurship Monitor, the main international source on entrepreneurship, as women still have less credit in banks than men. For this reason, it was sought in Federici to carry out a brief analysis of how the sexual division of labor took place in capitalism, as well as the conceptions of Biroli (2018) to understand the performance of genders within society. For concepts about entrepreneurship, we used the collection of articles and data on the difficulties of women entrepreneurs in the economic market. As a methodology for film analysis, the categories listed by Machado and Matos in *Observational Studies in Film Analysis* (2018) and Pereira organization chart (2014) were used to identify and analyze the scenes, as well as their conceptions about imagery. - verbal. The film tells the story of Gabrielle Chanel, a French businesswoman who created the billionaire brand Coco Chanel. In this way, we obtain the problems faced by the main character, among them, the disbelief of the genre and the lack of credit.

Keywords: Entrepreneurship, Challenges of Female Entrepreneurship, Multimedia Narratives.

1 INTRODUÇÃO

O termo Empreendedorismo é uma tradução livre da palavra *entrepreneurship* que, por sua vez, vem de *entrepreneur*, palavra francesa que era comumente utilizada para denominar o que “incentivava briga”. Já o termo empreendedor deriva do verbo francês *entreprendre* que significa “fazer algo”. O empreendedorismo surgiu como um fenômeno na economia, tendo como fundamento: inovação e identificação de oportunidades econômicas. Esse fenômeno gera vários benefícios, entre eles: criação de emprego e grande crescimento de mercado, o que auxilia diretamente no desenvolvimento da economia (NIERI; LÜDTKE; LÜDTKE, 2020).

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2012), a mais renomada fonte internacional de pesquisa sobre empreendedorismo, define empreendedorismo como toda e qualquer fonte de renda que busque expandir o seu negócio, de forma inovadora e criativa, visando destaque no mercado a partir de novos métodos aplicados para essa expansão, e, por sua vez, empreendedor é definido como aquele que utiliza desses artifícios para inauguração ou expansão do seu negócio (TEIXEIRA et al., 2021).

Tendo em vista esse conceito, empreendedorismo é um método que, para além da visão de negócio, pressupõe que também seja inventivo, aplicando uma nova ideia de negócio que alcance novos horizontes no mercado. Dornelas (2005), entende o empreendedorismo como uma formulação de novas ideias, transformando-as em ideias práticas, da qual é essencial a criatividade.

Desse modo, o conceito de empreendedorismo aplica para ambos os gêneros. O empreendedorismo feminino consiste na participação das mulheres dentro desse mercado. Ao longo dos anos, depois de diversas lutas por direitos e reivindicações, as mulheres conseguiram garantir mais espaço dentro do cenário econômico, porém, a inserção feminina ainda é percorrida por muitos obstáculos, tais como: conciliação trabalho-família, preconceito, descrença, entre outros (TEIXEIRA et al., 2021).

Buscou-se, neste trabalho, a partir das reflexões políticas e sociohistóricas de como se deu a divisão sexual do trabalho (FEDERICI, 2017) levar em consideração as conquistas feministas até os dias atuais, visto que, por

meio delas que as mulheres puderam reivindicar os seus direitos e tentam conquistar, dia após dia, a liberdade de poder ser o que quiser.

Para compreender os desafios do empreendedorismo feminino, inicialmente, conceituou-se e contextualizou-se o empreendedorismo, bem como a importância de empreender para a economia, sobretudo para as mulheres. A partir dessa compreensão, foram apresentadas as dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras através de dados, artigos e demais pesquisas atuais (GODOY, 1995).

Em seguida, realizou-se um estudo observacional do filme *Coco antes de Chanel* (2009), um romance/drama que narra a biografia da estilista francesa e empreendedora Gabrielle Bonheur Chanel.

Segundo Sousa (2017), “o cinema, nos mais diversos gêneros, tem retratado a existência das relações humanas”, dessa forma, a análise fílmica retrata a vida real através da arte, sendo utilizado para compreensão de estruturas sociais concretas, permitindo ao indivíduo a gênese de uma reflexão crítica que poderá ser usado para pensar sobre o seu *locus* social.

A vida de Gabrielle Chanel, apelidada de Coco, apresenta alguns obstáculos enfrentados pelas mulheres no empreendedorismo, como machismo, falta de crédito, descrença em relação ao gênero, etc. (TEIXEIRA et al., 2021). Desse modo, buscou-se apresentar essa natureza mimética de como se dá a relação entre a vida e a arte sob a perspectiva da mulher empreendedora que criou uma marca reconhecida mundialmente (FORBES, 2022).

Como metodologia, foi utilizada a pesquisa qualitativa com observação não-participante. Para a fundamentação do estudo, utilizou-se a pesquisa bibliográfica da vida de Gabrielle Chanel. Para a análise da imagem e fílmica, foi utilizado os Estudos Observacionais em Linguagem Fílmica: Ética e Poder (MATOS, et al., 2017), bem como concepções de Pereira (2014) sobre os estudos do imagético-verbal das sequências narrativas¹, englobando a dimensão verbal e dimensão imagética do filme. A partir disso, foi estabelecido categorias discursivas e sociais, desenvolvendo um estudo analítico-

¹Segundo Todorov (1973), uma sequência narrativa é um conjunto de cinco macro-posições, sendo um agrupamento das ações de uma história, na qual se inicia com uma enunciação, em seguida existe uma mudança radical e, ao final, retorna à estabilidade.

interpretativista de abordagem qualitativa, sendo o sujeito de pesquisa escolhido o filme *Coco antes de Chanel* (2009).

Para a seção de análise, estruturou-se da seguinte forma, de acordo com a metodologia proposta por Matos e Machado (2017): 1) seleção de um filme; 2) visão geral da narrativa fílmica; 3) identificação e descrição detalhada das cenas; 4) edificação de um referencial teórico; 5) um relatório final.

A pesquisa é uma análise fílmica, de acordo com Vanoye e Goliot-Lété (2008), esse método consiste na análise do filme e no resultado dessa atividade. Ainda para esses autores, a análise divide-se em três momentos: o de desconstruir, reconstruir e interpretar os elementos do filme.

O sujeito da pesquisa é o filme baseado em fatos reais “Coco Antes de Chanel (2009)”, o sujeito de um estudo configura-se como objetos ou pessoas que servirão como fonte dos dados necessários (VERGARA, 2003).

A presente pesquisa orientou-se pelo seguinte problema de pesquisa: Quais os desafios do empreendedorismo feminino observados no filme ‘Coco antes de Chanel’?

Desse modo, o objetivo deste trabalho é analisar os desafios que perpassam o empreendedorismo feminino, como a descrença de gênero, conciliação trabalho-família, crédito no mercado, entre outros fatores que serão aprofundados adiante, sob a perspectiva observacional do filme *Coco antes de Chanel* (2009).

Tendo como objetivos específicos investigar como se dá essas problemáticas na película, visto que a personagem principal enfrenta esses desafios, como 1) Conciliação trabalho-família, visto que as mulheres são em maior número as responsáveis pelos cuidados do núcleo familiar; 2) Descrença do gênero, pois como sempre foram responsáveis pelos seus lares, ainda não possuem total acesso e reconhecimento dentro do mercado, havendo uma desconfiança; 3) Falta de crédito, de acordo com a *Global Entrepreneurship Monitor*, principal fonte internacional sobre empreendedorismo, as mulheres ainda possuem menos crédito nos bancos do que os homens.

Para as análises políticas e sociohistóricas da divisão sexual do trabalho, foi utilizado os estudos de Federici (2004), Biroli (2018), Sousa e Guedes (2018), entre outras autoras que apresentam como se deu a divisão de trabalho na transição do feudalismo para o capitalismo, bem como as reflexões sobre a

diferença de valores dos papéis desempenhados na sociedade a partir desta divisão.

Segundo Biroli (2018), o trabalho das mulheres ainda é marcado pela gratuidade e visto como de menor valor na sociedade, para além disso, este trabalho é realizado, por vezes, em favor dos homens, sobretudo, o ato de cuidar da família e ser responsável pelas tarefas domésticas.

Desse modo, historicamente as mulheres desempenham papéis que dificultam ou impossibilitam a ascensão no mercado de trabalho, assim, torna-se imprescindível para esta pesquisa uma breve análise política e sócio-histórica da desigualdade de gênero.

