

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

AMANDA SOARES ZABELLI FERRETTI

**EMPREENDEDORISMO, GÊNERO E PRÁTICAS DE
LIBERDADE: o *entrepreneuring* de mulheres negras que
rompem com a lógica heteronormativa de gênero**

Vitória - ES

2021

AMANDA SOARES ZAMBELLI FERRETTI

**EMPREENDEDORISMO, GÊNERO E PRÁTICAS DE
LIBERDADE: o *entrepreneuring* de mulheres negras que
rompem com a lógica heteronormativa de gênero**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito para obtenção do título de Doutora em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Eloisio Moulin de Souza

Vitória - ES

2021

Ficha catalográfica disponibilizada pelo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBI/UFES e elaborada pelo autor

- F387e Ferretti, Amanda Soares Zambelli, 1985-
Empreendedorismo, gênero e práticas de liberdade : o
entrepreneurship de mulheres negras que rompem com a lógica
heteronormativa de gênero / Amanda Soares Zambelli Ferretti.
2021.
193 f. : il.
- Orientador: Eloisio Moulin de Souza.
Tese (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do
Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas.
1. Empreendedorismo. 2. Gênero. 3. Entrepreneurship. 4.
Análise do Discurso Foucaultiana. 5. Interseccionalidade. 6.
Práticas de Liberdade. I. Souza, Eloisio Moulin de. II.
Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Ciências
Jurídicas e Econômicas. III. Título.

CDU: 65

AMANDA SOARES ZAMBELLI FERRETTI

**EMPREENDEDORISMO, GÊNERO E PRÁTICAS DE LIBERDADE:
o *entrepreneurship* de mulheres negras que rompem com a lógica
heteronormativa de gênero**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito para obtenção da titulação de Doutora em Administração.

Aprovada em 6 de dezembro de 2021.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Eloisio Moulin de Souza
Universidade Federal do Espírito Santo
Orientador

Prof.^a Dra. Alessandra de Sá Mello da Costa
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Marcus Gomes
Cardiff Business School

Prof.^a Dra. Priscilla de Oliveira Martins da Silva
Universidade Federal do Espírito Santo

Prof. Dr. Rubens de Araújo Amaro
Universidade Federal do Espírito Santo



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
ELOISIO MOULIN DE SOUZA - MATRÍCULA 1712712
Membro - Colegiado do Programa de Pós-graduação em Administração
Em 06/12/2021 às 14:12

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/324681?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
RUBENS DE ARAUJO AMARO - MATRÍCULA 1998967
Membro - Colegiado do Programa de Pós-graduação em Administração
Em 06/12/2021 às 15:17

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/324811?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
PRISCILLA DE OLIVEIRA MARTINS DA SILVA - MATRÍCULA 1802387
Membro - Colegiado do Programa de Pós-graduação em Administração
Em 07/12/2021 às 09:54

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/325500?tipoArquivo=O>

À minha família e aos mais de 620 mil mortos em função da COVID-19.

AGRADECIMENTOS

Agradecer a todos que de alguma forma contribuíram para esta etapa da minha vida em uma ou duas páginas é algo extremamente injusto. Corro o risco de, na correria dos prazos, me esquecer de alguém importante. Mas vou fazer esse exercício de demonstrar aqui a minha gratidão a todos que comigo passaram por esse processo de amadurecimento chamado doutorado.

Agradeço primeiramente a Deus. Aos meus pais, Pedro e Dilene, que mesmo não estando juntos, uniram esforços para que eu pudesse cumprir os créditos, assistir às aulas, participar de congressos nacionais e internacionais e nesta reta final, escrever. Sem o apoio deles para ficar com o Joaquim, especialmente no segundo semestre de 2020 e em 2021, tenho dúvidas se teria conseguido terminar a tese.

Ao meu filho Joaquim, que me deu forças para seguir em frente e finalizar esta etapa iniciada em 2017. Com seus olhinhos gentis ele me fazia continuar. Quero que ele possa sentir orgulho da mamãe que fez “doitoiado”, palavra que ele aprendeu a falar aos dois anos de idade. Mamãe te ama meu amor, é para você e sempre será. Obrigada pelos desenhos que tenho guardados na mochila e por todos os corações no meu quadro do escritório. Enquanto eu atualizava as datas e as entregas no cronograma, você acrescentava seus corações e suas manifestações de carinho.

A James, pela paciência, pelo cuidado também com o Joaquim e por me apoiar desde o momento em que decidi me inscrever para o processo seletivo da pós-graduação. Fazer doutorado envolve uma dedicação imensa e sem a família nada disso seria possível. Já vivemos muita coisa juntos e passar por mais essa experiência ao seu lado só mostra o quanto foi acertada a minha escolha de te ter como parceiro da vida.

À minha avó, Vilma, sempre com palavras gentis e com puxões de orelha também, quando necessário. Todos os dias perguntando e torcendo especialmente neste último ano, para que a conclusão da tese finalmente chegasse. Seu presente de aniversário demorou, vó, mas prometi e vou te entregar este diploma. Ele também é seu. Ao meu irmão, Diogo, que mesmo de longe, torceu e acompanhou essa jornada. Vovô, de onde você estiver lendo isso, obrigada por olhar por mim e pelas nossas conversas em sonho quando achei que não fosse mais ser possível.

Aos meus professores do PPGAdm, a começar pelo meu orientador, professor Eloisio, pela paciência e por respeitar o meu tempo na escrita. E por me ajudar a

concluir esta etapa, especialmente nesta reta final quando eu estava afundada em dados e em teorias que não iria mais utilizar. Obrigada também por me ensinar a tornar-me pesquisadora e me libertar na escrita acadêmica e na forma de enxergar a vida. À professora Letícia Fantinel, agradeço por me ajudar a refletir sobre como posso viver o espaço e o tempo organizacional de forma mais leve. Faço todos os dias o exercício de viver o tempo qualitativo e menos o correr em que a vida nos posiciona a viver o tempo quanti.

Aos demais professores com quem fiz disciplinas, agradeço imensamente pelo aprendizado, alguns deles renderam frutos acadêmicos, por meio de participações em congressos e publicações em periódicos. Agradeço em especial aos membros da banca, professora Priscilla e professor Rubens, do PPGAdm, e ao professor Marcus e a professora Alessandra, que gentilmente aceitaram participar tanto da banca de qualificação quanto da banca de defesa. Obrigada pelas contribuições e por seguirem comigo pelo caminho da escrita da tese.

Os colegas do PPGAdm mereceriam um capítulo à parte, mas não poderia deixar de agradecer imensamente à Ariana, Mariana Lage, Layon, Inácio, Paula, Renata, Romulo, Sâmela, Leonardo, um amigo querido desde o mestrado, e nesses últimos meses à Mariana Lima e à Juliana Schneider, que ouviram meus desabafos e me ajudaram a rir e a ver que esses mais de quatro anos representam uma fase importante da minha vida, mas não a totalidade de quem eu sou.

Escrever uma tese é produto de um processo de amadurecimento enorme e eu sei que não teria conseguido se não fosse por essas pessoas e por outras que passaram pela minha vida e me fizeram caminhar, dia após dia, passo após passo, até este resultado.

Muito obrigada!

“Escolher escrever é rejeitar o silêncio”.
(Chimamanda Ngozi Adichie)

RESUMO

Tradicionalmente, os discursos que circulam sobre o campo empreendedor têm sido abordados com foco no mercado e como um fenômeno individual, atividade econômica desejável, algo inquestionavelmente positivo. Apresentado também como alternativa à desaceleração econômica, especialmente para mulheres, esses discursos contribuem para a (re)produção normalizadora de quem pode se tornar empreendedor, reforçando uma lógica binária de gênero, além da invisibilização dos desafios enfrentados por mulheres no empreendedorismo. Entretanto, nos últimos anos, formas alternativas de compreensão do empreendedorismo têm contribuído para o avanço no debate sobre este fenômeno, especialmente a partir de uma perspectiva crítica e sob a ótica de sujeitos tradicionalmente considerados marginalizados na literatura, entre eles as mulheres empreendedoras que ocupam espaços de mercado dominados pelo masculino. Assim, com base nos Estudos Críticos sobre Empreendedorismo (ECE), a partir da lógica do *entrepreneurship*, esta tese teve o objetivo de compreender como os discursos relacionados ao *entrepreneurship* de empreendedoras negras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino podem gerar possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade de gênero. Para isso, realizei entrevistas semiestruturadas com 14 mulheres empreendedoras. Posteriormente, os dados foram analisados por meio da Análise do Discurso Foucaultiana (ADF). Os resultados demonstraram que os discursos empreendedores ainda posicionam a mulher como o outro, em uma lógica heteronormativa de gênero. Adicionalmente, o contexto e os discursos analisados demonstraram que o empreendedorismo também é atravessado pela interseccionalidade, contribuindo para a problematização sobre como a mulher empreendedora negra e a mulher empreendedora indígena ainda são posicionadas na lógica da sobrevivência, mesmo quando possuem negócios bem-sucedidos do ponto de vista econômico e social. Entretanto, essas mulheres, ao adotar um conjunto de atitudes distintas dos comportamentos tradicionais, buscam romper com a heteronormatividade no empreendedorismo, por meio da compreensão do tema não como algo fixo e estático, mas como um processo em constante transformação, o *entrepreneurship*. Essa forma alternativa de compreensão do empreendedorismo por meio do cuidado de si e conseqüentemente, dos outros, leva práticas de liberdade,

identificadas nesta tese como práticas de problematização e práticas de afirmação reflexiva.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Gênero. *Entrepreneurship*. Análise do Discurso Foucaultiana. Mulheres Empreendedoras. Interseccionalidade. Práticas de Liberdade.

