

## **Mulheres 50+ em rede: Avaliação de um curso de capacitação digital e de empreendedorismo feminino maduro**

*Women 50+ in a network: Evaluation of a digital training course and mature female entrepreneurship*

*Mujeres 50+ en red: Evaluación de un curso de capacitación digital y de emprendedor femenino maduro*

Tássia Monique Chiarelli  
Caio de Lima Granero  
Maria Luisa Trindade Bestetti

**RESUMO:** O estudo objetivou descrever o curso *Mulheres 50+ em Rede* pela ótica das participantes. A amostra foi formada por 28 empresárias, com idade igual ou superior a 50 anos, residentes na cidade de São Paulo. O curso foi desenvolvido em dez módulos, no segundo semestre de 2015. Utilizado questionário com perguntas abertas e fechadas para avaliar a satisfação. Resultados e Discussão: idade média 57 anos, 62% com graduação completa. A avaliação do curso foi positiva, com ganhos pessoais e trocas de experiências entre as participantes.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino Maduro; Tecnologia; Educação.

**ABSTRACT:** *The study aimed to describe the 50+ Women Network course from the participants' perspective. Methods: A sample of 28 women entrepreneurs, aged 50 years or over, living in the city of São Paulo. The course was developed in modules in the second half of 2015. A questionnaire was used with open and closed questions to evaluate satisfaction. Results and Discussion: mean age 57 years, 62% with full graduation. Evaluation of the course was positive, with gains and exchanges of experiences among participants.*

**Keywords:** *Mature Female Entrepreneurship; Technology; Education.*

**RESUMEN:** *El estudio objetivó describir el curso Mujeres 50+ en Red por la óptica de las participantes. La muestra fue formada por 28 empresarias, con edad igual o superior a 50 años, residentes en la ciudad de São Paulo. El curso fue desarrollado en diez módulos, en el segundo semestre de 2015. Utilizado cuestionario con preguntas abiertas y cerradas para evaluar la satisfacción. Resultados y Discusión: edad media 57 años, 62% con graduación completa. La evaluación del curso fue positiva, con ganancias personales e intercambios de experiencias entre las participantes.*

**Palabras clave:** *Emprendedor femenino Maduro; Tecnología; Educación.*

## **Introdução**

O aumento da população idosa e a longevidade já fazem parte da nossa realidade. No entanto, poucas são as ações que preparam as pessoas para viver de maneira sustentável após a sua aposentadoria. Considerando-se que as pessoas podem desfrutar por volta de 20 a 30 anos de vida após se aposentar, é preciso criar e estimular planejamentos financeiros e incentivar maneiras de sua participação ativa na sociedade.

Os números dão o alerta. Segundo estimativa atual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), há no Brasil 12,1% de pessoas a partir de 60 anos em 2016, sendo 5,3% do sexo masculino e 6,8% do feminino. Em 2030 haverá 18,6% de pessoas nessa faixa etária, 8,3% do sexo masculino e 10,3% do feminino. Desse modo, observa-se uma progressão do aumento da população idosa, com continuidade de maior representatividade do público feminino.

Contudo, o levantamento desses números não serve apenas para fornecer dados epidemiológicos e demonstrar as características da população, mas também para compreender que esse envelhecimento populacional acelerado modifica a ordem econômica e social do país (Silva, 2005).

Coutrim (2006) considera que uma parcela expressiva de idosos tem garantido a sobrevivência da família. Isso pode ser observado nas pesquisas do IBGE. No início da década de 1980, a contribuição dos idosos era de 37%; já em 2007 mais da metade da renda de 53% dos domicílios com idosos era fornecida pelos mesmos (IBGE, 2010).

Por essas discussões, a capacitação de pessoas que estão em fase de se aposentar ou já se aposentaram podem oferecer novas perspectivas nos anos que se seguem. Apesar de a área do envelhecimento estar em evidência, ainda há muito preconceito, tanto em termos de mercado de trabalho como no processo de aprendizagem. Com o envelhecer, vão ocorrendo transformações físicas e cognitivas, inclusive de declínios, estando as perdas psicomotoras intimamente ligadas com a aprendizagem (Neri, 2014), e que precisam ser consideradas nas capacitações e treinamentos. Essas alterações são próprias do envelhecimento normal e precisam ser avaliadas para que as iniciativas educacionais propostas consigam atingir seus objetivos.

Apesar do preconceito existente e da falta de iniciativas para essa faixa etária, as pessoas mais velhas estão se mobilizando para começar um novo negócio. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), essa fase da vida pode ser uma boa etapa para iniciar um novo negócio devido ao perfil que existe atualmente: mais pessoas saudáveis e dispostas, que buscam se atualizar ao longo do tempo, com atenção especial à experiência e a maturidade que podem garantir pontos positivos para o empreendedorismo. No estudo de Mendes (2016), sua amostra foi de encontro com as informações do Sebrae: empreendedores idosos eram pessoas ativas que gozavam de saúde e vitalidade.

O empreendedorismo pode acontecer por duas motivações: oportunidade ou necessidade. No caso do público mais velho, no empreendedorismo por oportunidade, esse é o momento em que há mais tranquilidade, conhecimento e segurança para se fazer o que se sabe ou o que se gosta, muitas vezes para realização de um sonho. O segundo motivo é por necessidade, ou seja, pelo preconceito existente no mercado, e por consequência menor oferta de emprego, ou para complementar a renda obtida com a aposentadoria (Sebrae, 2015).