A partir disso, foi possível analisar os desafios encontrados no empreendedorismo feminino, no qual, as mulheres sofrem com o patriarcado estrutural, tendo como um dos pilares a responsabilidade de conciliar as tarefas domésticas e trabalho, maternidade, trabalhos considerados de menor valor e, por vezes, gratuitos, conseqüentemente, com salários inferiores aos dos homens, bem como a descrença do gênero (BIROLI, 2018), e outros fatores que dificultam o empreendedorismo feminino.

Esta monografia será dividida em cinco seções, sendo elas: Introdução, Referencial Teórico, Metodologia, Análise Fílmica e Considerações Finais.

2 DESIGUALDADE DE GÊNERO

Em *Calibã e a Bruxa*, Federici (2017) faz uma análise sociohistórica e política da caça às bruxas na Era Moderna, bem como se deu a nova divisão sexual do trabalho com a transição do feudalismo para o capitalismo.

As mulheres têm conquistado espaço no mercado de trabalho após muitas reivindicações feministas ao longo da história, buscando garantir os direitos básicos do ser humano, que percorre desde o acesso à educação até a liberdade do próprio corpo, como o direito ao uso de contraceptivos. No decorrer da história, pode-se analisar que sempre foram direitos conquistados com muitas dificuldades e enfrentamento à sociedade patriarcal, que gira em torno de manter o falo como centro do mundo, conseqüentemente, a mulher em segundo plano (BUTTLER, 2003).

Desse modo, de geração a geração, existe a reprodução desse discurso, os papéis que cada gênero precisa desempenhar na sociedade. A mulher ideal, nesta perspectiva, deve viver em função do casamento heteronormativo, é dócil e reprodutora, anulando completamente as outras habilidades intelectuais e físicas que uma mulher pode também exercer na sociedade (BIROLI, 2018).

“(...) todo o trabalho feminino, quando realizado em casa, seria definido como “tarefa doméstica”, e até mesmo quando feito fora de casa era pago a um valor menor do que o trabalho masculino – nunca o suficiente para que as mulheres pudessem sobreviver dele. O casamento era visto como a verdadeira carreira para uma mulher (...)” Federici (2017).

Segundo Biroli (2018), o trabalho feminino também é marcado pela gratuidade em favor dos homens, que é pouco valorizado por serem feitos por mulheres. Embora a mulher não seja privada da esfera pública, ela entra no mercado de trabalho com desvantagens, pela dupla jornada, renda desigual e a relação da mulher com trabalhos gratuitos, como cuidar e as atividades domésticas. Isso acontece a partir da socialização das crianças, espera-se que meninos e meninas desempenhem os seus papéis na sociedade da seguinte maneira: meninas desempenham as atividades domésticas e de cuidados, prioritariamente, logo, sendo responsáveis pelos trabalhos considerados

gratuitos e menos importantes. Ao passo que os meninos desempenham o seu papel de ser o protetor e provedor da casa (BIROLI, 2018).

De acordo com Sousa e Guedes (2016):

A masculinidade foi associada ao *homo economicus*, aquele que age com racionalidade, e a feminilidade, associada ao sentimentalismo, muitas vezes irracional. Nessa lógica, ficaram reservadas aos homens as tarefas que geram mais retornos econômicos, e às mulheres, as tarefas que embora possam não gerar bons retornos econômicos têm ligação com o lado amoroso, cuidadoso, altruísta "feminino" (SOUSA; GUEDES, 2016).

As mulheres ainda estão em números menores na esfera pública. Quem está dentro do Congresso? Sob a perspectiva, "gênero é uma questão política aguda", Biroli (2016), analisa as minorias nas esferas públicas e privadas, levando em consideração também "a minoria" das minorias, pois, deve-se entender os níveis da desigualdade, como é proposto por Ribeiro (2017). Então, Biroli (2016) apresenta como se dá essa desvalorização dos trabalhos femininos e a necessidade das mulheres, sobretudo as mulheres negras, de ocuparem espaços de poder para que haja a representação política dessas minorias, pois, somente assim as mulheres poderão desenvolver o seu espaço na sociedade, de mulheres para mulheres.

Historicamente, os homens são responsáveis pela lei e pela ordem, sendo impulsionados desde a socialização de meninos e meninas, cada um desempenha o seu papel, as meninas são responsáveis por cuidar, como falado anteriormente, e os meninos, proteger e prover. Visto isso, os homens seguem profissões como: advogado, policial, cargos políticos, engenharia, etc., ao passo que, as mulheres, são ensinadas e impulsionadas a cuidar da casa, costurar, ensinar os irmãos mais novos, seguindo profissões como: pedagogas, psicólogas, enfermeiras, etc (BIROLI, 2016).

Segundo Sousa e Guedes (2016):

O trabalho doméstico recai sobre as mulheres com base no discurso, vivo até hoje, da naturalidade feminina para o cuidado. Essa atribuição social do cuidado ao feminino, primeiramente, limitou a vida das mulheres ao espaço privado, e posteriormente, com as transformações socioeconômicas e a busca de independência feminina, marcou

desvantagens em relação aos homens na atuação econômica e social (SOUSA; GUEDES, 2016).

Entende-se que, desde a infância, existe a reprodução do discurso heteronormativo, do qual, a criança do sexo masculino precisa ser mais forte, protetor e se dedicar a prover a casa, enquanto a criança do sexo feminino deve ser a mais amável, cuidadora e se dedicar aos familiares e à casa. Dado isso, homens seguem carreiras de poder, ocupando espaços com status e de maior poder aquisitivo, enquanto as mulheres se dedicam à carreira do casamento, para estar ao lado desse homem bem-sucedido (FEDERICI, 2017).

Torna-se necessário uma análise deste contexto para que se entenda como se dá a desigualdade de gênero, mas que nem sempre foi assim. Na obra *Educação e Lutas de Classes*, de Ponce (2015), o autor apresenta como se deu a divisão das classes sociais desde as primeiras comunidades primitivas, nas quais as mulheres não desempenhavam papéis apenas domésticos e, nas comunidades analisadas, não havia uma diferença de poder entre as atividades domésticas, como cozinhar, e atividades de campo, como caçar. Logo, eram vistas como atividades hierarquicamente iguais.

Atualmente, as mulheres vêm buscando o seu devido espaço na sociedade, conciliando a dupla jornada, para que alcancem a independência através do próprio trabalho e não mais por meio da carreira do casamento (FEDERICI, 2017). No entanto, são muitos os obstáculos a serem enfrentados, como machismo, misoginia, falta de apoio financeiro e psicológico, e, sobretudo, a jornada de trabalho junto à jornada de atividades domésticas, visto que o cuidado ainda é de responsabilidade das mulheres (TEIXEIRA et al., 2021), entre outros que serão analisados posteriormente neste trabalho.

3 EMPREENDEDORISMO

Segundo Dornelas (2008), o debate sobre empreendedorismo ganhou crescente ênfase ao longo dos anos, isso aconteceu devido a vários fatores, tais como: alto índice de desemprego, o *boom* do e-commerce, entre outros.

O empreendedorismo caracteriza-se como um fenômeno inovador que busca oportunidades tanto de efetividade, como de lucro, através da criação de

novos empreendimentos financeiros. Nesse processo, os agentes que o integram precisam assumir riscos calculados e ter características singulares para atuarem com originalidade e assim se diferenciarem no mercado em que pretendem se inserir. Visto isso, uma condição importante para o alcance desse objetivo é um ambiente que estimule a inovação. (Carvalho, *et al.*, 2018; Montoya, 2000; Oliveira, 2019)

Schumpeter (1982) é um dos autores que liga diretamente o empreendedorismo à inovação. Para Tidd e Bessant (2009), a inovação está concatenada ao crescimento, identificando a relação benéfica entre as organizações e as práticas inovadoras. Isso resulta na exigência de o empreendedor ter a característica de ser arrojado e criativo.

O perfil do empreendedor segundo Carland, Carland e Hoy (1992) está ligado às características intrínsecas do indivíduo, tais como criatividade, liderança, espírito inovador, coerência e outros. No entanto, nem sempre o empreendedor já nasce com todas essas características sendo, assim é importante o processo de aprimorar e desenvolver essas habilidades ao decorrer de sua vivência (ANDRADE, 2010; OZÓRIO *et al.*, 2017).