ABSTRACT

Traditionally, the discourses that circles the entrepreneurship field have focused on market relations and in an individual phenomenon, desirable economic activity, something unquestionably positive. Also presented as an alternative to the economic downturn, especially for women, these discourses contribute to the normalizing (re)production of who can become an entrepreneur, reinforcing a binary gender logic, in addition to making the challenges faced by women in entrepreneurship invisible. However, in recent years, alternative ways of understanding entrepreneurship have contributed to advance the debate on this phenomenon, especially from a critical perspective and from the perspective of subjects traditionally considered marginalized in the literature, including women entrepreneurs who occupy male-dominated market spaces. Therefore, based on the Critical Entrepreneurship Studies (CES), from entrepreneuring, this thesis has the purpose to understand how the discourses related to entrepreneuring of Black female entrepreneurs who have businesses that break with the heteronormative gender logic may create possibilities of resistance towards gender freedom practices. To achieve this purpose, I conducted semi-structured interviews with 14 women entrepreneurs. Subsequently, the data were analyzed using the Foucaultian Discourse Analysis (ADF). The results showed that entrepreneurial discourses still position women as the other, in a heteronormative gender logic. Additionally, in the context and based on the analyzed discourses of the research participants, entrepreneurship is also crossed by intersectionality, contributing to the problematization of how the black entrepreneurial woman and the indigenous entrepreneurial woman are still positioned in the logic of survival, even when they have businesses economically successful. However, these women, by adoption a set of attitudes that differ from traditional behaviors, seek to break with the heteronormativity of entrepreneurship, by understanding the theme not as something fixed and static, but as a process in constant transformation, the entrepreneuring. This alternative way of understanding entrepreneurship leads to practices of freedom, identified in this thesis as practices of problematization and practices of reflexive affirmation.

Keywords: Entrepreneurship. Gender. *Entrepreneuring*. Foucaultian Discourse Analysis. Intersectionality. Practices of Freedom.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Perfil das participantes.....	80
Tabela 2 – Exemplo de processo de codificação aberta.....	85
Tabela 3 – Exemplo de processo de codificação axial.....	86
Tabela 4 – Exemplo de processo de codificação seletiva.....	87

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dimensões de análise e categorias identificadas.....	95
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADF	Análise do Discurso Foucaultiana
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
<i>CES</i>	<i>Critical Entrepreneurship Studies</i>
<i>CMS</i>	<i>Critical Management Studies</i>
ECE	Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo
ECG	Estudos Críticos em Gestão
ONG	Organização Não Governamental
LGBTQIA+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros, <i>Queer</i> , Intersexo, Assexual, Demais Orientações Sexuais e de Gênero
RME	Rede Mulher Empreendedora
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TICs	Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)
WISE	<i>Work Social Enterprise</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	O PROBLEMA DE PESQUISA	18
1.2	OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.3	JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA	19
1.4	ESTRUTURA DA TESE	22
2	DO EMPREENDEDORISMO AO <i>ENTREPRENEURING</i>: ABORDAGENS ECONÔMICA, SOCIAL E CRÍTICA DO EMPREENDEDORISMO.....	23
2.1	EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA ECONÔMICA: O DISCURSO DO EMPREENDEDOR NORMAL	23
2.2	EMPREENDEDORISMO SOCIAL: NEGÓCIOS DE IMPACTO E GERAÇÃO DE VALOR.....	28
2.3	ESTUDOS CRÍTICOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO: RELAÇÕES DE PODER, SUBJETIVIDADES E A DESCONSTRUÇÃO DOS DISCURSOS NORMALIZADORES	33
2.4	<i>ENTREPRENEURING</i> E PRÁTICAS DE LIBERDADE: PERSPECTIVAS DE ANÁLISE A PARTIR DE IDENTIDADES NÃO-HEGEMÔNICAS.....	38
3	GÊNERO E PRÁTICAS DE LIBERDADE	43
3.1	GÊNERO, PODER E DISCURSO: TORNAR-SE SUJEITO, TORNAR-SE EMPREENDEDOR	43
3.2	NORMALIZAÇÃO, RESISTÊNCIA E PRÁTICAS DE LIBERDADE: <i>QUEERING</i> EMPREENDEDORISMO	50
3.3	INTERSECCIONALIDADE: MARCADORES SOCIAIS, ATRAVESSAMENTOS DISCURSIVOS E SUAS CONSEQUÊNCIAS NO EMPREENDEDORISMO.....	59
3.4	ÉTICA, CUIDAR DE SI E PRÁTICAS DE LIBERDADE: A GOVERNAMENTALIDADE DO SUJEITO	65
4	PERCURSO METODOLÓGICO	71
4.1	DEFINIÇÃO DAS SUJEITAS DE PESQUISA: AS MULHERES EMPREENDEDORAS QUE POSSUEM EMPREENDIMENTOS EM SEGMENTOS DE MERCADO DOMINADOS PELO MASCULINO	72
4.2	A PRODUÇÃO DOS DADOS: ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS E A ADEQUAÇÃO DOS CAMINHOS METODOLÓGICOS	75

4.2.1	As fontes orais, construção do roteiro de pesquisa e entrevistas	78
4.2.2	A pesquisa documental: levantamento de informações no <i>Instagram</i>	82
4.3	O TRATAMENTO DOS DADOS: ANÁLISE DO DISCURSO FOUCAULTIANA	84
4.3.1	Análise do Discurso Foucaultiana: conceitos e abordagens.....	88
4.3.2	Realizando uma Análise do Discurso inspirada em Foucault.....	91
5	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	97
5.1	CARACTERIZAÇÃO DAS PARTICIPANTES.....	98
5.2	TRAJETÓRIAS NO EMPREENDEDORISMO.....	99
5.3	DIMENSÃO IDENTIDADES	103
5.3.1	A mulher empreendedora que sou: articulando raça e classe e orientação sexual ao contexto de gênero.....	103
5.3.2	<i>Queering</i> empreendedorismo: a (re)construção identitária da mulher empreendedora negra a partir de seus empreendimentos	109
5.4	DIMENSÃO SUBJETIVIDADES.....	112
5.4.1	Os discursos normalizadores sobre o empreendedorismo	113
5.4.2	Os discursos relacionados ao <i>entrepreneurship</i>	118
5.5	DIMENSÃO PODER E RESISTÊNCIA	124
5.5.1	As relações de poder no empreendedorismo: poder disciplinar e biopoder	124
5.5.2	Resistir para (re)existir como mulher	131
5.5.3	Resistir para (re)existir como empreendedora	134
5.6	DIMENSÃO MUDANÇA SOCIAL E PRÁTICAS DE LIBERDADE.....	139
5.6.1	Práticas de problematização: o cuidado de si e autopercepção no empreendedorismo.....	140
5.6.2	Práticas de afirmação reflexiva: empoderamento feminino e a (re)afirmação da identidade empreendedora	144
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	149
	REFERÊNCIAS.....	158
	APÊNDICES	179

1 INTRODUÇÃO

“Se há quem acredite que mulheres nasceram com o dom de decorar, é claro que não iriam faltar os que duvidam da capacidade feminina para executar reformas na casa, desde as mais pesadas até os pequenos reparos”.

(MARADEI, 2019, [n.p.]).

A primeira frase da matéria veiculada na revista *online* Casa Vogue (MARADEI, 2019, [n.p.]), se refere a empresas como a ‘Manas à Obra’, negócios criados por mulheres para, em suas próprias palavras “[...] garantir a integridade física, moral, social e psicológica de outras mulheres e de pessoas [lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais ou transgêneros] (LGBT), evitando possíveis abusos e discriminação” (MANAS À OBRA, 2019, [n.p.], *grifo nosso*). ‘Manas à Obra’ é um dos exemplos do que Bruni, Gherardi e Poggio (2004) apresentam como empresas formadas por mulheres empreendedoras que rompem com a lógica heteronormativa de gênero, ao questionar o que a sociedade enxerga como mentalidade empreendedora.

Tanto no contexto empresarial quanto acadêmico, os discursos que circulam sobre o campo empreendedor têm sido abordados em sua maioria com foco no mercado e como um fenômeno individual, atividade econômica desejável, gênero neutro, percebido como algo inquestionavelmente positivo (HAUGH, 2007; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; DY; MARLOW; MARTIN, 2017). Com a desaceleração econômica (VALENTE, 2019), o empreendedorismo é apresentado ainda como uma solução para uma série de situações vividas pelas mulheres, tais como a necessidade de flexibilizar trabalho e vida pessoal (ACHTENHAGEN; WELTER, 2011), a alternativa à cultura masculinizada de grandes organizações (MAVIN, 2008), em que há diferença temporal na ascensão profissional de homens e mulheres, além da possibilidade de liderar e gerenciar uma empresa com a qual se identifica.

Mesmo nos estudos sobre gênero e empreendedorismo, a partir da perspectiva do empreendedorismo feminino (AHL, 2004; 2006; ESSERS; BENCHOP, 2007; 2009; ESSERS, 2009; ESSERS; BENSCHOP; DOOREWAARD, 2010; DY; MARLOM; MARTIM, 2017), diversos autores avançam nas discussões que ultrapassam a questão econômica e apresentam um viés oculto relacionado à identidade de gênero,

ideologia e relações de poder (STEYAERT; KATZ, 2004; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; TEDMANSON; VERDUYN; ESSERS; GARTNER, 2012; DY; MARLOM; MARTIM, 2017), mas correm o risco de cair em um ‘beco sem saída’, expressão utilizada nos estudos de Ahl e Marlow (2012), apresentando a mulher empreendedora como alguém incompleto e com menos habilidade, reproduzindo uma relação de subordinação heteronormativa (BUTLER; 1990; 1993; 2004) em uma lógica de comparação binária entre homens e mulheres.