De acordo com Orellana e Vian (2016), idosos com menor nível de instrução apresentam maior probabilidade ao empreendedorismo por necessidade, e idosos com melhor instrução educacional, por oportunidade.

Estudo do Relatório Global Entrepreneurship Monitor's (GEM) demonstra que em 2014 dentre os empreendedores no Brasil, 10% das empresas em fase inicial (com até 42 meses de existência) eram comandadas por pessoas entre 55 e 64 anos. Já em casos de empresas estabelecidas, esse número aumentava para 23,2%. Isso demonstra uma tendência para empresas abertas por pessoas mais velhas terem maiores chances de se estabelecer no mercado.

Quanto à participação feminina, o estudo do Sebrae (2015) em parceria com o Dieese, referente ao “Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas”, revela que, em 2013, 57,8% das mulheres com seu próprio negócio tinham entre 40 e 64 anos.

De acordo com esses dados, faz-se necessária a criação de mais ações que fomentem o empreendedorismo maduro, especialmente o feminino, diante de sua maior invisibilidade. Em bases de dados nacionais, tais como a SciELO Brasil, não foram localizados artigos referentes ao empreendedorismo feminino maduro. Contudo, em artigos que buscaram descrever o empreendedorismo feminino de forma geral, esse público mais velho se tornou evidente. Como, por exemplo, no estudo de Jonathan (2011), intitulado “Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder” e, na pesquisa de Ferreira e Nogueira (2013), denominada “Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino”.

Na publicação de Jonathan (2011), buscou-se analisar as motivações das mulheres para empreender, as consequências e as dificuldades enfrentadas, além das estratégias utilizadas para lidar com as demandas vinculadas à multiplicidade dos papéis femininos; dentre as participantes, a idade média apresentada foi de 45 anos, sendo o público da pesquisa caracterizado como perfil empreendedor de mulher madura. Já no estudo de Ferreira e Nogueira (2013), as pesquisadoras buscaram compreender a subjetividade das mulheres empreendedoras, as quais concluíram estar associada às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida. Novamente a idade média foi direcionada para o público mais velho, sendo de 49 anos.

Observa-se que, nas duas publicações, os esforços são direcionados para compreender motivações e sobre como está estruturado o empreendedorismo feminino. Com poucas publicações sobre a temática, isto se torna ainda mais carente ao buscar pesquisas direcionadas para a educação de mulheres empreendedoras maduras, especialmente no ambiente virtual.

Apesar de não se tratar especificamente do público mais velho, estudo de Wolf, Carrion, Lima, & Becker (2010), intitulado “O empoderamento de mulheres através da inclusão digital”, buscou por meio de um curso de informática oferecido para uma cooperativa de costureiras, tratar sobre o empoderamento de mulheres que trabalham no setor de corte dessa organização. Foi utilizado nessa pesquisa qualitativa o método de pesquisa-ação, sendo que a intervenção ocorreu a partir dos interesses de aprendizagem das participantes, que tinham idade entre 34 a 49 anos. Durante os encontros iniciais observou-se o desconforto das participantes ao manipular o computador, sendo necessário ensinar o básico para promover a inclusão digital. Contudo, com o avançar dos encontros, as participantes conseguiram perder o medo que sentiam em manusear o computador e começar a utilizá-lo em atividades profissionais básicas.

Intervenções que propiciam a inclusão digital de mulheres empreendedoras são de vital importância para melhorar a gestão do negócio, como é claro, de desenvolvimento de novas habilidades. Observou-se uma grande quantidade de pesquisas de inclusão digital para idosos, quando pesquisado sobre artigos de capacitação digital para empreendedoras maduras. Tais artigos, assim como o artigo apresentado de Wolf, *et al.* (2010), têm como objetivo fazer com que os participantes tenham o primeiro contato com os dispositivos tecnológicos, sendo espaços de alfabetização e letramento digital. Contudo, cursos mais aprofundados ou específicos são mais difíceis de serem localizados, como por exemplo, de capacitação digital para prática empreendedora.

A capacitação digital para as empreendedoras maduras é essencial para se manterem no mercado. Hoje é sabido que a internet revolucionou a maneira de as pessoas se relacionarem e também de fazerem negócios. Correa (2009), em sua publicação intitulada “A comunicação digital nas organizações: tendências e transformações”, alerta sobre os impactos decorrentes das redes sociais, e a proposição de uma formação profissional centrada nas competências e habilidades digitais.

O autor conclui que é necessária e emergente uma reconfiguração dos processos educacionais formais e daqueles de educação continuada para uma eficaz resposta das estratégias de comunicação organizacional.

Laurindo (2005) aponta que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) podem ter um impacto estratégico nas organizações e que este impacto não está mais restrito a questões de organização interna das empresas. O surgimento do conceito de mercados eletrônicos e a disseminação do uso da Internet como meio que o viabiliza, aumentou muito o alcance e o impacto das aplicações das TICs, envolvendo relações com consumidores e redes com outras empresas.