Variados são os fatores que levam um indivíduo a iniciar sua jornada empreendedora, pesquisas indicam causas como: aumento dos índices de desemprego, deslocamento até o emprego, flexibilidade de horários, necessidade de realização e vários outros. (CARLAND; CARLAND; HOY, 1988; OLIVEIRA *et al.*, 2006)

De acordo com Chiavenato (2012), expõe que o empreendedor deve possuir três características básicas: 1) necessidade inerente de realização própria e do seu negócio; 2) estar aberto para assumir riscos e possíveis falhas; 3) ter confiança própria no que faz". (apud TEIXEIRA *et al.*, 2021).

Dado isso, pode-se compreender algumas características básicas elencadas por Chiavenato (2012) para alcançar o objetivo de ser empreendedor, bem como as demais concepções sobre o conceito de empreendedorismo.

3.1 Empreendedorismo Feminino

No século XX, antes do início das Guerras Mundiais, as mulheres eram responsáveis por desempenhar atividades de cuidado, tanto com as atividades domésticas, quanto aos cuidados de filhos e marido. No entanto, com as Guerras Mundiais e a incerteza da volta dos homens que foram para a guerra, as mulheres precisaram ocupar os lugares de trabalho fora de casa para o funcionamento da economia e sustento das famílias (AMORIM; BATISTA, 2011).

No Brasil, somente na Revolução Industrial é que deu início a inserção da mulher no mercado de trabalho, visto que era necessário para a contribuição financeira das famílias. Então, pelo barateamento de salários e poucos direitos nas décadas de 30 e 40, as fábricas buscavam uma mão de obra barata para as produções, assim, mulheres e crianças começaram a trabalhar nessas indústrias (ZAMARIOLLI, 2008).

De acordo com Probst (2003), após a inserção das mulheres no mercado de trabalho, a Constituição Federal de 1932, estabeleceu que mulheres e homens tivessem os mesmos salários, no entanto, ainda assim as mulheres eram mais exploradas.

É importante ressaltar que, a partir deste momento, inicia a dupla jornada, visto que essas mulheres precisavam trabalhar fora de casa, mas continuavam com a total responsabilidade das atividades domésticas e criação dos filhos (BIROLI, 2018).

A participação feminina no mercado de trabalho vem sendo conquistada pelas mulheres através dos anos, por meio de muitas lutas e reivindicações por isonomia de gênero. Essa perspectiva de equiparação entre homens e mulheres ganhou mais força com o advento da indústria, principalmente após a Revolução Francesa e no período após as guerras mundiais. No entanto, esse era apenas o início da jornada para inserção da mulher em uma sociedade patriarcal, pois esse avanço veio acompanhado com preconceitos que duram até hoje (QUERINO *et al.*, 2013; AMORIM; BATISTA, 2011).

Os motivos que levam as mulheres a abrirem seu próprio negócio são semelhantes aos que movem os homens. Entre eles estão: realização pessoal, oportunidade de mercado, falta de perspectiva na carreira anterior, maior autonomia, flexibilidade de horários, complementação de renda e outros. Ainda que, segundo o estudo de Bandeira *et al.*, (2020) as aspirações não pecuniárias

no caso das mulheres sobrepujam às financeiras discrepantes do que acontece com os homens. (BANDEIRA *et al.*, 2020)

A participação das mulheres contribui significativa e positivamente com a economia e vêm crescendo ao longo dos anos, sendo presente em todos os setores de mercado (WASKIEVICZ, 2020). Segundo Abrahão (2020) o empreendedorismo feminino funciona como um “importante motor de crescimento econômico”.

Os benefícios financeiros trazidos pelas mulheres ao cenário financeiro são inúmeros, ainda assim, segundo estudos do Sebrae (2022), no Brasil, a taxa de donas de negócios empregadores, ou seja, com capacidade de contratar funcionários, ainda é de 34%. A partir de índices como esse, é possível notar que dentro do empreendedorismo a entrada e permanência feminina são permeadas por muitos desafios, visto que essa participação ainda é muito reduzida e o mercado ainda é predominantemente masculino. (FEMALE FOUNDERS REPORT, 2021)

Segundo Teixeira *et al.* (2021):

“A inserção feminina no mercado permite destruir vários paradigmas, sobretudo a hegemonia masculina, pois as mulheres possuem habilidades interpessoais, grupais e gerenciais, além de transparência e motivação. Essa inserção também permite ao gênero feminino desenvolver suas potencialidades, autoestima, autonomia e independência financeira (já que muitas delas, por serem realocadas ao âmbito doméstico, necessitam do salário de outrem, geralmente o companheiro, para sobreviverem)” Teixeira *et al.*, 2021.

Para além das habilidades interpessoais positivas para o empreendimento, as mulheres podem a partir desta independência financeira garantir e desenvolver potencialidades pessoais, bem como gerar impactos econômicos para sociedade e para a sua própria família.

3.2 Desafios do empreendedorismo feminino

Mesmo com a relevância e impacto que as mulheres causam dentro da economia quando atuam como agentes participantes no mercado, existem muitos obstáculos que contribuem para embaraçar a introdução e permanência das mulheres tanto no empreendedorismo quanto dentro de ocupações convencionais. (CONCEIÇÃO *et al.*, 2021)

A exemplo disso, existem algumas causas que corroboram para a menor participação feminina no mercado convencional, um obstáculo que pode ser destacado é a conciliação trabalho-família, visto que as mulheres possuem menos apoio financeiro ou social. Sendo elas responsáveis pelos afazeres domésticos e mesmo quando podem se beneficiar de ajuda com estes (através de profissionais como: babás e empregados domésticos), ainda são as responsáveis pela educação e criação dos filhos, entre outros. Já os homens quando na posição de empreendedor recebe mais apoio de sua esposa e familiares (REIS *et al.*, 2018; TEIXEIRA; BONFIM, 2016).

Esses mesmos obstáculos também se constata na jornada empreendedora dessas mulheres e além desses, ainda se identificam outros. Tal ponto pode ser identificado na série de objeções camufladas experimentadas pelas mulheres no seu percurso empreendedor, tais como: menor acesso à crédito, machismo, desconfiança em relação ao gênero, falta de apoio, entre outros (RODRIGUES; PADILHA; MEDEIROS, 2011; SEBRAE, 2020; FEMALE FOUNDERS REPORT, 2021).

Alguns desses dilemas subsistem mesmo com estudos que comprovam o contrário, é o caso do acesso dificultado ao crédito que continua sendo uma realidade mesmo que as mulheres empreendedoras sejam melhores pagadoras que os homens, tendo uma taxa de inadimplência de 3,7% contra os 4,2% dos homens. Ainda assim, possuem maior dificuldade de conseguir o empréstimo e quando o conseguem, ainda o adquirem por taxas maiores que as dos homens (SEBRAE, 2020; VAREJO, 2022).

Segundo Teixeira et al., 2021:

Entretanto, Rodrigues, Padilla e Malheiros (2011) confirmam que as mulheres inseridas no mercado empreendedor têm menor destaque se comparadas aos homens, devido à credence de insucesso e a desconfiança imposta ao gênero, especialmente no que se refere ao setor financeiro, onde elas não usufruem da disponibilidade de fazer grandes empréstimos e outras ações tais quais os homens conseguem. Essas dificuldades desestimulam as mulheres a inserirem-se nesse setor.

Portanto, as mulheres ainda enfrentam dificuldades que impossibilitam o destaque no mercado financeiro, como colocado por Teixeira et al., 2021, para além dos preconceitos relacionados ao gênero, o descrédito empresarial é outro fator determinante na expansão dos negócios femininos, visto que elas possuem

menores créditos empresariais do que os homens, como pode ser analisado nos dados do Sebrae (2020), Varejo (2022), GEM (2017). Devido a necessidade da mulher no mercado financeiro desde os períodos das guerras mundiais, é que as mulheres puderam desempenhar o seu papel na esfera pública (BIROLI, 2018). O empreendedorismo feminino tem ganhado mais espaço na sociedade, no entanto, espaços ocupados com diversas dificuldades, como conciliação da família e trabalho, preconceitos relacionados ao gênero, descrédito empresarial e falta de apoio financeiro e social (TEIXEIRA; BONFIM, 2016).