As pesquisas sobre gênero e empreendedorismo tendem, ainda, a provocar reflexões acerca das características sociais contemporâneas existentes que reforçam a condição normalizadora da sociedade vigente, como por exemplo, o fenômeno da “empresarização de si mesmo” (LOPES; COSTA, 2021) e as desigualdades de gênero no local de trabalho (VILELA; HANASHIRO; COSTA, 2020). Brandão, Marques e Lamela (2019) demonstram que os discursos que circulam nas universidades sobre o empreendedorismo contribuem também para a reprodução de um padrão segregado por gênero. Mesmo as profissionais qualificadas possuem dificuldade de legitimação social do seu papel de empreendedoras, associadas às dificuldades de criação e sustentação do próprio negócio (BERTOLAMI *et al.*, 2018), o que exige dessas profissionais maior planejamento sobre a decisão de se tornarem empreendedoras (BRANDÃO; MARQUES; LAMELA, 2019; MELO; SILVA; ALMEIDA, 2019).

Avançar no debate sobre gênero e empreendedorismo e evitar a reprodução acadêmica e de mercado baseada no ‘beco sem saída’ do senso comum, significa antes de tudo, questionar os discursos sobre identidade de gênero no empreendedorismo. Para isso, o ponto de partida desta tese considera identidade de gênero como um processo de fazer e desfazer, de acordo com o tempo e o espaço (BUTLER, 1993; 2004). Gênero, então, deve ser compreendido como um processo discursivo, produzido a partir de uma série de discursos em constante transformação e mudanças de sentido na sociedade (SOUZA; BREWIS; RUMENS, 2016). Calás, Smircich e Bourne (2009) ressaltam que o foco nas relações de gênero não deve considerar primariamente o sexo biológico dos participantes, mas suas subjetividades. Entretanto, mesmo supondo que, temporariamente, exista uma estabilidade binária sobre os sexos, a constituição da categoria homem não deve se referir exclusivamente a corpos masculinos, assim como a categoria mulher não deve referir-se apenas a corpos femininos. É válido ressaltar, todavia, que no contexto contemporâneo, não é

possível se referir a mulheres ou homens sem utilizar os devidos termos ‘mulher’ e ‘homem’ (SOUZA; BREWIS; RUMENS, 2016).

Adicionalmente, a performatividade reforça as relações de poder da chamada matriz heterossexual e sua reprodução seguindo a lógica binária de identidades de homem x mulher, masculino x feminino, heterossexual x homossexual, por meio da repetição constante de normas existentes nos discursos que circulam (BUTLER, 1990; 1993; 2004; SOUZA; BREWIS; RUMENS, 2016). Assim, uma alternativa para os estudos sobre gênero e empreendedorismo, na visão de Calás, Smircich e Bourne (2009) se referem ao uso da abordagem crítica para compreender esses fenômenos, uma vez que a lente dos estudos críticos pode contribuir para retratar cenários mais amplos e as constituições de relações de poder, a partir da perspectiva de participantes que ocupam posições não dominantes e a percepção destes em relação à categoria dominante.

Os estudos críticos sobre empreendedorismo, chamados de *Critical Entrepreneurship Studies*’ (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; COSTA; SARAIVA, 2012; TEDMANSON; VERDUYN; ESSERS; GARTNER, 2012; VERDUYN; DEY; TEDMANSON; ESSERS, 2014; DASHTIPOUR; RUMENS, 2018) se constituem de uma diferente abordagem em relação ao que normativamente é abordado sobre o tema, uma vez que avançam nas discussões, ao problematizar os discursos dominantes que descrevem o empreendedorismo como um fenômeno econômico ou individual. Nesta perspectiva, o empreendedorismo passa a ser visto como algo que busca romper, questionar, desestabilizar as estruturas vigentes e que conseqüentemente gera a transformação social por meio do *entrepreneuring* (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; HJORTH, 2013; COSTA; SARAIVA, 2012; DASHTIPOUR; RUMENS, 2018).

Visto também como uma abordagem que vai além do empreendedorismo social, esse processo de mudança e de apresentação de novas ideias ou formas de compreensão da sociedade, muitas vezes encontra dificuldades (DASHTIPOUR; RUMENS, 2018). Entretanto, Dey e Steyaert (2014) consideram que, quando esses empreendedores conseguem moldar suas próprias subjetividades e sua relação com o outro, rompem, mesmo que temporariamente, com a normatividade que determina quem eles devem ser e como deveriam viver, gerando possibilidades de resistência

(RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009) por meio do que Foucault (2006) chama de práticas de liberdade.

1.1 O PROBLEMA DE PESQUISA

Com base no contexto apresentado, o problema de pesquisa que esta tese busca responder é **como os discursos relacionados ao *entrepreneurship* de empreendedoras negras que possuem empreendimentos em segmentos dominados pelo masculino e homens podem gerar possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade de gênero?** Assim, o argumento central que proponho analisar nesta tese é de que as mulheres que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino, a partir das suas subjetividades, contribuem para desconstruir a forma de fazer e enxergar o empreendedorismo, por meio do *entrepreneurship* e de um rompimento com a lógica heteronormativa de gênero. Além disso, quando passam a cuidar de si e tomam consciência de suas ações, podem resistir por meio das práticas de liberdade de gênero.

1.2 OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Esta tese tem o objetivo geral de **compreender como os discursos relacionados ao *entrepreneurship* de empreendedoras negras que possuem empreendimentos em segmentos dominados pelo masculino e homens podem gerar possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade de gênero.** De forma a alcançar este objetivo, apresento os objetivos intermediários que irão direcionar e articular os caminhos propostos por esta pesquisa:

- a) identificar como as identidades de gênero e empreendedora se constituem;
- b) analisar como a constituição das subjetividades das mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino contribui para o *entrepreneurship*;
- c) analisar as relações de poder e possíveis formas de resistência exercidas pelas mulheres empreendedoras no dia a dia;

- d) compreender as possíveis práticas de liberdade das mulheres empreendedoras a partir do *entrepreneurship*;
- e) identificar como as identidades de raça e de classe se interseccionam à identidade de gênero no empreendedorismo.

Para responder ao objetivo geral e objetivos específicos deste estudo, foi realizada uma pesquisa qualitativa, por meio de entrevistas semiestruturadas com mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino e homens. As entrevistas foram transcritas e posteriormente tratadas com o apoio do *software* de codificação de análise de dados qualitativos, MAXQDA. Posteriormente, foram analisadas por meio da Análise do Discurso Foucaultiana. Alvesson e Kärreman (2000) afirmam que práticas linguísticas podem ser analisadas como discursos, ao representar um conjunto de ideias e terminologias que são específicas durante um período histórico e social, e que podem gerar efeitos verdadeiros.

1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

Os estudos críticos sobre empreendedorismo têm avançado nas discussões a respeito de formas alternativas de pensar este fenômeno, apresentando-o como o processo de empreender para gerar mudança social, não apenas posicionando-o como atividade econômica (STEYAERT, 2007; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009; COSTA; SARAIVA, 2012; DASHTIPOUR; RUMENS, 2018). Entretanto, no que diz respeito à abordagem crítica para os estudos de gênero e empreendedorismo, autores como Calás, Smircich e Bourne (2009), Essers e Tedmanson (2014), Marlow e Martinez Dy (2018), Pullen, Lewis e Ozkazanc-Pan (2019) consideram que este tema necessita de estudos que ultrapassem as discussões essencializadas de gênero e busquem problematizar as relações de poder existentes nos contextos empreendedores.

Gênero e empreendedorismo não são fenômenos emergentes. Ahl (2006), em seu livro sobre a reprodução discursiva das desigualdades de gênero existentes no empreendedorismo, apresenta um contexto histórico amplo que se inicia desde o

século XIX. Sendo assim, o que se justifica a escolha de mulheres como sujeitas desta pesquisa? Apesar da existência de uma significativa quantidade de estudos envolvendo a ótica do empreendedorismo feminino (AHL, 2004; 2006; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; ESSERS, 2009), a reprodução discursiva midiática sobre a mulher empreendedora (ACHTENHAGEN; WELTER, 2011) e o empreendedorismo feminino na era digital (DY; MARLOM; MARTIM, 2017), para citar alguns, Gomes *et al* (2014) defendem que a preocupação recorrente de grande parte dos trabalhos ainda está na estrutura sexuada das organizações e em suas consequências para as atividades empresariais.

Na visão da autora, que desenvolveu uma revisão de literatura em periódicos nacionais e internacionais de 1970 a 2010, o discursivo científico sobre a mulher empreendedora demonstra a necessidade de se adotar novas lentes para estudar o fenômeno e de estabelecer novos rumos para as pesquisas de gênero e empreendedorismo (GOMES *et al*, 2014). Marlow e Dy (2018) e Pullen, Lewis e Ozkazanc-Pan (2019) corroboram com esta conclusão, ao demonstrar a necessidade de que a lente teórica dos estudos feministas seja aplicada a uma maior quantidade de pesquisas advindas do *global south*, ou seja, com o olhar do 'colonizado' e não do 'colonizador', por meio de abordagens pós-estruturalistas e pós-coloniais, por exemplo.

Assim, esta pesquisa possui contribuições tanto para suprir lacunas teóricas quanto para propor avanços. Primeiramente, em termos de empreendedorismo e práticas de liberdade, este estudo busca redirecionar as pesquisas sobre o tema, por meio da compreensão sobre como os discursos que ultrapassam a abordagem do empreendedorismo como atividade econômica podem se constituir de espaços alternativos que contribuam para a transformação social e redução da opressão (RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009). Rindova, Barry e Ketchen (2009) sugerem, então, a condução de pesquisas que apresentem um conjunto de ações (atividades, práticas ou processos) que possuam a intenção não apenas de gerar riquezas, mas de promover um novo olhar para o ato de empreender e suas consequências para os contextos sociais, institucionais e culturais.

Abordar gênero e empreendedorismo a partir de uma perspectiva crítica pode ser considerado, por si só, uma contribuição secundária desta pesquisa. Entretanto, conforme sugerido por Tedmanson *et al*. (2012), este estudo se propõe também a avançar na literatura dos estudos críticos sobre empreendedorismo, ao promover

reflexões a partir de críticas sobre a existência de relações de poder em contextos empreendedores alternativos. Tais abordagens contribuem não apenas para descrever, mas para desafiar e apresentar diferentes possibilidades de mudança das estruturas de gênero vigentes (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009). Ozturk e Rumens (2019) sugerem examinar as interseccionalidades considerando gênero, raça e sexualidade, ao buscar compreender como mulheres lésbicas negras vivenciam o empreendedorismo e quais os possíveis obstáculos estruturais enfrentados, que mulheres lésbicas brancas não enfrentam, por exemplo (BOWLEG, 2008).