Dentre os poucos estudos existentes sobre análise do desempenho da Tecnologia da Informação e Comunicação em pequenas empresas, encontra-se a publicação de Prates e Ospira (2004), que propôs analisar os impactos que a TIC provocou nos aspectos organizacionais das 25 pequenas empresas participantes localizadas na macrorregião de Ribeirão Preto, em São Paulo. A TIC já estava sendo utilizada por 82% das organizações por mais de dois anos e constituía como ferramenta estratégica no processo de planejamento, direção e controle. A maior dificuldade encontrada na sua utilização estava relacionada à resistência por parte dos funcionários, indicando falta de treinamento. Como resultados, foram destacados os benefícios, a saber: melhoria na compreensão produtiva e aumento na satisfação do usuário.

Gonzalez Junior, Reis e Santos (2016), em pesquisa realizada com empreendedores familiares, constataram que a baixa adesão à tecnologia vai ao encontro à falta de conhecimento sobre a mesma. Os pesquisadores recomendam a capacitação do micro e pequeno empreendedor familiar em termos de tecnologias, a fim disso representar um grande potencial de crescimento para a empresa.

Portanto, as TICs já são uma realidade que precisam estar presentes nas empresas e serem utilizadas de maneira viável e sustentável, a fim de obter ganhos para conseguir competir e se estabelecer no mercado. Para isso, como reforçado pelos autores citados, é preciso investir na educação e em treinamentos de modo que os recursos digitais possam ser empregados da melhor forma possível. Um perfil que tem ganhado representação no mercado é o de empreendedoras maduras, mas ainda existem poucas iniciativas e raras pesquisas realizadas.

Esse cenário precisa ser mudado para que tais empreendedoras consigam se manter no mercado, visto também, o aumento do envelhecimento populacional e o impacto que isso acarretará em termos sociais e econômicos. O curso Mulheres 50+ em Rede buscou suprir essa demanda latente ao oferecer capacitação tanto em termos de recursos tecnológicos como também de gestão empresarial.

Pesquisa de Carmo e Damazio (2016), intitulada “Design emocional & envelhecimento: um estudo sobre ações projetuais inovadoras para a promoção do envelhecimento saudável”, apesar de não focar exclusivamente o público feminino, em parte de seu estudo tentou traçar iniciativas que buscam reinserir essa faixa etária mais velha no ambiente do trabalho. Os pesquisadores encontraram cinco projetos nessa área; um deles foi o “Mulheres 50+ em Rede”, curso que será tratado nesse artigo. Reforçando-se, assim, o pioneirismo e a pertinência de mais estudos sobre o empreendedorismo feminino maduro.

Partindo desta explanação, este trabalho levanta o seguinte problema: quais são os resultados que podem ser obtidos em um curso de capacitação digital e empreendedorismo oferecido para o público de empresárias maduras? Desse modo, este artigo tem como objetivo apresentar um modelo de curso de capacitação digital e empreendedorismo, intitulado “Mulheres 50+ em Rede”, que possa ser replicado para outras regiões e também descrever os resultados do curso de acordo com a percepção das participantes.

## **Métodos**

Trata-se de uma pesquisa que se caracteriza como estudo de caráter quali-quantitativo sobre curso de capacitação digital e empreendedorismo para empresárias a partir de 50 anos de idade. Participaram da pesquisa 28 empresárias maduras.

O curso de capacitação digital e empreendedorismo, intitulado *Mulheres 50+ em Rede* teve como objetivo, de maneira introdutória, motivar o empreendedorismo feminino e também de apresentar recursos digitais que poderiam melhorar a gestão e o faturamento das empresas. Sendo assim, o curso não se classifica como de letramento digital, mas sim, de compartilhamento de conhecimentos virtuais de utilidade empresarial.

Para isso, o curso foi divulgado durante um mês em diferentes canais virtuais e sua inscrição ocorreu por meio de formulário online. O processo seletivo ocorreu em três fases de caráter eliminatório, de modo a selecionar as candidatas que poderiam melhor aproveitar os conteúdos oferecidos. As fases foram as seguintes: a) análise dos critérios de seleção básicos; b) análise das respostas abertas, c) entrevista individual.

Na primeira fase foram analisados critérios básicos de seleção, tais como: ser mulher; ter 50 anos de idade ou mais; ser proprietária de um negócio, sendo esse formal ou informal; ter residência na cidade de São Paulo; ter disponibilidade para participar dos módulos; ter acesso à internet ao menos uma vez por semana e aceitar assinar o Termo de Compromisso Livre e Esclarecido. Esse Termo se refere ao comprometimento das participantes em frequentar a pelo menos 75% do curso e autorizar a disponibilização dos dados coletados.

Na segunda fase, foram analisadas as respostas abertas descritas a seguir: “Conte as principais dificuldades que enfrenta em seu negócio” e “Por que gostaria de participar desse curso?”. Os critérios de avaliação utilizados foram referentes à pertinência das respostas quanto a possíveis contribuições que o curso pudesse vir a oferecer.

A última fase correspondeu à entrevista individual e presencial, a qual objetivou esclarecer possíveis dúvidas e fazer questionamentos, como também confirmar a disponibilidade da participante em participar do curso e aceitar assinar o Termo de Compromisso.

Para que o curso pudesse ser oferecido com qualidade, respeitando-se o tamanho do espaço e também elencando uma quantidade de pessoas adequada para realização de dinâmicas e outras formas de aprendizagem, foi estipulado o número máximo de 30 participantes.