Muito embora existam essas dificuldades, de acordo com o GEM (2017), as pesquisas indicam que as mulheres cresceram nos números de criações de novos empreendimentos, tendo um aumento significativo desde 2001, porém, a desigualdade surge nesses dados quando o gênero feminino está nas fases iniciais do empreendimento, com dificuldades para a expansão dos negócios, enquanto os homens já possuem negócios estabelecidos e em ascensão (TEIXEIRA et al., 2021). Esta disparidade ocorre justamente pelas dificuldades da inserção feminina no empreendedorismo, como apresentadas nesta monografia.

É importante ressaltar que, no Brasil, houve um grande aumento da inserção feminina no empreendimento, segundo os dados da GEM (2017). No entanto, as mesmas pesquisas constatam que os empreendimentos liderados por mulheres ainda estão em fases iniciais, enquanto os empreendimentos masculinos estão mais assegurados e em ascensão, fator este que se dá justamente pelo pouco tempo da mulher no mercado, gerado pela divisão de trabalho sexual, e, pelas dificuldades enfrentadas pelas mulheres no mercado financeiro (TEIXEIRA et al., 2021), das quais foram mencionadas nesta monografia

Portanto, embora seja de imensa relevância econômica que as mulheres estejam dentro do mercado financeiro, tendo em vista o impacto no mercado financeiro, bem como o impacto gerado pelos homens, também existe, segundo Gomes (2006), o impacto na renda dessas famílias, visto que as mulheres buscam a independência financeira tanto pela autoestima e autorrealização quanto para dar um suporte melhor aos seus familiares (TEIXEIRA et al., 2021).

4 ABORDAGENS METODOLÓGICAS

Utilizou-se a abordagem qualitativa a fim de analisar, descrever e compreender os significados dos fenômenos sociais presentes no filme “Coco Antes de Chanel (2009)”, sobretudo, observar os desafios encontrados, a partir do estudo observacional do filme, pela estilista no mercado de trabalho.

O estudo é de cunho qualitativo, que, segundo Godoy (1995), consiste na compreensão de um fenômeno através do conhecimento que deve ser coletado em todos os meios possíveis, seja por entrevista, pesquisa ou outros. Foi utilizado também a observação não-participante, que consiste em uma análise onde o pesquisador não intervém no objeto de estudo, atuando como um agente passivo (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Segundo Vergara (2003) e Severino (2014), o estudo caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, visto que o levantamento de informações foi feito com base em livros e artigos disponíveis sobre o tema. De acordo com Vergara (2003), o estudo é descritivo, pois descreve e detalha o objeto, utilizando a análise do sujeito da pesquisa, o tratado sobre o tema e identificando as correlações entre os dois.

Segundo Godoy (1995), a pesquisa qualitativa de caráter documental traz reflexões importantes e científicas, principalmente em contextos dos quais não são possíveis entrevistar as pessoas envolvidas:

“Os documentos constituem uma fonte não-reativa, as informações neles contidas permanecem as mesmas após longos períodos de tempo. Podem ser considerados uma fonte natural de informações à medida que, por terem origem num determinado contexto histórico, econômico e social, retratam e fornecem dados sobre esse mesmo contexto. Não há, portanto, o perigo de alteração no comportamento dos sujeitos sob investigação (GODOY, 1995)”.

Desse modo, entende-se o filme *Coco antes de Chanel* (2009) como um documento importante sobre a vida de Gabrielle Chanel, visto que é um filme baseado na biografia *A Era Chanel* (2007), da escritora Edmonde Charles-Roux, no qual retrata a mulher moderna que foi Gabrielle Chanel, sua trajetória profissional e pessoal, dando ênfase a como deu início a marca bilionária criada e projetada pela estilista no século XX.

Para além dos demais métodos utilizados para a coleta de dados, esta monografia consiste em um estudo observacional em linguagem análise fílmica, metodologia proposta por Machado e Matos (2012).

“O observador se sinta co-participante daquilo que vê descrito no filme e torne possível as decodificações e codificações de variados símbolos, quer com textos, com imagens ou com os comportamentos observados nos personagens”. (MACHADO; MATOS, 2012).

Dado isto, os autores sugerem algumas etapas para a análise de um filme, no qual consiste em: 1) seleção de um filme; 2) visão geral da narrativa fílmica; 3) identificação e descrição detalhada das cenas; 4) edificação de um referencial teórico; 5) um relatório final (MACHADO; MATOS, *apud* MESQUITA *et al.*, 2017).

Assim, foi proposto uma observação não-participante qualitativa, na qual realizou-se a coleta de dados detalhadamente através das cenas da película (DENZIN, 2004). Inicialmente, foi assistido o filme pela primeira vez, identificando as primeiras impressões e formulando a pergunta para nortear a investigação, e, a partir disso, delimitou-se o objeto de estudo. Posteriormente, foi descrito e detalhado cada cena da película que foi considerada relevante para coleta de dados, com enfoque para o objeto a ser analisado (DENZIN, 2004).

Em seguida, foi apresentada a observação subjetiva dos comportamentos humanos observados (GODOY, 1995), realizando, assim, a observação e, após isso, a análise fílmica.

Segundo Denzin (2004), existe uma maneira e princípios para a pesquisas em documentos visuais, sendo pontuado da seguinte maneira:

1) olhar e sentir, procurando identificar padrões de significado e registrar as impressões; 2) formular a pergunta de pesquisa ou o objetivo; 3) realizar uma micro análise cena a cena, descrevendo-as detalhadamente; e 4) após assistir ao filme quantas vezes forem necessárias, descrever os dados observados de forma a atingir o objetivo proposto (DENZIN *apud* SOBREIRA, 2017, p.85).

Nesse contexto, foi utilizado a metodologia proposta por Machado e Matos (2017), foi registrada e analisada as cenas de acordo com o objetivo proposto nesta pesquisa. Portanto, buscou-se relacionar os desafios enfrentados

pela personagem principal do filme com a realidade encontrada pelas mulheres no empreendedorismo.

Para um estudo observacional minucioso, o filme foi assistido quatro vezes, sendo, a primeira, apenas apreciação da narrativa, entendendo a história e seus acontecimentos. A segunda, anotações das impressões iniciais do filme, sobretudo, analisando as cenas de acordo com o objetivo proposto neste trabalho (MACHADO; MATOS, 2017).

Após isso, as demais duas vezes foram assistidas pausadamente, buscando congelar as cenas nas quais foram consideradas relevantes para a análise e coleta de dados (MACHADO; MATOS, 2017). Observou-se os elementos da película, as dimensões verbais e não-verbais do filme, como proposto por Pereira (2014),

O discurso imagético-verbal apresenta valores imanentes, os quais somente obterão resultado se inseridos em determinado contexto sócio-histórico para o qual foi produzido, visto que “o problema do sentido da imagem é pois o da relação entre imagens e palavras, entre imagem e linguagem” (AUMONT, 1993, p.248), relação que se dá em situações específicas de comunicação. (PEREIRA, 2014, p.56)

Em seus estudos sobre o imagético-verbal, Pereira (2014) esclarece a importância da análise imagético-verbal na análise fílmica, no qual engloba as dimensões verbais, sendo os discursos escritos e/ou falados e a dimensão não-verbal, que são os elementos das cenas, expressões, tomadas de câmera, assim, buscando analisar minuciosamente cada parte das sequências narrativas selecionadas. Desse modo, foi utilizado, também, o quadro imagético-verbal de Pereira (2014) para a organização das dimensões verbais e não-verbais do filme.

Segundo Vanoye e Goliot-Lété (2008), o analista deve desagrupar os elementos constitutivos da obra e investigá-las separadamente, após isso, esses são reagrupados para uma observação minuciosa de como esses componentes se relacionam, então, ao final, realizando a interpretação desses elementos juntos, passando, desse modo, por três etapas: desconstrução-reconstrução- interpretação.