Adicionalmente, Oliveira Junior, Gattaz, Bernardes e Izuka (2018) e Esseres e Tedmanson (2014) demonstram o potencial e a importância dos estudos críticos para compreender, reposicionar e (re)conceituar temáticas muitas vezes vistas como paradoxais. Esta pesquisa, então, contribui também para os estudos críticos ao demonstrar se os discursos que circulam na sociedade sobre o empreendedorismo podem apresentar relações de normalização, entretanto, o *entrepreneuring* pode demonstrar também a existência de tensões contraditórias que podem acrescentar profundidade e sutileza na compreensão crítica de como o empreendedorismo pode ser compreendido como um verbo, uma ação em busca da transformação social e do bem comum.

Um terceiro avanço desta pesquisa diz respeito a empreendedorismo e interseccionalidade. Estudos enraizados na interseccionalidade contribuem para o reconhecimento de que raça, classe, gênero e sexualidade estão diretamente relacionados à facilidade ou dificuldade de acessos existentes no empreendedorismo (ROMERO; VALDEZ, 2016). Além disso, no Brasil o olhar interseccional permite demonstrar a existência de estruturas de opressão em nível macro e micro social, especialmente no contexto de gênero, raça e classe (ALMEIDA; DIAS; SANTOS, 2021).

No que diz respeito ao empreendedorismo e heteronormatividade, este estudo avança no debate sobre a literatura ao estabelecer relações entre o estudo do empreendedorismo por meio das subjetividades, a partir da teoria *queer* (AHL; MARLOW, 2012). Pullen, Lewis e Ozkazanc-Pan (2019) consideram os estudos sobre gênero sob a ótica de teorias feministas devem direcionar também os esforços para pesquisas que demonstrem a perspectiva das mulheres (reais, sujeitas de suas histórias coletivas) em detrimento das Mulheres (construto cultural e ideológico que as posiciona como o Outro por meio dos discursos dominantes). Assim, a escolha de

mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino ocorreu pelo potencial que elas possuem em termos de resultados de pesquisa, indo além dos estudos tradicionais e predominantes que abordam relações com foco em economia, negócios ou relações de subordinação entre homens e mulheres ao estudar o discurso empreendedor (COSTA; SARAIVA, 2012).

Em termos práticos, esta tese busca provocar a reflexão, por meio de uma análise dos discursos que circulam na sociedade sobre o empreendedorismo. Conforme sugerem Costa, Barros e Carvalho (2011), identificar a construção discursiva do empreendedor em diferentes contextos possibilita questionar uma visão naturalizadora que posiciona o empreendedor como idealizado e heroico, que supera as adversidades, personalidades míticas, reprodutoras de um sistema sem falhas e sempre positivo. Esse questionamento contribui para demonstrar como as relações de trabalho podem ser constituídas de práticas de liberdade, a partir de um discurso empreendedor que permita a convergência dos interesses da organização, dos indivíduos que nela atuam e de seus consumidores.

1.4 ESTRUTURA DA TESE

Este capítulo introdutório apresentou a problematização da tese, objetivo geral e objetivos específicos, bem como justificativas e relevância do estudo. No capítulo 2, apresento diferentes perspectivas sobre o empreendedorismo, posicionadas em um contexto histórico, considerando as abordagens econômica, social e crítica, até o conceito de *entrepreneurship*. No capítulo 3, apresento a revisão de literatura, por meio das relações existentes entre a constituição dos sujeitos como gênero, as relações de poder existentes nos discursos que circulam no empreendedorismo, a interseccionalidade e como esses atravessamentos se manifestam no contexto empreendedor e as possibilidades de romper com a normatividade por meio da ética, cuidado de si e das práticas de liberdade. No capítulo 4, detalho o percurso metodológico da pesquisa, caracterizando a definição das participantes de pesquisa e abordagem no campo, além da análise de dados por meio de Análise do Discurso Foucaultiana. Por fim, apresento, nos capítulos 5 e 6, os resultados e as considerações finais que nortearam a concepção desta tese.

2 DO EMPREENDEDORISMO AO *ENTREPRENEURING*: ABORDAGENS ECONÔMICA, SOCIAL E CRÍTICA DO EMPREENDEDORISMO

Os discursos que circulam sobre o empreendedorismo são construídos socialmente através do tempo e do espaço, influenciados por contextos econômicos, sociais e culturais. Apesar da evolução nos discursos, especialmente relacionados a gênero e empreendedorismo, a perspectiva econômica ainda figura como a mais tradicional, tanto em termos acadêmicos, quanto em termos mercadológicos. Para compreender o contexto normalizador existente atualmente sobre empreendedorismo e empreendedores, considero importante apresentar as principais perspectivas sobre o tema e suas influências na sociedade. Assim, este capítulo busca trazer os principais estudos que abordaram o tema empreendedorismo na sociedade, a partir das perspectivas econômica e social, além de apresentar uma alternativa aos estudos de empreendedorismo, por meio da perspectiva crítica.

Sustentada por autores como Costa, Barros e Carvalho (2011) e Mole e Ram (2011), destaco como o contexto econômico ainda posiciona a atividade empreendedora como individual, centrado em conquistas pessoais em um ambiente dominado pelo masculino. Com relação ao empreendedorismo social, apresento como a proliferação dos discursos sobre o tema, especialmente junto às mídias tradicionais, contribui para reproduzir uma lógica que torna o empreendedor social uma figura inquestionavelmente positiva. Considerando a perspectiva crítica do empreendedorismo, influenciada pelos Estudos Críticos de Gestão, busco uma reflexão sobre a possibilidade de compreensão do fenômeno a partir do *entrepreneuring* e como a constituição das subjetividades das mulheres empreendedoras pode gerar práticas de liberdade, a partir de tensões e rupturas com o normativo.

2.1 EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA ECONÔMICA: O DISCURSO DO EMPREENDEDOR NORMAL

O empreendedorismo tem sido descrito como um campo em constante transformação e amadurecimento, desde o início de suas agendas de pesquisa, na década de 1980 (JENNINGS; BRUSH, 2013; MARLOW; McADAM, 2015). Para Du

Gay (2004) o aumento do interesse pelo tema está relacionado ao contexto neoliberal vigente da época. Com foco na individualidade, eficácia e conquista pessoal, o empreendedorismo ocupa um espaço dominante nos discursos políticos e socioeconômicos, sendo considerados a melhor solução para uma série de desafios globais (MOLE; RAM, 2011). Nos dias atuais o conceito de empreendedorismo ainda é amplamente valorizado dentro de sua abordagem de crescimento econômico, sendo visto como a principal base para a geração de emprego e renda (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Tal perspectiva tem influência em sua origem, que mesmo denotando ao século XVIII, centrava-se nas relações entre o tema e as ideias de inovação, risco, cuidado e desenvolvimento (GARTNER, 2010), expressões até hoje utilizadas para caracterizar o empreendedor na sociedade. Diversos foram os estudiosos que influenciaram os discursos normalizadores sobre o empreendedorismo, podendo ser destacados Cantillon (2002), Say (1983), Sombart (1998) e, por fim, Schumpeter (1985), cuja definição acerca do empreendedorismo é utilizada no contexto contemporâneo.

De acordo com Filion (1999) e Ogbor (2000) foi na segunda metade do século XVIII que Cantillon (2002) iniciou uma busca para tentar identificar quem era o indivíduo empreendedor, vinculando suas características não à sua função na sociedade, mas ao posicionamento assumido em relação ao risco das oscilações de oferta e demanda. Esse indivíduo, o empresário, poderia ser tanto o comerciante, o produtor ou o agricultor. No contexto da revolução industrial, o interesse de Cantillon pelos empreendedores não era um fato isolado, indo ao encontro às ideias dos pensadores liberais da época, que exigiam liberdade para que cada um pudesse tirar o melhor proveito de seu trabalho (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Say (1983) por sua vez via o empreendedor como um empresário que se posiciona no processo econômico para equilibrá-lo. Ele administraria a produção, tornando-se o ponto focal de várias relações comerciais. Para isso, precisava ter “[...] tino, constância e conhecimento dos homens¹ e das coisas” (SAY, 1983, p. 312-313).

¹ É importante ressaltar o uso da expressão homens e de demais termos que se referem apenas ao masculino nos discursos sobre o empreendedorismo desde o século XVIII. Conforme pontua Ahl (2006), mesmo em estudos sobre gênero e empreendedorismo, é necessário posicionar a mulher no tempo e no espaço. Durante este período, a mulher não era autorizada a frequentar ambientes acadêmicos e trabalhar fora de casa, por exemplo, posicionando-se sempre com uma postura de submissão em relação ao homem. Tais fatores influenciaram fortemente as desigualdades de gênero

Na mesma linha de Say, o empreendedor era visto por Sombart (1998) como um empresário, mas em três categorias distintas: o inventor-empresário, preocupado com a forma de exploração de seu produto; o comerciante, caracterizado como o homem de negócios preocupado com a demanda do mercado; e o empresário-financeiro, cuja prioridade era o capital. Costa, Barros e Carvalho (2011) consideram que Sombart foi um dos primeiros a atribuir à figura do empreendedor a imagem de empresário de sucesso para toda a sociedade, cujos discursos se seguiram em biografias como as de Robert Bosch e Henry Ford, por exemplo.