O local do curso foi no campus Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). O curso foi oferecido de modo gratuito, e organizado em dez módulos durante o período de dois meses com duração total de 40 horas. Os módulos foram planejados de acordo com três pilares: empreendedorismo feminino, capacitação digital e estímulo para criação de uma rede colaborativa entre as participantes. Cada um dos conteúdos propostos foi iniciado com conhecimentos mais genéricos e, de acordo com o avançar da turma, houve o aprofundamento.

Cada módulo teve duração de quatro horas, sendo organizados em dois períodos. No intervalo entre os períodos era oferecida uma pausa média de quinze minutos para que as participantes pudessem se alimentar, a fim de não ficarem um longo período em jejum. Em todos os encontros, isso foi realizado por motivos de prezar pelo bem-estar das participantes, ainda mais considerando ser um público formado por pessoas mais velhas.

Além disso, esse momento foi entendido como uma estratégia para que as participantes pudessem interagir e, assim, ser mais uma oportunidade de elas estabelecerem relações e trocarem experiências.

Ao final de cada módulo, cada participante respondia a uma pesquisa de satisfação de modo anônimo. As próprias participantes respondiam diretamente ao formulário de avaliação que foi desenvolvido de modo virtual. Era destinado em torno de 15 minutos, ao final de cada encontro, para esse preenchimento.

### ***Instrumentos***

Foram elaborados dois questionários para obtenção dos dados necessários, a saber:

- a) Variáveis Sociodemográficas (Anexo 1). Para caracterização das participantes segundo idade, sexo, escolaridade, *status* conjugal e renda.
- b) Formulário de avaliação (Anexo 2). Composto por duas perguntas abertas, a saber: (1) “Como você percebe que foi sua participação nesse encontro?” e (2) “Por favor, colabore com comentários e sugestões sobre o encontro.”

### ***Tratamento e Análise dos Dados***

As perguntas abertas foram analisadas por meio da técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (2000), que consistiu em três etapas, a saber: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

Além da utilização da técnica de Bardin para as perguntas abertas, também foram realizadas análises quantitativas em virtude das perguntas fechadas.

Para descrever o perfil da amostra e frequência no curso foram feitas tabelas de frequência com valores absolutos (n) e percentuais (%), e estatísticas com valores de média, mediana.

## **Resultados e Discussão**

Durante o período de inscrição houve 177 inscrições. Todas passaram pelo processo seletivo, resultando ao final em 28 participantes.

Apesar de o período de inscrição ter ocorrido em um tempo relativamente curto (um mês) e ter sido realizado apenas no meio on-line, observou-se grande procura das candidatas em participar de um curso de capacitação. Pelo processo seletivo foi constatado que existe um grupo de mulheres maduras que não tinham um negócio ativo; contudo, buscavam iniciativas de orientação e educação para poder abrir sua própria empresa.

De modo geral, as 28 participantes possuem idade média de 57 anos, alto nível de escolaridade, a maioria possui graduação completa (62%), seguida de pós-graduadas (27%) e, por último, também havia empreendedoras com ensino médio completo (11%). Quanto à situação econômica, 46% das participantes apresenta renda de três a cinco salários mínimos, seguidas por 26% que relataram sete ou mais salários mínimos. Quando questionadas sobre como elas avaliavam a sua situação econômica, 69% alegou ser média; 23%, boa; e 8%, má.

Em cada módulo foram tratados assuntos diferentes. A escolha de cada conteúdo seguiu uma estratégia pedagógica, a fim de que as informações compartilhadas fossem consolidadas e também dialogassem com os módulos futuros.

A tabela 1 apresenta um resumo do que foi tratado em cada encontro. Inicialmente foram trazidos mais assuntos direcionados para gestão e entendimento do modelo de negócio para, a partir disso, serem abordados assuntos digitais.

O motivo dessa escolha partiu do princípio de que nada adianta realizar um planejamento de recursos virtuais, se não houvesse uma clareza sobre o próprio negócio e sua proposta de valor.

As informações contidas na Tabela 1 foram compartilhadas, a fim de poderem ser parâmetro para a realização de novos cursos em diferentes localidades.

**Tabela 1** - Resumo de cada módulo oferecido no curso Mulheres 50+ em Rede

<b>Módulo</b>	<b>Resumo</b>
1	Aula inaugural, na qual foi apresentado o cronograma do curso. Dinâmica de interação entre as participantes, com valorização das experiências de vida. Intervenção sobre “O Papel da mulher por meio da propaganda”.
2	Explicação sobre o Canvas. A partir disso, as participantes tiveram que construir seu próprio Canvas e apresentar em grupos.
3	Ponto central: "Como fazer gestão em tempos de crise?". A partir disso foram discutidos os pilares: produto, pessoa e processo.
4	Utilização do método <i>Design Thinking</i> , a fim de estimular a criatividade e a inovação para a criação e desenvolvimento de produtos.
5	Tópicos abordados: negociação, venda, inteligência emocional, gestão de conflitos e empatia com o diferente.
6	Discutidos: <i>blog</i> , <i>site</i> e <i>e-commerce</i> . Aliado a isso, houve a participação de uma empreendedora digital com mais de 50 anos que contou seu relato de experiência.
7	Apresentação das métricas que auxiliam nas tomadas de decisão, sendo elas: <i>SEO</i> , <i>Google Analytics</i> e <i>Google AdWords</i> . Além disso, foi demonstrado como utilizar o <i>e-mail marketing</i> .
8	Tratada a importância da estratégia em <i>marketing</i> digital. Por último, foi falado sobre as principais mídias sociais.
9	Discutida a questão dos aplicativos e em seguida especificamente sobre <i>Fan Page</i> do <i>Facebook</i> e de como ganhar relevância nesse meio.
10	Apresentadas boas práticas para o uso da plataforma profissional <i>LinkedIn</i> . No segundo momento, as participantes criaram seu próprio <i>Pitch</i> para apresentação a todas as colegas.