“[...] Ao término de uma história/filme, o indivíduo/espectador apresenta a sensação que aprendeu algo sobre a vida ou sobre si mesmo e que adquiriu uma nova compreensão das coisas (Vogler, 1997). Dentre as diversas contribuições oriundas da filosofia sobre o cinema, Machado (2009), apresenta as reflexões do filósofo Deleuze, segundo as quais os cineastas são considerados pensadores visuais e não conceituais. Deleuze também destaca que os meios cinematográficos de reprodução eram, em sua essência, artificiais, mas os resultados obtidos a partir deles, não. Os meios conquistam uma autonomia que faz com que eles tenham validade, por si mesmos, o que exige investimento do olhar para que nasça a ação de olhar para as linguagens (FREITAS; LEITE, 2015, p.91).

Após essas etapas, foram elaboradas a interpretação e a fundamentação deste trabalho, buscando com a observação do filme analisar os desafios no empreendedorismo feminino a partir do filme bibliográfico *Coco antes de Chanel* (2009).

5 ESTUDO OBSERVACIONAL: COCO ANTES DE CHANEL

O filme narra a trajetória de Gabrielle Bonheur Chanel antes de se tornar a popularmente conhecida Coco Chanel. Na obra, é retratado o início difícil de Coco, uma pequena órfã que na fase adulta se torna uma jovem cantora de bar com muito talento para a moda.

Desde cedo, Coco mostrou que queria mais do que a vida padrão das mulheres da sociedade daquela época, então, decidiu entrar no ramo da moda e, mesmo com muitos talentos, enfrentou muitos obstáculos em um mercado predominantemente masculino, ainda mais com sua personalidade forte, inventiva e com ideias inovadoras e vanguardistas.

Nas primeiras cenas, Coco e a sua irmã são deixadas pelo pai em um orfanato, em seguida, uma das cuidadoras no orfanato avisa sobre as visitas, no qual Coco percebe que seu pai, mais uma vez, não veio visitá-las, e diz: "*Eu esperei meu pai todos os domingos, mas ele nunca apareceu*". Após isso, o filme apresenta a transição de quinze anos depois, mostrando o cenário atual, no qual Coco está entrando na sua apresentação num bar.

Coco e a sua irmã, Adrienne Chanel, trabalham como costureiras numa confecção e se apresentam cantando em bares pela noite, em busca de melhores condições para conseguirem seguir o sonho como artistas.

Na cena seguinte à apresentação no bar, é mostrada a relação de Coco e Adrienne Chanel, com alguns diálogos sobre as suas perspectivas sobre o amor. Na cena, Coco está terminando a leitura de um livro de romance, então, Adrienne cita o barão que frequenta o bar e diz que ele a ama, então, Coco fala sua perspectiva sobre amor, dizendo que é bonito apenas nos livros e Adrienne está enganada.

A personagem principal é apresentada no filme como uma mulher que entende a sociedade mas não está satisfeita com o que vê. Por sua vez, sua irmã, que também vive a mesma realidade, vê no barão uma oportunidade para sair da situação que vive, casando-se com um homem que lhe ofereça segurança e estabilidade financeira, enquanto Coco acredita ser uma ideia completamente errada, especialmente por achar que o barão está apenas iludindo-a.

No entanto, após sua irmã estar decidida a ir para Paris com o barão, Coco se vê na situação de precisar seguir a sua vida independente da ideia inicial, que seria cantar ao lado de Adrienne e, assim, ser famosa.

Nesse meio tempo, Coco conhece Étienne Balsan, um herdeiro de uma fábrica de tecidos, com quem estabelece um relacionamento bastante diferente para a época. Balsan gostava da personalidade forte de Coco, que sempre falava o que vinha à mente e sem pudor ou intenção de arranjar um casamento com um socialite, muito pelo contrário, afirmando o quanto quer ir atrás do seu próprio sucesso e que não foi “feita para casar”.

Balsan, por ser um socialite conhecido, consegue um teste de seleção para Coco, mas ela não é aprovada e recusa as demais possibilidades propostas por Balsan.

Após Balsan voltar a Paris, Coco decide ir também, visto que a sua irmã já havia ido embora, e fica hospedada no castelo do socialite, no qual conhece pessoas importantes. É interessante ressaltar que no filme o relacionamento entre os dois é palco de discussões por Coco não se colocar como uma mulher submissa e nunca estar satisfeita, embora esteja vivendo num castelo com empregados.

Vivendo com um socialite que se dedica a criação de cavalos, torna possível Coco conhecer pessoas da alta classe, por estar ao lado de um homem com status. Assim, a estilista conhece Arthur Capel, chamado de Boy, que se torna a grande paixão da sua vida, mas, irá casar com uma outra mulher. É a partir disso que Coco decide que não é uma mulher para casar, mas sim, para fazer seu próprio sucesso.

Vivendo num castelo, Coco fazia chapéus para as mulheres que conheceu através de Balsan, por ser uma mulher inventiva e moderna, seus chapéus começaram a ser comercializados entre suas colegas da alta classe, tornando-se tendência entre a classe alta o estilo moderno proposto por Gabrielle Chanel.

Assim, Coco decide abrir a sua própria loja de chapéus em Paris, impulsionada por Arthur Capel, o Boy, que se oferece como fiador do banco para que ela tenha capital e abra seu primeiro negócio, a chapelaria.

Então, Coco Chanel inicia sua primeira loja e começa a fazer sucesso entre as mulheres parisienses. O filme apresenta pouco sobre a loja de Chanel, dando mais ênfase aos seus relacionamentos com Balsan e Boy. Após a morte do seu grande amor, Boy, o filme termina com um desfile de roupas de Coco Chanel.

Posteriormente serão analisados dois momentos relevantes retratados nesta película sobre a primeira loja de Coco Chanel: 1) A necessidade de um homem para conseguir crédito no banco e 2) A falta da rede de apoio, especialmente de Balsan e Adrienne.

Nesta primeira análise, observaram-se algumas considerações sobre Coco. A primeira, é sobre a sua personalidade, Coco diz exatamente o que pensa e o filme sempre tenta representar essa personalidade marcada da personagem. Nesta sequência narrativa, Coco está num bar quando senta para conversar com Balsan, impulsionada por Adrienne. Desse modo, Coco utiliza da ironia para falar sobre a mulher submissa, a partir disso, inicia uma longa relação com Etienne Balsan.

Quadro 1 - Sequência narrativa 1

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Título: Coco Antes de Chanel	
Ano: 2009	
Cena: 0:09:57”	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Paisagem: Na mesa do bar e com pessoas ao fundo. Componentes do plano: -Plano fechado (Close-up) Sequência narrativa: - Narrativa linear Personagens:	Balsan: Eu disse alguma coisa errada? Coco: Não, ela quis nos deixar a sós. Ela acredita no grande amor e quer me converter. Balsan: Se puder ser útil, me candidato. Coco: O que preciso fazer? Ficar curada? Baixar o olhar. Dizer: "oh, por favor, querido", "Sim, meu amor".

Etienne Balsan, Coco Chanel, roupas sociais do século XX.	<p>Balsan: Eu gosto de “sim, meu amor”. Gosto mesmo.</p> <p>Coco: a mulher apaixonada está perdida, é mais submissa do que um cachorro.</p> <p>Balsan: de língua pra fora, cachorro que baba. Não é bonito uma mulher apaixonada.</p> <p><i>Coco sorri.</i></p> <p>Balsan: Está nervosa?</p> <p>Coco: Não.</p>
---	---

Fonte: Dados da pesquisa.

Após esta cena, Coco conta a irmã que Balsan irá conseguir um teste com um diretor para se apresentarem, tornando possível cantar em Paris, porque ele possuía boas relações. Nesta cena, entende-se como Chanel sempre esteve focada na sua vida artística. No entanto, Adrienne informa a sua irmã que não irá mais cantar, pois o barão a levará a Paris e irá casar com ela. Nesta cena, Coco fica desacreditada e afirma “Ele não vai casar com você, Adrienne”, tentando convencer a irmã a seguir com as apresentações, mas, Adrienne está certa que irá se casar e deixar os palcos.

Dessa forma, surge a falta de apoio da sua irmã, um dos desafios elencados nesse estudo, pois era o único apoio que ela tinha. Na cena analisada anteriormente, Adrienne tenta ajudar a Coco a se envolver e se permitir as paixões, em vez de apoiá-la a seguir sua carreira artística. Isso se dá pela construção social de papéis, no qual as mulheres são ensinadas a seguir a carreira do casamento (FEDERICI, 2017).