A perspectiva econômica do empreendedorismo ainda figura como a mais tradicional tanto em termos acadêmicos quanto em termos práticos. Em sua grande maioria, a definição mais utilizada atualmente continua a ser a do economista Joseph Schumpeter (1985), em que o empreendedor é visto como sujeito inovador que impulsiona não apenas o desenvolvimento econômico, como o social, por meio de uma nova forma de produzir (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). Na visão do economista, o desenvolvimento econômico é decorrência do surgimento de novas combinações e novos usos de recursos. Tais recursos podem se constituir, por exemplo, da introdução de um novo bem ou de algo já existente, mas com nova característica; da introdução de um novo método de produção; da abertura de um novo mercado; da descoberta de novas fontes de suprimentos; ou do desenvolvimento de novas formas de organização (SCHUMPETER, 1985).

As inovações, então, se apresentam com potencial de perturbações que movimentariam as economias e as sociedades rumo ao desenvolvimento. Nesse sentido, o empreendedor seria o agente que inicia tais mudanças, promovendo alterações no sistema previamente equilibrado por meio da identificação de novas oportunidades (OLIVEIRA JUNIOR *et al.*, 2018). O empreendimento seria a realização de novas combinações; e os empreendedores, os indivíduos que possuem a função de realizá-las por meio da inovação (SCHUMPETER, 1985; OGBOR, 2000). A ênfase na teoria de Schumpeter sobre o empreendedorismo, conseqüentemente, não está na criação de algo totalmente novo, mas na combinação de elementos existentes de formas diferentes. Para o teórico, o empreendedor é inovador, mas nunca um inventor (OGBOR, 2000).

existentes não apenas no contexto empreendedor, mas como em outros espaços organizacionais. (Para mais informações, consulte *The Scientific Reproduction of Gender Inequality*).

A visão econômica sobre o empreendedorismo demonstra também que, apesar de o tema ter tido maior visibilidade nas últimas três décadas, o processo de valorização e ascensão socioeconômica; e a construção e reprodução discursiva das habilidades que o indivíduo deve ter para se tornar empreendedor não é algo novo (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). Assim, Ogbor (2000) ressalta que esses autores clássicos contribuíram para a concentração de estudos no caráter individual do empreendedor, em busca de uma figura heroica dentro do sistema econômico. Conseqüentemente, os discursos que circulavam sobre o conceito de empreendedorismo e empreendedor se limitaram por muitos anos aos estudos de personalidade (GOMES *et al.*, 2014).

Estudiosos de empreendedorismo a partir de uma perspectiva crítica demonstram que os discursos tradicionais sobre o que significa ser “um homem de negócios” está diretamente associado a uma invisibilização das questões de raça (ARCINIEGA, 2021). Ao posicionar o homem branco empreendedor como alguém não racializado, Nkomo e Akram Al Ariss (2014) ressaltam que os discursos reproduzem ideologias que focam o individual, tais como o mérito, associando as ascensões de carreira à competência e desconsiderando a exclusão de outros grupos raciais. Até os dias atuais, o termo empreendedor é associado a imagens do herói – o primeiro homem branco europeu que ‘descobriu’ e ‘conquistou’ uma terra de oportunidades -, o que simboliza uma reprodução heteronormativa a partir de um modelo que ressalta a agressividade, assertividade e conquista de algo (OGBOR, 2000).

Bruni, Gherardi e Poggio (2004) consideram que historicamente o empreendedorismo está localizado no universo masculino, sendo essa hegemonia da masculinidade relacionada não à figura do empreendedor inovador de Schumpeter, mas aos conquistadores da ‘terra prometida’. Ogbor (2000) ressalta que a criação de colônias ‘conquistadas’ se configura como uma atividade empreendedora, uma vez que abre novos mercados e novas possibilidades de produção.

Costa, Barros e Carvalho (2011) sugerem haver uma colonização do próprio discurso empreendedor, fazendo com que os indivíduos se submetam às normas sobre o que significa ser este profissional, ou seja, ter características relacionadas à inovação, competitividade, insegurança, incerteza. Assim, a construção discursiva que torna o empreendedor normal tende a reproduzir a lógica econômica dos discursos que circulavam no final do século XVIII, ou seja, que o empreendedor é impulsionador

do desenvolvimento e do crescimento econômico (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011), se tornando a melhor alternativa ao desemprego, ao equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal ou à possibilidade de administrar o seu próprio negócio (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009).

Ogbor (2000) reitera que, o discurso científico do empreendedorismo e as instituições que o produzem são parte de conhecimentos tomados como certos e que, justamente pelo risco de serem normalizadores, devem ser problematizados. Na abordagem pós-estruturalista, a ideia de que existem conhecimentos certos ou errados, ou uma única verdade, é rejeitada, uma vez que ao se definir um discurso único que considera a melhor forma de se tornar algo ou alguém (empreendedor, por exemplo), outras perspectivas se tornam marginalizadas (JONES; STABLEIN, 2006). Essa lógica binária do certo x errado, influenciada historicamente pela construção discursiva do ‘homem empreendedor’, passa a ser reproduzida nos discursos sobre homens e mulheres no empreendedorismo.

Conforme pontuam Marlow, Henry e Carter (2009), a heteronormatividade de gênero no contexto empreendedor gera uma comparação entre homens e mulheres, de acordo com indicadores comportamentais, em que as mulheres são posicionadas como menos capazes, o que faz com que suas empresas também sejam vistas como menores, mais fracas, sem orientação para crescimento ou pejorativamente apelidadas de ‘trabalho em domicílio’, ‘hobby’, ‘estilo de vida’ (MARLOW, 2014). Assim, mesmo com a criação de benefícios econômicos ou redes de empreendedoras, o discurso da normalização persiste, considerando a necessidade de resolver o “problema” da mulher no empreendedorismo, para aproximá-la do homem empreendedor (AHL; MARLOW, 2012).

Assim, o discurso do empreendedor normal posiciona gênero como algo neutro e a mulher empreendedora dentro de uma categoria discreta e separada do empreendedorismo de uma forma geral (MARLOW, 2014). Wynarczyk e Marlow (2010) demonstram que a própria definição de empreendedorismo é marcada por contradições, ou seja, um espaço meritocrático a ser conquistado pelo indivíduo, desde que neste possam ser identificadas características voltadas para a masculinidade. Este argumento possui uma série de implicações. Ao pressupor que o discurso empreendedor considera a abordagem de gênero como algo neutro e a valorização da meritocracia por meio de um comportamento econômico que deve ser

adotado, encontram-se presentes não só a heteronormatividade de gênero, mas a heteronormatividade dos discursos sobre empreendedorismo (BUTLER, 1990; 1993; AHL, 2006; MARLOW, 2014).

Por sua vez, Wynarczyk e Marlow (2010) demonstram que, ao longo dos últimos anos, as mulheres contribuíram substancialmente para a inovação do contexto empreendedor. Entretanto, tais conquistas ainda são obscurecidas pela influência ideológica sobre as descrições normativas de gênero, que contribuem para a reprodução de padrões que buscam interpretar ou explicar esses reconhecimentos, minimizando os resultados obtidos. Assim, as discussões sobre empreendedorismo e heteronormatividade têm levado autores a reexaminar e buscar alternativas para os discursos do empreendedor, não apenas considerando o viés econômico, mas uma perspectiva social em que o empreendedorismo pode se tornar uma forma de liberdade, de melhoria das próprias condições de vida e da geração de mudanças e bem-estar para a sociedade (DEY; STEYAERT, 2014). Entre essas abordagens, está a perspectiva do empreendedorismo social, apresentada a seguir.

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL: NEGÓCIOS DE IMPACTO E GERAÇÃO DE VALOR

O empreendedorismo social é considerado um campo alternativo de pesquisa, tendo recebido atenção de acadêmicos e empresas (MARTIN; OSBERG, 2007). Cukier *et al.* (2011) afirmam que, em termos gerais, o foco dos estudos sobre empreendedorismo tem sido nas atividades cujo principal objetivo é a geração de lucro, enquanto para o empreendedorismo social, a prioridade está relacionada à geração de renda para ajudar em causas que beneficiem a sociedade. Na visão de Casaqui (2016), o empreendedorismo social está articulado à noção de inovação social, o que representa a criatividade aplicada a soluções para os problemas sociais, sendo esses percebidos como oportunidades para novos projetos. Dessa forma, inovação, negócio e economia, ao se tornarem “sociais”, aproximam-se da noção de bem comum, de algo cujo objetivo geraria uma contribuição real para melhoria da sociedade (DEY; TEASDALE, 2013).

Para Dees (2003), o empreendedor dos séculos XX e XXI precisa ser, em sua essência, um agente de mudança em busca da transformação social. Teodósio e Comini (2012) consideram que o empreendedorismo social possui como desafio o desenvolvimento de um novo tipo de organização que possui dois objetivos antes vistos como incompatíveis: a geração de valor econômico e a geração de valor social. Young (2012) aborda o uso de alguns termos usados para explicar as organizações que visam solucionar os problemas sociais, tais como empresas sociais (*social enterprise*), negócios inclusivos (*inclusive business*) e negócios sociais (*social business*), para citar alguns.

A literatura sobre o tema apresenta três principais correntes que buscam explicar o empreendedorismo social. A perspectiva europeia, americana e de países emergentes. Defourny e Nyssens (2010) demonstram que a perspectiva europeia nasce da tradição de economia social (associativismo e cooperativismo), enfatizando a atuação de organizações de sociedade civil com funções públicas. Travaglini, Bandini e Mancione (2010) explicam que na Europa há uma tendência de agrupamento de atuação das empresas sociais em: empresas de integração ao trabalho, chamadas de *Work Social Enterprise (WISE)*; empresas cujo objetivo social principal é produzir produtos e serviços conduzidos pelo interesse coletivo; e empresas que buscam o desenvolvimento social e econômico pela promoção dos cidadãos e governo local nas atividades.

A perspectiva norte-americana, por sua vez, apresenta como características principais a existência de organizações privadas com lógica de mercado destinadas à solução de problemas socioambientais (PRAHALAD; HART, 2002). A principal contribuição desta perspectiva é a melhoria das condições de vida por meio da facilitação do acesso de pessoas minorizadas a quaisquer bens e serviços até então disponíveis apenas para as camadas socioeconômicas mais privilegiadas (PRAHALAD; HART, 2002).