Observou-se adesão das participantes no curso, tendo apenas uma desistência em virtude de problemas de saúde na família. A média de frequência foi de 25 participantes por módulo, sendo que a falta máxima por participante foi de dois encontros. O que impressionou foi que, apesar dos diversos compromissos das empresárias referentes a seu próprio negócio e também devido a sua responsabilidade em múltiplos papéis, 40% das participantes frequentaram todos os módulos. Esse dado demonstra o interesse das empreendedoras e também a pertinência dos temas escolhidos.

A fim de oferecer mais informações sobre a organização do curso Mulheres 50+ em Rede e também sobre o papel das participantes durante a realização do curso, serão apresentados os discursos encontrados por meio da Análise de Conteúdo, de Bardin (2000), na Tabelas 2 e 3.

**Tabela 2** - Relatos das participantes sobre a organização do curso

Organização do curso	Frequência de unidades de análise	
	Absoluta	Percentual
Conteúdo correspondente aos interesses empresariais e nível de importância	133	28%
Avaliação positiva do professor e didática utilizada	100	21%
Novas aprendizagens	84	18%
Conteúdo provocou novos olhares para a empresa e possibilidades de aplicação	76	16%
Pouco tempo diante de um novo mundo e sugestão de novos cursos	53	11%
Curso superou as expectativas	22	5%
<b>Total</b>	<b>468</b>	<b>100%</b>

Na tabela 2 observa-se que o conteúdo que mais apareceu nos relatos livres das participantes foi a concordância entre os assuntos apresentados nos módulos serem pertinentes às temáticas de empreendedorismo e capacitação digital, correspondendo a 28% dos resultados. Dentre as falas, são citados elementos como conteúdos com alto nível de qualidade e atualizados, como também a percepção de grande esforço, dedicação e planejamento dos módulos.

Aliado ao conteúdo, o segundo discurso que mais apareceu nas respostas abertas foi a categoria “Avaliação positiva do professor e didática utilizada” (100 unidades; 21%). Entre as questões levantadas encontram-se a disponibilidade do professor em esclarecer dúvidas, sua paciência e respeito com o grupo, a vontade de compartilhar suas experiências, inclusive de passar referências de estudo, e também o desenvolvimento de dinâmicas e atividades que estimulassem a interação entre as participantes. O interessante é que praticamente cada assunto foi ministrado por um professor diferente, escolhido de acordo com a sua competência no assunto. Mesmo não tendo um contato contínuo, ficou evidente que, em cada módulo, foi possível criar uma ligação de aprendizagem e de afeto entre alunas e professores. Uma das possibilidades para isso, pode ser devido à presença frequente da monitora, que motivava o contato inicial entre as partes e, assim, estabelecia uma conexão entre o grupo.

Ao serem valorizados, pelas participantes, os conteúdos propostos, e os professores conseguirem atender as necessidades do público e problematizar os conhecimentos, supõe-se que isso tenha promovido o aprendizado.

É justamente esse item que também apareceu no discurso das participantes, representando 18% (84 unidades), na categoria “Novos Aprendizados”. Essas aprendizagens, além de estarem relacionadas com conhecimentos técnicos, como o uso de uma nova ferramenta digital, também estiveram ligados com ganhos pessoais, como a aprendizagem em desenvolver uma escuta ativa.

Como apontado por Leão (2008), os adultos maduros e idosos não têm buscado a educação apenas pela perspectiva da atualização cultural, mas pelo interesse por novos vínculos sociais, necessidades de regulação emocional e para o desenvolvimento de habilidades específicas, para uso prático dos conhecimentos. Ou seja, esse público tem procurado espaços educativos mais críticos e contextualizados.

Esses novos aprendizados também se relacionam com a capacidade de transpor tais conhecimentos para o ambiente empresarial. Essa não é uma tarefa fácil, a começar pelo reconhecimento de mudança: pensar em fazer diferente algum trabalho que já se faz do mesmo modo há anos. Quebrar essas resistências e propor inovações foram identificadas na categoria “Conteúdo provocou novos olhares para a empresa e possibilidades de aplicação”, correspondendo à 16% (76 unidades) dos discursos.