Segundo Teixeira e Bonfim (2016), homens possuem um apoio social e financeiro para seguirem as suas carreiras, ao passo que, as mulheres, precisam ser o próprio apoio, pois, geralmente não possuem uma estrutura financeira e/ou psicológica para seguirem no mercado de trabalho, visto que elas são este ponto de apoio para família e amigos, especialmente por serem responsáveis pela manutenção dos lares e do cuidado.

Na cena analisada a seguir, surge outra desmotivação para a carreira de Coco. Após a cena de reflexão no gramado, na qual Chanel está deitada na grama, debaixo de uma árvore, a personagem conta que irá a Paris abrir a sua

própria loja de chapéus, no entanto, é pontuado por Balsan o porquê dela não precisar abrir a sua própria loja.

Quadro 2 - Sequência narrativa 2

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Título: Coco Antes de Chanel</p> <p>Ano: 2009</p> <p>Cena: 1:24:40''</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Paisagem: Sala da casa de Balsan. Boy e Balsan estão jogando sinuca quando Coco entra em cena.</p> <p>Componentes do plano:</p> <p>-Plano médio</p> <p>Sequência narrativa:</p> <p>- Narrativa linear</p> <p>Personagens:</p> <p>Arthur Capel (Boy), Coco Chanel, Etienne Balsan, roupas sociais do século XX.</p>	<p>Balsan: Ela chegou.</p> <p>Coco: Eu vou para Paris.</p> <p>Balsan: E o que vai fazer em Paris?</p> <p>Coco: Eu decidi ficar rica.</p> <p>Balsan: E pode se saber qual a ideia genial que vai fazer você ficar rica e famosa?</p> <p>Coco: Vou criar chapéus.</p> <p>Balsan: É uma excelente ideia, mas não precisa ir para Paris para isso. Pode fabricar aqui, eu pago o que quiser.</p> <p>Coco: Não é fabricando três chapéus para as suas amiguinhas que vou fazer fortuna.</p> <p>Balsan: Não está pensando em trabalhar de verdade. Não tem sentido. O que acha?</p> <p>Boy: Acho que ela tem razão.</p>

	<p>Balsan: Lá na Inglaterra talvez as mulheres trabalhem, mas aqui conservamos um pouco de galanteria. Ela não sabe fazer conta de somar.</p> <p>Boy: Ela vai aprender.</p> <p>Balsan: Ela não tem dinheiro, já pensou nisso?</p> <p>Coco: Vou me virar, vou pedir emprestado.</p> <p>Balsan: Você não deveria colocar essas ideias que não dão em nada na cabeça dela.</p> <p>Balsan: Então caso com você. É a solução dos seus problemas, pode fazer todos os chapéus que quiser. Eu enfrento a minha família de bárbaros.</p> <p>Coco: Não tenho a intenção de casar com ninguém.</p>
--	---

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Inicialmente a sua proposta é ser o mantenedor do sonho de Coco, mantendo-a em seu castelo e, assim, ela poderia criar quantos chapéus quisesse. De acordo com Sousa et al., (2016), a história revela que os homens eram vistos para a esfera pública, responsáveis pelas atividades financeiras, enquanto as mulheres se dedicavam à esfera privada, no caso, aos do cuidado e manutenção. Assim, Balsan esperava, enquanto homem do século XX, que o casamento fosse a melhor alternativa de Coco Chanel, inclusive sugere que privar a mulher do trabalho seja considerado “galanteria” que ainda existe em Paris, como dito pelo personagem na cena anterior. O personagem também diz “É a solução dos seus problemas [...] Eu enfrento a minha família de bárbaros”, para além de seu papel como homem de cuidar de Coco, ele também afirma, utilizando o verbo enfrentar, que lutaria contra a sua própria família para se casar com uma órfã artista.

Além disso, Balsan expõe duas questões relevantes sobre o sonho de Coco: 1) falta de conhecimento em matemática básica para os negócios; 2) falta de dinheiro para o seu empreendimento.

Desse modo, questiona-se os recursos financeiros e a escolaridade para Coco possuir um empreendimento. Segundo Lages (2005), a mulher sempre esteve fundada nas diferenças de gênero, desde o tempo colonial, portanto, sendo privada de exercer alguns direitos básicos, como a educação. Embora Chanel não tenha tido diploma, ainda assim se tornou uma das marcas mais reconhecidas no mundo, com uma fortuna bilionária (FORBES, 2022), porém, sua carreira foi marcada também pelos preconceitos ao gênero.

Segundo as pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2018), as mulheres buscam níveis mais elevados de escolaridade, pois, sua educação sempre é questionada, especialmente em ambientes profissionais, também é importante ressaltar que, mesmo com níveis mais elevados de escolaridade, os salários das mulheres ainda são inferiores aos dos homens (IBGE, 2018).

Como citado anteriormente, Coco e a sua irmã cresceram em um orfanato, onde aprenderam a costurar, assim, não possuíam nenhum apoio familiar para viver em condições melhores. Em uma das cenas, por exemplo, Coco rouba um vestido do bar que trabalhava para se apresentar no teste de seleção, porque havia sido demitida e não teria mais dinheiro para comprar um vestido para apresentação. Dado isso, entende-se que a condição financeira de Chanel não era boa, assim, não poderia abrir um empreendimento sem um fiador, sendo a segunda questão pontuada por Balsan.

Segundo Teixeira e Bonfim (2016), para além das dificuldades enfrentadas pelas mulheres ligadas ao gênero, também existem mais empecilhos no mercado financeiro, como a falta de apoio financeiro e psicológico, bem como a baixa credibilidade empresarial, como apresentado no filme de Coco.

De acordo com as reflexões de Teixeira et al., (2021), existem muitos outros fatores, para além da desconfiança de gênero, que dificultam a inserção das mulheres no mercado financeiro:

“[...] não rentabilidade mercadológica, indisponibilidade de grandes empréstimos financeiros para auxiliar na administração da empresa, responsabilidade pela manutenção da casa, do marido e dos filhos, pressão dos estereótipos de gênero, onde são realocadas para o âmbito doméstico ou, nas empresas, para o âmbito secundário e, por fim, pelo escasso suporte emocional ou familiar (TEIXEIRA et al., 2021).

Na cena seguinte, Boy diz a Chanel que as contas dela são controladas por ele, visto que ele é o financiador do banco.

Quadro 3 - Sequência narrativa 3

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Título: Coco Antes de Chanel	
Ano: 2009	
Cena: 1:32:33”	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Paisagem: À noite enquanto Coco dirige o carro de Boy.</p> <p>Componentes do plano:</p> <p>-Primeiro Plano</p> <p>Sequência narrativa:</p> <p>- Narrativa linear</p> <p>Personagens:</p> <p>Arthur Capel (Boy), Coco Chanel, roupas sociais do século XX.</p>	<p>Boy: Você precisa de um [carro], mas com um motorista.</p> <p>Coco: está bem, eu compro.</p> <p>Boy: Espera até mês que vem. Eu não sei se temos dinheiro suficiente no banco.</p> <p>Coco: Nós por quê? O dinheiro que está na conta é o que eu ganho. Ele é meu.</p> <p>Boy: O banco te deu dinheiro porque eu sou o fiador.</p> <p>Coco: Então, eu dependo de você?</p> <p>Boy: Por enquanto.</p> <p><i>Coco desce do carro.</i></p> <p>Coco: A partir de amanhã, eu cuido das contas e eu falo com o banco.</p> <p><i>Boy fala em inglês.</i></p>

	<p>Coco: Eu não entendi.</p> <p>Boy: Você é muito orgulhosa, vai sofrer.</p>
--	--

Fonte: Dados da pesquisa.

Nesta cena, Coco se vê na situação de não poder controlar a sua vida financeira, embora seja a dona do seu próprio negócio, sendo a idealizadora e criadora dos chapéus, como pode ser visto nas cenas do filme. No entanto, como não podia financiar a sua ideia, precisou do apoio financeiro de Boy, seu parceiro amoroso. No plano imagético, após Boy afirmar que Coco depende dele, a estilista demonstra descontentamento, saindo imediatamente do carro.