Por fim, a terceira perspectiva, predominante em países emergentes, sugere a compreensão do empreendedorismo social como negócios sociais como empreendimentos ambientais que atuam na lógica de mercado e visam à redução da pobreza, bem como a transformação das condições sociais que marginalizam ou excluem determinados públicos (TEODÓSIO; COMINI, 2012). Para Márquez, Reficco e Berger (2009), além de ser autossustentável e rentável, o empreendimento precisa

necessariamente gerar benefícios socioambientais que contribuam para transformar as condições de vida de determinada população.

Apesar das diferentes perspectivas, em termos discursivos, Dey, Steyaert e Hjorth (2007) ressaltam a categorização do empreendedorismo em social ou econômico, ou em outras palavras, empreendedores que visam o desenvolvimento econômico x empreendedores que visam tornar o mundo um lugar melhor para se viver, como se houvesse uma dicotomia e as duas possibilidades não pudessem existir concomitantemente. Yujico (2008) demonstra que os discursos que circulam sobre o empreendedor social ainda o posicionam como um executivo de sucesso que passou a dar atenção para causas sociais. Cukier *et al.* (2011) por exemplo, apresentaram em seus estudos, mais de dez diferentes definições para os termos empreendedorismo social e empreendedores sociais em contextos organizacionais distintos (empresas, ONGs e setor público).

De forma geral, as definições sobre empreendedorismo e empreendedores sociais podem variar, mas existe um consenso em dois pontos para a sua definição. Primeiramente, o empreendedorismo social envolve a criação de algo novo, caracterizado pela inovação e não apenas pela replicação de empresas ou ações previamente existentes (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2012). Em segundo lugar, ao menos um dos objetivos da empresa deve estar relacionado à criação de valor social e não apenas à criação de riquezas para o empreendedor e seus acionistas (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2012). Para Dey, Steyaert e Hjorth (2007), a proliferação dos discursos sobre o empreendedorismo social, especialmente junto as mídias tradicionais (televisão e jornais), e as publicações científicas reproduz uma lógica de que o empreendedor social é uma figura inquestionavelmente positiva.

A grande maioria de textos, notícias e artigos científicos, entre outros materiais, tende a apresentar os efeitos positivos do empreendedorismo social, por meio de suas figuras heroicas (THOMPSON; ALVY; LEES, 2000) que tende a ser visto como algo favorável e que sempre traz benefícios para a sociedade. Especificamente, ao apresentar a empresa social e suas ações junto aos 'desfavorecidos', esses discursos também passam a se constituir de relações de dominação, ao gerar uma estratégia de relação de dominação entre empresa e sociedade (DEY; STEYAERT; HJORTH, 2007). É válido ressaltar que os discursos que circulam sobre o empreendedorismo

social também são influenciados pelo contexto econômico. Assim, empresas sociais que não se materializam em números desejáveis são consideradas invisíveis ou tratadas como não convencionais e inferiores (ROPER; CHENEY, 2005).

Essas formas de (a)normalização se instalam por meio do contraste entre atitudes e comportamentos considerados apropriados ou inapropriados (BUTLER, 2004) na lógica do empreendedorismo social. Dees (1998), por sua vez, demonstra que a evolução dos discursos sobre o empreendedorismo social passa a aceitar que empreendedores sociais podem se envolver em atividades que visam à geração de lucro. A diferença é que, para esses, as ações em prol do lucro são vistas como meio para se chegar ao objetivo do bem comum, enquanto para empreendedores no contexto econômico, o lucro é o fim em si mesmo (DEES, 1998). Entre as similaridades existentes nos discursos sobre o empreendedorismo nas perspectivas econômica e social, está a construção discursiva de que o empreendedor, tanto econômico quanto social, é aquele que supera adversidades e, especificamente no contexto social, mesmo que o seu trabalho possa ter consequências negativas, está sendo desenvolvido para um bem maior (CASAQUI, 2016).

Adicionalmente, o empreendedor social também é visto como um idealizador, que possui características e particularidades que o tornam visionário, dividindo a sociedade pelo encontro de indivíduos 'do bem' em polarização com 'o mal' (DEY, 2013). Este profissional também é caracterizado por meio de padrões, tais como que este deve ser 'carismático', que possui coragem para correr riscos, heróis que sustentam sua missão social, independente dos obstáculos a serem enfrentados (WEERAWARDENA; MORT, 2006). Para Alvesson e Wilmott (2012) os discursos sobre os empreendedores sociais os posicionam ainda como seres soberanos, sendo o seu grandioso sucesso indispensável para combater as desigualdades nas sociedades vigentes.

Dey e Steyaert (2014) sugerem inclusive que a atividade do empreendedor social pressupõe uma lógica do mercado. Diante da falência do Estado Social, considerada a realidade de países da Europa ou da inexistência histórica do Estado de Bem-Estar Social (*Welfare State*) em países como o Brasil, o discurso do empreendedor social o posiciona como alternativa à incapacidade dos governos em resolver problemas sociais (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2005; DEY; TEASDALE, 2013; DEY; STEAYERT, 2014; CASAQUI, 2016). O empreendedor social, neste caso,

é celebrizado para inspirar a sociedade em que vive, cujas características são construídas socialmente e reproduzidas de forma heteronormativa, por meio da criação de organizações globais que reforçam esses discursos (MEYSKENS; ROBB-POST; STAMP; CARSRUD; REYNOLDS, 2010).

Em termos de gênero e empreendedorismo social, dois pontos merecem destaque. O primeiro é a existência de estudos que demonstram que há uma tendência de que as mulheres se engajem mais do que os homens em atividades relacionadas ao contexto social (ORSER; DYKE, 2009; HARDING *et al.*, 2011). Tais resultados reforçam a criação de padrões que consideram que a mulher possui maior propensão a se voluntariar para este tipo de atividade, uma vez que a ela são atribuídas características como a habilidade de cuidar, feminilidade, sentimentos maternos, para citar alguns (BOWDEN; MUMMERY, 2014). O segundo ponto diz respeito à categorização essencializada entre homens e mulheres no empreendedorismo, associando características como 'tolerância ao risco e à insegurança', 'independência', 'determinação', 'autoconfiança' a estereótipos masculinos, sendo essas expressões utilizadas como uma defesa para a não entrada desses profissionais no empreendedorismo social (WEERAWARDENA; MORT, 2006; DEY; STEYAERT; HJORTH, 2007).

Dessa forma, Cukier *et al.* (2011) reforçam que analisar modelos de empreendedorismo social a partir dos discursos individualizados contribui para uma normalização e exclusão, ao marginalizar os sujeitos que não se enquadram na categoria de quem pode ser um empreendedor social. Para Dey e Teasdale (2013) o empreendedorismo social busca reproduzir a imagem de excelência de que, mesmo em condições precárias, é possível ter resiliência e agir de forma responsável. Dey e Steayert (2012) acreditam ser importante e necessário o processo de construção social no empreendedorismo, entretanto, é preciso que o empreendedorismo social seja analisado criticamente a partir de questões históricas, econômicas, discursivas e até mesmo por meio de estruturas linguísticas, para que seja possível compreender quais são as suas possibilidades de real transformação da sociedade.

Tanto na perspectiva econômica quanto na social, as discussões e reflexões permitiram um avanço na compreensão dos discursos que circulam sobre o empreendedorismo, bem como o desenvolvimento de uma postura crítica sobre o tema (OGBOR, 2000). Mesmo que os estudos sobre empreendedorismo tenham

ampliado suas abordagens, é possível perceber que a perspectiva crítica nas pesquisas sobre este fenômeno ainda é relativamente recente (ARMSTRONG, 2005; JONES; SPICER, 2005).

Entretanto, a abordagem crítica nos estudos sobre o empreendedorismo tem ganhado legitimidade, especialmente por meio da problematização das relações de poder existentes nos discursos que circulam sobre o tema, além de uma nova leitura do empreendedorismo social, demonstrando que, emancipações ou práticas de liberdade só se tornam possíveis a partir de tensões e rupturas com o normativo (STEYAERT, 2010). É nesse contexto que os estudos críticos sobre o empreendedorismo se tornam uma alternativa para a compreensão do fenômeno a partir de suas complexidades e das subjetividades de mulheres empreendedoras.

2.3 ESTUDOS CRÍTICOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO: RELAÇÕES DE PODER, SUBJETIVIDADES E A DESCONSTRUÇÃO DOS DISCURSOS NORMALIZADORES

Perspectivas alternativas para os estudos sobre o empreendedorismo têm sido discutidas desde o início dos anos 1990 (FOURNIER; GREY, 2000; OGBOR, 2000), tendo suas origens nos Estudos Críticos em Gestão (ECG), também conhecidos como *Critical Management Studies (CMS)* (GERMAIN; JACQUEMIN, 2017). Em 1992, Alvesson e Willmott utilizaram esses termos como título para uma coletânea sobre estudos na área de gestão, que posteriormente se institucionalizou como um campo de estudo por meio de conferências bianuais sobre o tema a partir de 1999 e como divisão na *Academy of Management* apenas em 2008 (GERMAIN; JACQUEMIN, 2017). Uma vez que processos de gestão estão permeados por relações de poder e são influenciados pelo contexto social, Fournier e Grey (2000) consideram não ser surpresa que este tema poderia estar sujeito a análises por meio de uma perspectiva crítica.

Para Ogbor (2000), a emergência dos discursos existentes no pós-modernismo no final dos anos 1980 também contribuiu para o aumento significativo da análise crítica do contexto organizacional e de teorias de gestão em relação à estrutura social da sociedade contemporânea. Essencialmente, os pós-modernistas rejeitam a visão

de que a ciência pode ser compreendida por meio de uma única “voz” (CALÁS; SMIRCICH, 1999). Central para a tradição pós-modernista é o reconhecimento de que a busca pela verdade científica deve ocorrer por meio da tolerância à ambiguidade, diversidade e pluralismo, demonstrando que o conhecimento é relativo e falho, ou seja, não existe uma verdade absoluta (BOJE; OSWICK; FORD, 2004). Assim, a verdade científica e o conhecimento são vistos como um processo de construção/reconstrução da linguagem, de acordo com os contextos (OGBOR, 2000).