Contudo, apesar de o curso ter se proposto a oferecer capacitação digital e empreendedorismo, essas temáticas mostraram-se muito amplas. Por isso, neste curso introdutório de dez módulos, foi possível passar conhecimentos gerais sobre cada assunto, não se esgotando as possibilidades de aprendizagens futuras. Isso também repercutiu na fala das participantes, estando presente na categoria “Pouco tempo diante de um novo mundo e sugestão de novos cursos” (53 unidades; 11%). Segundo seus relatos, elas sentiram a necessidade de mais tempo sobre cada assunto, a fim de esclarecer dúvidas e também de ter mais atividades práticas para consolidar o conteúdo. À medida que o curso avançava e as participantes aumentavam a sua bagagem com os conhecimentos adquiridos, também se passou a se ouvir sugestões, sugerindo a organização de futuros cursos.

Por último, nas falas das participantes, também foram encontrados relatos de que o curso foi além do esperado, como observado na categoria “Curso superou as expectativas” (22 unidades; 5%), em termos de conteúdos propostos, condução dos professores e relacionamento entre as participantes.

Nesse curso, as participantes realmente tiveram papel fundamental para a avaliação positiva que ocorreu ao longo da capacitação. A Tabela 3 demonstra os aspectos que estiveram presentes nos discursos das participantes sobre sua atuação.

**Tabela 3** - Relatos das participantes sobre sua atuação

Comentários e Sugestões	Frequência de unidades de análise	
	Absoluta	Percentual
Participação ativa nas aulas	64	26%
Sentimento de motivação estimulado no curso	39	16%
Colaboração com ideias	37	15%
Compartilhamento de experiências	32	13%
Sentimento de gratidão por participar do curso	31	12%
Integração positiva entre as participantes	30	12%
Valorização das diferenças entre elas	16	6%
Total	249	100%

Como observado na Tabela 3, na categoria “Participação ativa nas aulas”, as participantes relataram ter tido papel ativo durante os módulos (26%), tais como: fazendo perguntas, compartilhando exemplos do conteúdo apresentado, sugerindo leituras e também colaborando para o desenvolvimento do encontro. Essa participação ativa teve sua importância para estabelecer uma relação com os professores, ponto já apresentado anteriormente. Outra questão positiva foi que, assim, elas realmente se sentiram pertencentes do curso, percebendo que nesse espaço sua voz era ouvida e que qualquer pergunta, independentemente da sua complexidade, era tratada com respeito.

Com as aprendizagens advindas e o contato com os professores e entre as participantes, foi sendo observado que isso foi gerando um empoderamento nas alunas. Elas passaram a se sentir mais seguras e confiantes para enfrentar os desafios. De acordo com a categoria “Sentimento de motivação estimulado no curso”, o discurso analisado correspondeu a 16% (39 unidades) das verbalizações. Em um caso especial, no último dia de encontro uma das participantes deu um relato público, dizendo que o curso havia contribuído para que ela superasse a depressão.

Pode se dizer que as tecnologias de informação e comunicação são uma forma de propiciar a inclusão social por ser possível a participação na sociedade através de outras vias de acesso e pelo desenvolvimento social, cognitivo e afetivo que podem promover nos sujeitos (Passerino, & Pasqualotti, 2006).

Como esse público é formado por pessoas a partir de 50 anos de idade. Cada uma delas já trazia em sua bagagem muitas experiências de vida, sejam elas relacionadas com conquistas profissionais, aprendizagens diante de fracassos e também de ordem pessoal.

Sendo assim, cada uma tem uma variedade de vivências para compartilhar. E foi o ocorrido, como demonstram os relatos nas categorias “Compartilhamento de experiências” (32 unidades; 13%), na qual elas trocaram informações referentes as suas experiências ao longo da vida; “Colaboração com ideias” (37 unidades; 15%), na qual as participantes contribuíram com ideias durante as atividades nas aulas ou, então, nos bastidores com ideias para ser aplicadas nas empresas das colegas.

Essa aproximação entre elas referente às possibilidades de troca gerou um grande entrosamento entre o grupo, como também observado na análise do discurso, na categoria “Integração positiva entre as participantes” (30 unidades; 12%). Muitas aproveitaram essa afinidade para gerar possibilidades de negócio em suas empresas, com a contratação de serviços de colegas.

Apesar das semelhanças existentes, referentes a terem idades aproximadas, serem empresárias, residirem em São Paulo e terem interesse comum na temática do curso, as vivências que cada uma passou, as tornam diferentes em vários aspectos. Escolha profissional, segmento de atuação, como tantas outras questões que vão transformando cada pessoa em um ser ainda mais único à medida que envelhece, fez com que a diversidade presente na sala de aula fosse enorme. Contudo, isso foi visto pelas participantes como um ponto positivo, o “Valorização das diferenças entre elas” esteve presente em 16 unidades de análise (6%). Verbalizações que estiveram presentes nessa categoria foram: possibilidade de aprender com o diferente e o grupo ficar ainda mais forte devido as diferentes experiências de cada uma.

Essa heterogeneidade no perfil não é uma questão própria desse grupo, ela realmente se torna mais evidente com o envelhecimento. Existem vários autores que descrevem o envelhecimento e sua diversidade. Segundo Debert (2007), o envelhecimento apresenta uma ampla variação nas formas pelas quais é vivido, simbolizado e interpretado em cada sociedade.