Dado isso, as mulheres ainda enfrentam muitos desafios no mercado empreendedor, visto que há muitas descrenças no mercado financeiro devido ao gênero, como é afirmado na pesquisa de Teixeira et al. (2021), no qual os autores apresentam como uma das dificuldades, o preconceito.

Entende-se que no século XX, contexto histórico no qual se passa a história de Coco, a inserção da mulher no empreendedorismo possui mais limitações, visto que o casamento sempre foi impulsionado como o “negócio” mais rentável para as mulheres (FEDERICI, 2017), no entanto, as descrenças ao gênero feminino no mercado do trabalho ainda são questões atuais. Segundo Lages (2005), as mulheres ainda são colocadas em segundo plano no mercado de trabalho e/ou responsáveis por desempenhar os papéis domésticos. Assim, tornando-se mais difícil a ascensão e independência financeira.

No entanto, não é constatado no estudo observacional desta película problemas relacionados à conciliação trabalho-família, visto que Coco decidiu não constituir um núcleo familiar, mas sim, seguir o seu sonho como dona do seu próprio negócio.

Segundo Sousa e Guedes (2016), as mulheres precisam se dividir entre os dois campos, família e trabalho, enquanto os homens podem seguir priorizando o trabalho, sem que isso interfira nas suas relações pessoais, ao passo que, para as mulheres, é dada como obrigação cuidar da família.

“Nas últimas décadas têm ocorrido, em nível global, amplas modificações na composição sexual do mercado de trabalho e nas relações entre trabalho e família. O modelo "tradicional" do homem

provedor e da mulher cuidadora vem dando lugar a um modelo no qual as mulheres e os homens se inserem no mercado de trabalho, mas os cuidados com a família continuam sendo responsabilidade primária das mulheres” SOUSA; GUEDES (2016).

Dado isso, também se torna cada vez mais comum as mulheres escolherem entre a maternidade ou trabalho, visto as dificuldades na conciliação de trabalho-família.

Coco se tornara um símbolo tanto por seu talento e dedicação à moda quanto por ser uma mulher que lutou pela sua independência. Por seus trejeitos incisivos e considerados “rudes” para uma mulher, em muitas cenas do filme, Coco é chamada de “garoto”, em especial pelos homens com quem se relaciona. A estilista não se limitava a postura da época, não utilizava roupas com espartilhos, criava o seu próprio estilo com roupas masculinas, por acreditar serem mais confortáveis, por isso era chamada de garoto, sobretudo, por ser considerado um papel a ser desempenhado por um homem (BIROLI, 2018) essa busca pelo seu sucesso pessoal, em vez da procura de um casamento.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pergunta que orientou esta monografia: Quais os desafios do empreendedorismo feminino observados no filme 'Coco antes de Chanel'? Concluiu-se, com base na análise da película, as dificuldades que foram enfrentadas pela empreendedora Gabrielle Chanel, dentre elas, descrédito no banco, machismo e a falta de rede de apoio. Essas problemáticas foram elencadas e elucidadas anteriormente neste trabalho como principais desafios encontrados pelas empreendedoras femininas, segundo artigos, pesquisas e dados estatísticos.

No entanto, houve um desafio que não foi identificado no presente trabalho, a conciliação trabalho-família, sendo também um dos principais desafios nas investigações sobre a temática, no qual é pontuado a dificuldade da mulher empreendedora em conciliar a profissão com os cuidados do seu núcleo familiar. Porém, Coco Chanel decidiu não constituir uma família na vida adulta, cresceu em um orfanato e, a sua irmã Adrienne, no filme, decide casar-se e ir morar distante da estilista.

Desse modo, comprova-se o objetivo deste trabalho, identificando, analisando e descrevendo os desafios enfrentados pela estilista Gabrielle Chanel na sua carreira como empreendedora, como a dificuldade em ter seu próprio negócio por ser mulher, precisando do apoio de outros homens para conseguir crédito no banco, a desconfiança do seu brilhantismo atrelada ao gênero e nenhum apoio familiar. Porém, como citado anteriormente, a problemática conciliação trabalho-família não foi identificada na pesquisa a partir do filme biográfico, visto que Coco nunca se casou e nem teve filhos.

Esse estudo observacional, realizado no filme "Coco Antes de Chanel" (2009), baseado na vida da estilista Gabrielle Chanel, apresenta algumas dificuldades enfrentadas pela empreendedora com a sua primeira loja de chapéus, sendo elas: 1) A necessidade de um homem para conseguir crédito no banco e 2) A falta da rede de apoio, especialmente de Balsan e Adrienne.

Entende-se que, apesar de idealizadora e empreendedora do próprio negócio, a estilista ainda estava sob as decisões do seu financiador e também amante, Arthur Capel - Boy. Na cena analisada, percebe-se sua frustração ao saber que não podia comprar um carro visto que Boy ainda era o responsável pela sua conta no banco, como dito por ele mesmo na cena analisada. Chanel

conclui dizendo que no dia seguinte iria ser dona da sua própria conta, uma vez que é o dinheiro dela. Pode-se realizar uma análise desta cena como leitura de situações atuais enfrentadas pelas empreendedoras, as mulheres empreendedoras infelizmente ainda possuem descrédito e preconceitos em relação ao gênero dentro do mercado, bem como menores empréstimos no banco (GEM, 2017).

Outra cena relevante para esta monografia é a falta de rede de apoio de Coco Chanel. Para além de crescer no orfanato, Coco entendeu que seu pai não retornaria nem para visitá-la, assim, tendo apenas a sua irmã como rede de apoio. À medida que Coco tenta construir o seu sonho na vida artística, enfrenta a primeira frustração que é o fato da sua parceira de apresentação desistir do sonho para casar-se com um homem rico, além disso, Adrienne vai morar em Paris, distante de Coco, então, a estilista precisa seguir sua carreira sem nenhum apoio familiar.

A partir disso, a estilista passa a viver com Balsan, sua única alternativa, embora não tenha sido um relacionamento tranquilo, ambos se gostavam bastante, como pode ser visto em algumas cenas do filme. Dessa forma, Coco se dedica a criação dos seus primeiros chapéus e começa a conhecer pessoas importantes. Mesmo Balsan sabendo do seu brilhantismo e do seu sonho em ser famosa, propõe um casamento para que ela não siga no caminho de abrir sua própria loja, mas sim, deveria adequar-se ao castelo e viver como uma mulher feliz do século XX, sendo esposa.

As contribuições deste trabalho emergem destes dois pontos de dificuldades encontradas no estudo observacional do filme *Coco Antes de Chanel* (2009). Existem muitas outras questões atreladas ao gênero na vida da estilista, mas, o filme sobrepõe os relacionamentos de Gabrielle à como se deu a marca bilionária Coco Chanel, apresentando poucas cenas da criação de sua marca, sendo, especificamente, duas cenas: 1) a primeira loja de chapéu; 2) o primeiro desfile de roupas, fechando o filme. No entanto, a película busca frisar as opiniões de Gabrielle sobre a moda e cenas que mostrem seu potencial para costura e estilo moderno, indo de contra a moda imposta às mulheres da época, em algumas cenas critica as roupas exageradas e apertadas, sempre expressando a sua opinião de maneira subversiva.

Portanto, a partir das cenas analisadas, é possível concluir duas questões

atuais vividas pelas mulheres no empreendedorismo: o menor apoio financeiro e psicológico para entrar no mercado financeiro, dificultando a expansão dos seus negócios, situação esta que foi apresentada na cena analisada, no diálogo de Arthur Capel, Balsan e Gabrielle. Deste modo, afirma-se na análise fílmica o desafio de crédito no banco, precisando do empréstimo de Capel para conseguir abrir a sua própria loja, bem como sendo desmotivada por Balsan, pessoa com quem a estilista morava.

Dado isso, constata-se que existem dificuldades presentes no empreendedorismo feminino, destarte, conclui-se os objetivos propostos nesta monografia, analisar e descrever as dificuldades enfrentadas pelas mulheres no empreendedorismo a partir do estudo observacional do filme selecionado.