Na visão de Adler, Forbes e Willmott (2007) os EGC ou CMS podem se constituir de diversas tradições teóricas. Dessa forma, os EGC são formados por um corpo heterogêneo que compartilha temas em comum, mas que nunca é internamente consistente (SOUZA; SOUZA; SILVA, 2013). Fournier e Grey (2000) chamam a atenção para a pluralidade de tradições intelectuais abrigadas no guarda-chuva dos EGC, tais como neomarxismo, pós-estruturalismo, feminismo, pós-colonialismo, teoria *queer*, entre outros. Entretanto, os autores consideram que essas demarcações não devem ser vistas como posições fixas nos EGC, mas definidas como linhas em constante movimento, argumentos que permitem a dúvida e o questionamento que alimentam e sustentam a crítica (FOURNIER; GREY, 2000; GERMAIN; JACQUEMIN, 2017).

Entre as similaridades existentes nos EGC, diversos autores pontuam que uma das características em comum nas correntes de pensamento é a busca pela emancipação (ALVESSON; WILLMOTT, 1992; FOURNIER; GREY, 2006; DAVEL; ALCADIPANI, 2003). A noção de emancipação nos Estudos Críticos de Gestão considera o comprometimento com a liberdade dos sujeitos das relações de poder em que estão inseridos, o que significa inclusive, libertar-se de si mesmo, a partir da compreensão de como se constitui sua própria subjetividade (ALVESSON; WILLMOTT, 1992). Outras características em comum nos EGC, segundo Fournier e Grey (2000; 2006), são a não preocupação com questões performativas relacionadas às organizações; o compromisso com a desnaturalização; e a reflexividade. Tedmanson *et al.* (2012) veem os estudos críticos não como uma substituição de uma posição por outra, mas como uma problematização do que vem sendo assumido como verdade, como no caso do que é visto como normal no empreendedorismo.

Com raízes nos Estudos Críticos de Gestão e influenciada por uma necessidade de repensar a idealização do empreendedor a partir da crise econômica

mundial do final dos anos 2000 (TEDMANSON *et al.*, 2012), a perspectiva crítica surge como uma alternativa aos estudos tradicionais sobre este tema. Também chamada de Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo ou *Critical Entrepreneurship Studies* (CES), tal abordagem tem o objetivo de problematizar os discursos dominantes que circulam amplamente nos estudos e nas descrições do dia a dia do empreendedor (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; TEDMANSON *et al.*, 2012; VERDUYN; DEY; TEDMANSON, 2017). Na visão de Verduyin, Dey e Tedmanson (2017) os estudos críticos sobre o empreendedorismo se constituem de um campo multidisciplinar que surgiu a partir de uma insatisfação sobre a forma como o empreendedorismo é compreendido: um fenômeno individual baseado na lógica de mercado em que os indivíduos possuem características que os tornam diferenciados na criação de valor, conseqüentemente gerando crescimento econômico e inovação.

Ao reposicionar o empreendedorismo a partir de uma abordagem crítica, diversos autores (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; HJORTH; STEYAERT, 2009; HJORTH, 2013; DEY; STEYAERT, 2014) demonstram que ele pode se constituir de um evento perturbador, que pode causar desordem nas ordens sociais vigentes, por meio da geração de tensões e questionamentos sobre os discursos normalizadores que circulam sobre o tema. Trata-se de um campo de pesquisa que permite ir além da visão determinista da natureza humana e, conseqüentemente, para a construção da realidade, criando condições de rearticulação do empreendedorismo a partir de questões relacionadas à liberdade, a emancipação ou à construção da sociedade (VERDUYIN; DEY; TEDMANSON, 2017).

Dey e Steyaert (2014), por exemplo, ilustram esta perspectiva com ações rotineiras desenvolvidas por empreendedores envoltas em relações de poder, que podem gerar práticas de liberdade dos discursos hegemônicos sobre o empreendedorismo, que regem comportamentos e identidades do empreendedor. Imas, Wilson e Weston (2012), por sua vez, apresentam o empreendedorismo crítico por meio de uma maneira alternativa de se pensar a inovação e a criação de oportunidades econômicas e sociais, como resposta a contextos desfavoráveis em comunidades indígenas, a partir do desafio às noções sobre quem pode ser um empreendedor. Este estudo vai ao encontro das pesquisas de Jones e Spicer (2009) sob a ótica do empreendedorismo crítico, demonstrando que os discursos sobre o

empreendedorismo não são apenas sobre expressivo sucesso, mas também sobre luta, *stress* e fracasso.

Para os ECE o desafio de ir além das noções essencializadas de empreendedorismo deve partir de um olhar nas ações do dia a dia, nas atividades consideradas invisíveis, na busca pelas práticas de liberdade tanto do sujeito quanto do que significa ser empreendedor (IMAS; WILSON; WESTON, 2012; DEY; STEAYERT, 2014). Ao abordar os personagens menos óbvios no empreendedorismo, é possível apresentar narrativas alternativas sobre as quais o empreendedorismo pode ser discutido, em vez de conformar-se a uma concepção normalizadora de que existem empreendedores ideais (JONES; SPICER, 2005). Assim, os estudos críticos sobre o empreendedorismo contribuem para revelar e desmascarar o que está por trás do contexto empreendedor normal, pela possibilidade, inclusive, “[...] de questionar se não estamos procurando no lugar errado a resposta para os grandes problemas do mundo ou até mesmo fazendo as perguntas erradas” (IMAS; WILSON; WESTON, 2012, p. 579, *tradução própria*).

Para Verduyin, Dey e Tedmanson (2017), apesar de ser um campo de pesquisa relativamente novo, os estudos críticos sobre o empreendedorismo já apresentam duas tradições. A primeira e predominante diz respeito a compreender os discursos que circulam sobre o empreendedorismo como algo confuso, heterogêneo e problemático, ou seja, uma rede complexa de conexões socioeconômicas e políticas influenciadas pelo contexto social (TEDMANSON *et al.*, 2012). Essa linha de pensamento tende a enxergar o empreendedorismo como algo ideologicamente obscuro e sem alternativa (AHL, 2004), além de demonstrar a existência de paradoxos, ambiguidades e tensões nos discursos dominantes e hegemônicos que circulam sobre o fenômeno (ARMSTRONG, 2005; JONES; SPICER, 2005; COSTA; SARAIVA, 2012).

A segunda linha de pensamento, que adoto neste projeto, tem suas bases teóricas fundamentadas em perspectivas políticas e filosóficas influenciadas por Foucault (LEMKE, 2001) e nas teorias feministas pós-estruturalistas (BUTLER, 1990; 1993; 2004; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009). Para Verduyin, Dey e Tedmanson (2017), Foucault é umas das principais influências nos estudos críticos sobre empreendedorismo, uma vez que, em sua fase genealógica, contribui para demonstrar que o empreendedorismo é constituído a partir das subjetividades dos

indivíduos (LEMKE, 2001). Por meio dos estudos genealógicos de Foucault é possível compreender como os discursos que circulam sobre o tema impactam indivíduos, grupos e organizações, contribuindo para estabelecer uma lógica normalizadora sobre quem pode ser um empreendedor e que tipo de empresa ele pode ter (DU GAY, 2004).

A ótica das teorias feministas pós-estruturalistas e dos estudos *queer*, o empreendedorismo crítico contribui para problematizar as relações de gênero existentes nos discursos sobre o tema que geram padrões heteronormativos e a comparação entre homens e mulheres, posicionando-as como inferiores (ACHTENHAGEN; WELTER, 2011; ESSERS; TEDMANSON, 2014) e reforçando a performatividade de gênero existente nos discursos sobre gênero e empreendedorismo (BUTLER, 1990; 1993). Para além das discussões essencializadas sobre gênero, os estudos com base na teoria *queer* contribuem para desestabilizar categorias identitárias, por meio da compreensão de que gênero é um processo de fazer e desfazer (BUTLER, 2004).

Dessa forma, com base nos estudos *queer*, percebe-se uma possibilidade de reposicionamento não só da mulher empreendedora, como também do empreendedorismo, considerando-os um processo contínuo, fluido, não linear e aberto (SORENSEN, 2006; STAYERT, 2007), conseqüentemente, subvertendo a orientação tradicionalista de pesquisas sobre o tema. Uma sugestão adicional é a compreensão do empreendedorismo como *entrepreneuring*, abrindo-se uma nova possibilidade de estudos na perspectiva crítica, por meio da construção social do empreendedorismo a partir dos discursos (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009) e de suas possibilidades de resistência (RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009; WEBB *et al.*; 2009) de acordo com as atitudes adotadas por sujeitos vistos como marginais na literatura, tais como as mulheres empreendedoras que rompem com a lógica heteronormativa de gênero (MEYERSON; SCULLY, 1995; BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004).

Importante ressaltar que os estudos críticos sobre o empreendedorismo não têm a pretensão de destruir as concepções de gênero, mas questionar e criticar as relações de poder existentes nos discursos que circulam sobre o tema (TEDMANSON *et al.*, 2012). Calás, Smircich e Bourne (2009) consideram que a compreensão do empreendedorismo como *entrepreneuring* possibilita desafiar a lógica heteronormativa de gênero, contribuindo conseqüentemente com a mudança social.

Isso implica compreender as micro manifestações do empreendedorismo e o engajamento dos empreendedores com as lutas do dia a dia, em busca de práticas de liberdade (IMAS; WILSON; WESTON, 2012). Em sua maioria essas micro manifestações podem ser confusas, uma vez que as ideias iniciais mudam e evoluem com o tempo, a partir das interações com o outro e experiências do dia a dia (BAKER; NELSON, 2005).