Desde o primeiro encontro, um aspecto que ficou evidente foi o sentimento de gratidão. Tanto por ter sido escolhida em um processo seletivo, como por poder participar de um curso com conhecimentos pertinentes e especialmente oferecido para pessoas da mesma faixa etária. Isso é sinalizado na categoria “Sentimento de gratidão por participar do curso” (31 unidades; 12%). Essa carência de iniciativas para o público maduro já foi levantada anteriormente. Contudo, reforça-se a importância no desenvolvimento de ações que levem em consideração as necessidades específicas do público mais velho.

Para encerrar a discussão sobre a análise de discurso da tabela 3, a seguir apresenta-se a verbalização de uma das participantes escrita na pergunta aberta e que contempla os diferentes aspectos já abordados, tais como ganhos pessoais e profissionais, integração entre o grupo e motivação:

*“A iniciativa foi genial. O ganho pessoal/profissional foi válido. O networking, bárbaro! Passar dos 50 no mercado brasileiro é difícil e muitas vezes desestimula e deixa muitas dúvidas. Participar de um programa como esse e ter ao lado pessoas na mesma faixa etária e passando por dificuldades semelhantes é motivador. Parabéns e conte comigo...”* (Empreendedora 23).

Portanto, com os resultados e discussão apresentados, observa-se que o trabalho conseguiu atingir os objetivos propostos de apresentar dados e informações referentes ao curso de capacitação digital e empreendedorismo oferecido para as empresárias maduras. E também demonstrou ser pertinente e viável a sua execução devido os resultados que indicam aprendizado, desenvolvimento de habilidades e repercussão do conhecimento aprendido para a prática empresarial.

Além disso, o que ocorreu de modo espontâneo, foi a própria articulação das participantes e sua pró-atividade. No decorrer dos encontros, as participantes passaram a fazer produtos personalizados de acordo com a sua área de atuação, como forma de divulgar o seu produto e também por se sentirem parte de um grupo. Como exemplos de produtos, foram criados adesivos, pela empresa de estampas; bolachas artesanais, pela indústria alimentícia e também artesanato, pelas empresárias que trabalhavam com lembrancinhas, todos eles com algum indicativo sobre o nome do curso: Mulheres 50+ em Rede.

Outro resultado não esperado foi o próprio aumento das vendas relatado em conversas informais. Segundo as participantes, os motivos para isso eram referentes ao maior sentimento de confiança e segurança em precificar e vender seus produtos, como também por se sentirem mais motivadas, acreditando no diferencial do seu serviço. Essa diferença de postura se tornou nítida entre muitas participantes ao longo dos encontros.

Destaca-se também o fortalecimento da rede entre as participantes. Além do contato no curso, também foi criado um grupo na Rede Social Digital Facebook para que pudessem ser trocadas informações sobre as aulas.

Esse espaço foi muito utilizado por elas, divulgando os *sites* institucionais e as *Fan Pages* de suas empresas e também compartilhando conteúdo. Após o término do curso, esse grupo ainda continua ativo, sendo também criado um grupo no *WhatsApp*, e realizados encontros presenciais pontuais.

Devido à vivência do curso e de sua repercussão, observa-se uma variedade de novas pesquisas que podem ser desenhadas. Como apontamentos percebidos que direcionam para futuras pesquisas nessa temática, foram elencadas: a) análise sobre o impacto do estabelecimento de uma rede colaborativa de empresárias maduras; b) busca de relações entre autoestima e participação em curso de capacitação digital e empreendedorismo para empresárias maduras; c) principais dificuldades e conquistas no uso de recursos digitais por empreendedoras maduras; d) estudo comparativo entre empreendedoras jovens e maduras sobre o conhecimento referente a recursos digitais aplicados nas empresas.

Já como demandas que podem ser difundidas enquanto ações práticas, foi possível identificar três possibilidades, a saber: a) desenvolvimento de treinamentos mais extensivos, com o oferecimento de atividades práticas, a fim de consolidar conhecimentos; b) realização de cursos de curta duração sobre um único assunto, a fim de aprofundar a discussão sobre ele; c) oferecimento de curso para mulheres maduras que querem começar a empreender. Essa última demanda foi observada por meio da inscrição. Pelos relatos nas inscrições, notou-se o interesse desse perfil em participar de uma capacitação, a fim de ter maior orientação antes de entrar no mercado.

Diante da demanda existente, observou-se que o curso “Mulheres 50+ em Rede” contribuiu tanto na formação digital e de empreendedorismo, como também na criação de uma rede colaborativa entre as participantes, a fim de que, em conexão, elas possam ter maiores chances de se estabelecer no mercado e melhorar as suas vendas.

Ainda há muito a se desenvolver nessa área de estudo; contudo, esse trabalho demonstra uma necessidade emergente de mais iniciativas para o público maduro que quer, ou que já está empreendendo.