Tendo em vista que o empreendedorismo feminino tem ganhado espaço progressivamente, ainda que em passos curtos, entendemos que existem poucas pesquisas sobre esse tema no meio acadêmico, especialmente nos estudos observacionais voltados para análise de filmes sobre empreendedoras. Embora existam temas envolvendo o empreendedorismo, são poucos os autores que deleitam-se sobre a temática do empreendedorismo feminino, desse modo, tornando-se necessário mais aprofundamento e estudos nessa área.

Para além das dificuldades de encontrar pesquisas mais recentes sobre o empreendedorismo feminino, também são poucas as análises fílmicas sobre empreendedorismo feminino, embora existam outros nomes de sucesso internacional que ganharam filmes biográficos e narram a trajetória do empreendedorismo feminino, como a história de Madam C.J. Walker e Joy Mangano, bem como ainda há bastante para se analisar sobre a vida de Coco Chanel, visto que, no próprio filme biográfico existe uma atenção maior à vida pessoal do que a vida empreendedora de Chanel que tornou-se um dos nomes mais famosos da indústria internacional de moda. Então, entende-se que há necessidade de refletir e desenvolver investigações nesta temática para que haja a mimese entre a arte e a vida, sobretudo, sobre o empreendimento feminino que está em ascensão na sociedade, então, pesquisas nesta área se tornam importantes para que seja compreendido os desafios dessas mulheres empreendedoras.

Conclui-se, a partir do estudo observacional da película sobre a vida de Coco Chanel, as dificuldades enfrentadas pelas mulheres no

empreendedorismo, dentre elas, a descrença e preconceitos atrelados ao gênero, sendo sugerido pela rede de apoio de Gabrielle a necessidade de um casamento, invés de apoiar a sua vida artística; e, a falta de crédito para expansão do seu negócio, surgindo a necessidade de ter Arthur Capel como seu financiador para ter crédito no banco e, assim, dar continuidade a sua própria loja de chapéus. No entanto, não se constata dificuldades de conciliação trabalho-família no filme, como apresentado no referencial teórico, visto que Coco Chanel decidiu não constituir uma família, mas sim, seu próprio sucesso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA BRASIL. **SEBRAE: Mulheres lideram 10,1 milhões de empreendimentos no Brasil.** 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-03/sebrae-mulheres-lideram-101-milhoes-de-empreendimentos-no-brasil#:~:text=O%20estudo%2C%20realizado%20com%20base,milh%C3%B5es%2C%20mesmo%20resultado%20registrado%20no>>. Acesso em 29 de abr. de 2022.

AMORIM, R. O; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento.** São Paulo, 2011. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 6, n. 3, p. 151-171, mai-jun, 2021 ISSN: 2448-2889 Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acessado em: 12 abr. 2022.

ANDRADE, R. F. DE. **Conexões empreendedoras: entenda por que você precisa usar as redes sociais para se destacar no mercado de trabalho e alcançar resultados.** São Paulo: Gente, 2010.

B2 MAMMY; ENDEAVOR; DISTRITO. **Female Founders Report.** São Paulo, 2021. Disponível em: <https://materiais.districto.me/mr/female-founders-report>. Acesso em 10 de abr. de 2022.

BANDEIRA, Patrícia Bock; AMORIM, Marcos; DE OLIVEIRA, Manoela Ziebell. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **REVISTA PSICOLOGIA: ORGANIZAÇÕES E TRABALHO**, 2020.

Bessant, J., & Tidd, J. Inovação e empreendedorismo. Bookman Editora. 2009.

BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: Limites da democracia no Brasil.** Boitempo; 1ª edição, 2018.

CARLAND J.W., Hoy., & CARLAND, J.A. **Who is an Entrepreneur? Is a Question Worth Asking.** *American Journal of Small Business*, 12(4), Spring, 33-39.1988.

CARLAND, J. W.; CARLAND, J. C.; HOY, F. S. **An Entrepreneurship Index: an empirical validation.** *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1992.

Carvalho, A. C. M. de Souza, B. A. A., Rezende, F. S. de Souza, M. C. **Perfil dos empreendedores de start up de um programa de aceleração do estado de Minas Gerais.** *Desafio Online*, 6(3), 2018.

Conceição, A. J. S., Gois, E. S. B. Ribeiro, R. S. Santos, S. R. **OS DESAFIOS DA MULHER BRASILEIRA NO MERCADO DE TRABALHO: EM BUSCA DO PAPEL DA LIDERANÇA NO EMPREENDEDORISMO.**

DE OLIVEIRA, Dilson Campos; DE OLIVEIRA GUIMARÃES, Liliane. Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/SEBRAE em questão. **Revista Economia & Gestão**, v. 6, n. 13, 2006.

COCO AVANT CHANEL. Diretora: Anne Fontaine. Produtora: Haut et Court, 2009.

DORNELAS, J. C. A. (2008). **Empreendedorismo.** Elsevier Brasil.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a Bruxa: Mulheres, Corpos e Acumulação Primitiva.** Editora São Paulo: Elefante; 1ª edição, 2017.

FORBES. **Conheça os 10 bilionários por trás das maiores marcas de luxo do mundo.** Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-money/2022/04/conheca-10-bilionarios-por-tras-das-maiores-marcas-de-luxo-do-mundo/>> Acesso em: 10. abr. 2022.

GODOY, A. S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 4, p. 65-71, 1995

Leite, A. O. N. **Análise e caracterização dos empreendimentos e perfil dos empreendedores de Encanto-RN**, 2019.

LÜDTKE, Ana; LÜDTKE, Marcelo. **Empreendedorismo: uma análise do perfil dos gestores**. 2020.

MACHADO, Jorge (Org.). **Vocabulário do Roteirista**. Disponível em: <<http://www.roteirodecinema.com.br/manuais/vocabulario.htm>>. Último acesso em: jan.2012.

MATOS, F., Mesquita, F., Machado, D. **Estudos Observacionais em Linguagem Fílmica: Ética e Poder**. Curitiba, Editora Prismas - 1a Edição, 2017

MONTOYA, Monica Lindh. **Entrepreneurship and Culture: The Case of Freddy the Strawberry Man**. In SWEDBERG, Richard. **Entrepreneurship. The Social Science View**. Oxford: University Press. 2000.

NIERI, Mario Luiz. **EMPREENDEDORISMO E AFIRMAÇÃO DOS DIREITOS HUMANOS ENTREPRENEURSHIP AND AFFIRMATION OF HUMAN RIGHTS**. ORGANIZADORES, p. 111. V CONGRESSO INTERNACIONAL UNIFIEO. 2020

SOUSA, L., Guedes, D. **A desigual divisão sexual do trabalho: um olhar sobre a última década**. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ea/a/PPDVW47HsgMgGQQCgYYfWgp/?lang=pt>> Acesso em: 10. abr. 2022.

Ozorio, M. F., Santi, R. C., & Hoffman, R. C. **Desenvolvimento das características do perfil empreendedor no curso de administração**. In: Evento Institucional de Iniciação Científica. 2017.

PEREIRA, G. da C. **As Representações do gênero feminino no seriado televisivo A Grande Família: uma análise crítica do discurso imagético-verbal**. Dissertação (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, 2014.

PONCE, Aníbal. **Educação e Luta de Classes**. Cortez; 24ª edição, 2015.

REIS, Thompson Augusto et al.,. Desafios e conflitos da mulher na busca da ascensão na carreira profissional. **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 8, n. 3, 2018.

RODRIGUES, F; PADILLA, B; MALHEIROS, J. A dimensão psicossocial do empreendedorismo imigrante feminino. **Revista Migrações**. Lisboa: ACIDI, v. 1, n. 8, p. 93-122, 2011.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Pesquisa mostra que a crise do Corona Vírus foi mais prejudicial para empresas lideradas por mulheres**. 2020. Disponível em: <<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-mostra-que-a-crise-do-coronavirus-foi-mais-prejudicial-para-empresas-lideradas-por-mulheres,d6dc8d63b1152710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 25 de abr. de 2022.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos de trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens . **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

VANOYE, F; GOLIOT-LÉTÉ, A. Ensaio Sobre a Análise Fílmica. 5.ed. Campinas: Papirus, 2008.

VAREJO S.A. **Crédito: Empreendedoras são as melhores pagadoras**. 2022. Disponível em: <<https://cndl.org.br/varejosa/credito-empreendedoras-sao-melhores-pagadoras/>>. Acesso em: 25 de abr. de 2022.