## Referências

- Bardin, L. (2000). *Análise de conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70.
- Correa, E. S. (2009). A comunicação digital nas organizações: tendências e transformações. *Organicom*, 10/11, 162-167, edição especial. Recuperado em 01 junho, 2016, de: [http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re\\_vista10-11/161.pdf](http://www.eca.usp.br/departam/crp/cursos/posgrad/gestcorp/organicom/re_vista10-11/161.pdf).
- Carmo, M. I. M. M., & Damazio, V. M. M. (2016). Design emocional & envelhecimento: um estudo sobre ações projetuais inovadoras para a promoção do envelhecimento saudável. Itapetininga, SP: *Revista Brasileira de Iniciação Científica*, 3(7), 37-52. Recuperado em 01 dezembro, 2016, de: <https://itp.ifsp.edu.br/ojs/index.php/IC/article/view/554>.
- Coutrim, R. M. E. (2006). Idosos trabalhadores: perdas e ganhos nas relações intergeracionais. Brasília, DF: *Sociedade e Estado*, 21(2), 367-390. Recuperado em 01 junho, 2016, de: <http://www.scielo.br/pdf/se/v21n2/a04v21n2.pdf>.
- Debert, G. G. (2007). A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In: Lins de Barros, M. M. *Velhice ou Terceira Idade?*, 13-34. Rio de Janeiro, RJ: Editora FGV.
- Ferreira, J. M., & Nogueira, E. E. S. (2013). Mulheres e suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino. Rio de Janeiro, RJ: RAC, 17(4), 398-417. Recuperado em 01 junho, 2016, de: [http://www.anpad.org.br/periodicos/arq\\_pdf/a\\_1403.pdf](http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_1403.pdf).
- Global Entrepreneurship Monitor. (2014). *Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo*. Curitiba, PR: IBPQ, 2014.
- Gonzalez Junior, I. P., Reis, L. de S. B., & Santos, V. A. V. (2015). O uso da tecnologia de informação nas micro e pequenas empresas familiares de Cachoeira, BA. *Revista Eletrônica do Alto Vale do Itajaí, REAVI*, 4(5), 77-89. Recuperado em 01 junho, 2016, de: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/reavi/article/view/2316419004052015077/5194>.
- IBGE. (2010). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Dados do Censo 2010, publicados no Diário Oficial da União do dia 04/11/2010.
- Jonathan, E. G. (2011). Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicol. Clín.*, 23(1), 65-85. Recuperado em 01 junho, 2016, de: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-56652011000100005>.
- Laurindo, F. J. B. (2005). Tecnologia da Informação como suporte às estratégias empresariais. In: Amato Neto, J. *Redes entre organizações eficácia nas organizações*, 240-257. São Paulo, SP: Atlas.

Leão, M. A. B. G. (2008). Educação permanente de adultos maduros, idosos e de profissionais da área do envelhecimento: fundamentos para um projetopedagógico de extensão universitária. *Revista de Extensão da Universidade de Taubaté*. Pró-Reitoria de Extensão e Relações Comunitárias, Taubaté, SP.

Mendes, M. S. A. (2016). *Empreendedorismo na terceira idade*. (53 f.). Dissertação de mestrado em Economia Doméstica. Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG.

Neri, A. L. (2014). *Palavras-chave em Gerontologia*. (4ª ed.). Campinas, SP: Alínea.

Orellana, V. S. Q., & Vian, G. A. (2016). Os Determinantes do Empreendedorismo entre Idosos Brasileiros: evidências empíricas a partir dos dados das PNADs de 2003 e 2013. In: *XIV Encontro Nacional da Associação Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos - XIV ENABER*, 2016, Aracaju, SE.

Passerino, L. M., & Pasqualotti, P. R. (2006). A inclusão digital como prática social: uma visão sócio-histórica da apropriação tecnológica em idosos. In: Portella, M. R., Pasqualotti, A., & Gacliatti, M. *Envelhecimento Humano: Saberes e Fazeres*, 246-260. Passo Fundo, RS: Universidade de Passo Fundo.

Prates, G. A., & Ospira, M. T. (2004). Tecnologia da Informação em Pequenas Empresas: Fatores de Êxito, Restrições e Benefícios. *RAC*, 8(2), 09-26. Recuperado em 01 junho, 2016, de: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v8n2/v8n2a02.pdf>.

Sebrae. (2015). *Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas: 2015*. (3ª ed.). Brasília, DF: DIEESE.

Sebrae. (2015). Aproveite a experiência para empreender na terceira idade. *Portal Sebrae*.

Silva, J. L. A. (2005). *O idoso do município de Arambaré, RS: um contexto rural de envelhecimento*. 177 f. Dissertação de mestrado em Enfermagem. Escola de Enfermagem, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

Wolf, T. M., Carrion, R. M., Lima, V. C., & Becker, J. L. (2010). O empoderamento de mulheres através da inclusão digital. Brasília, DF: *Inclusão Social*, 3(2), 106-122. Recuperado em 01 junho, 2016, de: <http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1635/1841>.

Recebido em 24/07/2017

Aceito em 30/09/2017

---

**Tássia Monique Chiarelli** - Gerontóloga e Mestre em Gerontologia, Escola de Artes, Ciências e Humanidades Universidade de São Paulo, USP. Doutoranda em Gerontologia, Universidade Estadual de Campinas, Unicamp. Docente na pós-graduação, Gerontologia São Camilo.

E-mail: [tassiamonique@usp.br](mailto:tassiamonique@usp.br)

**Caio de Lima Granero** - Graduando em Sistemas de Informação, Universidade de São Paulo, USP.

E-mail: caio.granero@usp.br

**Maria Luisa Trindade Bestetti** – Arquiteta, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre e Doutora, FAU/USP. Professora no curso de Graduação em Gerontologia Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, USP. Possui formação complementar através do MBA em Gerenciamento de Projetos pela Fundação Getúlio Vargas.

E-mail: maria.luisa@usp.br