Adicionalmente, essa constante busca pelas práticas de liberdade por meio do *entrepreneurship* possibilita que ele se constitua, mesmo que temporariamente, em espaços alternativos que permitem formas diferentes e criativas de se pensar o empreendedorismo (HJORTH, 2005). Na visão de Bazin e Naccache (2016) esses outros espaços, que podem ser físicos ou discursivos, questionam o 'senso comum' e desafiam a ordem social, ao romper com as normas institucionalizadas do dia a dia empreendedor. Além disso, a mudança da ordem social pode ser analisada também a partir de identidades vistas pela sociedade como não hegemônicas, tais como as mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em ambientes dominados pelo masculino e por homens.

2.4 *ENTREPRENEURING* E PRÁTICAS DE LIBERDADE: PERSPECTIVAS DE ANÁLISE A PARTIR DE IDENTIDADES NÃO-HEGEMÔNICAS

A compreensão do empreendedorismo não como uma atividade, um substantivo, mas como um processo, um verbo, é comumente abordada na literatura pelo uso da expressão *entrepreneurship* (STEYAERT, 2007; RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009; BRUNI; PERROTA, 2014; GERMAIN; JACQUEMIN, 2017). Em seus estudos teóricos Steyaert (2007) demonstrou diversas possibilidades no uso do termo e seu potencial de desenvolver novos significados a partir de uma abordagem conceitual em aberto. Um dos primeiros usos do termo ocorreu em um fórum executivo onde Macmillan (1986) sugeriu a compreensão de uma teoria sobre o *entrepreneurship*, uma vez que o empreendedorismo ainda era amplamente compreendido sob o viés econômico.

As abordagens conceituais sobre o *entrepreneurship* sugeridas por Steyaert (2007) partem de vários pontos de vista metodológicos e epistemológicos que vão

além do individual, por meio da dinâmica relacional e social. Assim, o autor demonstra a necessidade de romper com as abordagens convencionais que compreendem o empreendedorismo como algo estável, linear e relacionado à causalidade, bem como as atividades empreendedoras como novidade, inovação e descoberta (STEYAERT, 2007).

Entre as principais abordagens sobre o tema, merece destaque a proposta por Rindova, Barry e Ketchen (2009), que buscam demonstrar o caráter emancipatório do *entrepreneurship*, uma vez que ele se distingue da lógica das atividades empreendedoras tradicionais, ao permitir a exposição de contradições nos desafios existentes no dia a dia do empreendedor em busca da mudança da realidade. A compreensão do empreendedorismo como *entrepreneurship* permite ainda a indivíduos e grupos remover restrições econômicas e sociais, criando possibilidades alternativas para si e para os outros na sociedade (RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009).

Entretanto, a perspectiva emancipatória sugerida por Rindova, Barry e Ketchen (2009) recebeu críticas, especialmente de autoras feministas (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; AHL; MARLOW, 2012; OZKAZANC-PANU, 2014), uma vez na visão dessas autoras, mesmo com as características e possibilidades apresentadas em termos de emancipação, estudar gênero por meio do *entrepreneurship* contribui para reforçar uma reprodução heteronormativa sobre o tema, comparando homens e mulheres por meio de estereótipos que essencializam essas identidades. Uma das exceções é apresentada nos estudos de Bruni e Perrota (2014) que demonstraram que em situações mistas, ou seja, em que homens e mulheres atuam juntos, ser um homem ou ser uma mulher se torna secundário em detrimento da construção discursiva dos sujeitos por si mesmos e o processo de constituição de suas subjetividades no contexto empreendedor.

A abordagem sugerida por Bruni e Perrota (2014) e corroborada nos estudos de Steyaert (2007) é um dos pilares que sustenta a argumentação teórica deste projeto de tese em que o *entrepreneurship* pode se constituir de espaços para as práticas de liberdade por meio da compreensão das relações de poder e da produção de subjetividades que permeiam os discursos e a multidimensionalidade que existe nas experiências por meio do *entrepreneurship*. Interpretar gênero e empreendedorismo nesta perspectiva evita categorias essencializadas e busca novas

possibilidades de existência (BRUNI; PERROTA, 2014), de resistência e consequentemente, de práticas de liberdade.

A articulação entre o *entrepreneurship* como prática de liberdade possui raízes nos estudos de Foucault (1984, 2006), sobre como os discursos podem criar efeitos que se tornam verdades e relações de poder, fazendo com que as identidades tenham de se adequar ao que é esperado, por meio da articulação entre conhecimento e poder. Para Verduyn (2015) demonstrar práticas de liberdade existentes no *entrepreneurship* significa compreender que esse processo de empreender é formado por um complexo emaranhado de discursos que formam as subjetividades sobre o empreendedor, um processo precário, indeterminado, aberto e sempre vindo a tornar-se algo, mas esse algo nunca acabado.

Assim, *entrepreneurship* pode ser visto também como *organizing*, por meio de processos criativos que materializam o empreendimento, mas promovem uma ruptura com o *status quo* (JOHANNISSON, 2011), altera práticas diárias (HJORTH; STEYAERT, 2004), interrompe a continuidade do que é visto socialmente como “normal”, abrindo espaço para o novo surgir (HJORTH, 2013). Assim, o *entrepreneurship* se torna uma intervenção ativa e constante de situações do cotidiano empreendedor, à medida que elas vão ocorrendo no fluxo da vida cotidiana (STEYAERT, 2007).

Adicionalmente, Johannisson (2011) demonstra que o *entrepreneurship* pode contribuir para a constituição alternativa das identidades de gênero e empreendedora, por meio do reconhecimento das maneiras pelas quais as relações de poder e possibilidades de resistência são mutuamente presentes e coprodutivas. Kauppinen e Daskalaki (2015) sugerem, ainda, que o *entrepreneurship* deve ser visto a partir de uma lógica não linear de espaço e tempo, uma vez que a identidade empreendedora não é um estado fixo de existência. Tornar-se empreendedor é um processo em que descontinuidades desempenham papel importante no contexto em que o indivíduo se insere.

Sabella e El-Far (2019) sugerem estudar o *entrepreneurship* também como formas de resistência, ao demonstrar como empreender em contextos de opressão e marginalização pode contribuir para a mudança e transformação social. Para os autores, atos de *entrepreneurship* originam-se de uma visão genuinamente crítica da sociedade. Assim, o *entrepreneurship* relaciona a ação de empreender com a

transformação da realidade. Os empreendedores mantêm uma postura de alerta de receptividade às possibilidades de resistência existentes no empreendedorismo (SABELLA; EL-FAR, 2019).

Para a perspectiva crítica a atenção das pesquisas e pesquisadores muda da lógica do empreendedorismo (e do empreendedor) para o *entrepreneuring* e suas subjetividades (STEYAERT; HJORTH, 2003; ARMSTRONG, 2005; STEYEART, 2007). O foco na dinâmica contextual, em que o ato de empreender adquire novos significados quando feito por sujeitos livres para sujeitos livres em lógicas que diferem das normativamente presumidas, traz à tona uma nova possibilidade: a compreensão do empreendedorismo a partir do *entrepreneuring*, *queering* os espaços e contribuindo para práticas de liberdade (STEYAERT, 2007; STEAYERT, 2010; BRUNI; PERROTA, 2014; BAZIN; NACCACHE, 2016). Weiss (2017) considera que novos desenvolvimentos e tendências também requerem uma análise crítica e alternativa para compreender os efeitos da mudança.

Ao estudarem empreendedores que empreendem por necessidade, Garcia-Lorenzo, Donelly, Sell-Trujillo e Imas (2018) demonstraram que o *entrepreneuring* permite aos indivíduos enxergar o empreendedorismo como projeto de vida, em que eles buscam se engajar em novas opções de empreendimentos, apesar de constantes tentativas frustradas e das dificuldades enfrentadas durante o processo. O *entrepreneuring* se torna um processo diário, um constante tornar-se, com influência dos contextos históricos e culturais (ANDERSON; DODD; JACK, 2012).

Aldrich e Martinez (2015), ao realizarem estudos sobre empreendedorismo e empreendedoras nos Estados Unidos, afirmam que quando os empreendedores iniciam o processo de organização de seus novos empreendimentos, encontram contextos em que outras pessoas, tais como fornecedores e investidores, por exemplo, possuem suas próprias expectativas com relação às práticas empreendedoras. As oportunidades empreendedoras passam, então, a ser formadas a partir das subjetividades do empreender e não por meio de forças econômicas que impulsionam mercados e indústrias (ALDRICH; RUEF, 2018).

Essa realidade também se reflete no Brasil, com uma característica adicional: o viés de gênero. Embora o Brasil tenha proporções semelhantes entre homens e mulheres empreendedores que iniciam seus negócios, há um percentual maior de homens empreendedores em empreendimentos já consolidados (GEM, 2019). As

perspectivas de análise, definição das participantes da pesquisa e caminhos metodológicos são apresentados no capítulo a seguir.

3 GÊNERO E PRÁTICAS DE LIBERDADE

Assumindo que os indivíduos não nascem homens ou mulheres (BUTLER, 2004), e sim, tornam-se sujeitos generificados a partir das relações de poder (FOUCAULT, 1995), busco apresentar neste capítulo o conceito de gênero a partir de uma perspectiva pós-estruturalista. Apresento, assim, a compreensão de gênero para Butler (2004) e Foucault (1995) e como discursivamente os sujeitos são vistos como em constante construção, em um processo que nunca está completo. Adicionalmente, neste capítulo busco demonstrar como os discursos sobre gênero e empreendedorismo ao longo dos anos ainda se configuram como um espaço masculinizado, em uma lógica de comparação e subordinação entre homens e mulheres.

Ao demonstrar o caráter normalizador dos discursos que circulam sobre gênero e empreendedorismo, apresento também as relações de poder e possibilidades de resistência no contexto empreendedor, a partir da teoria *queer* e das mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos que rompem com a lógica heteronormativa de gênero. Argumento, por fim, que mulheres empreendedoras que possuem negócios em ambientes dominados pelo masculino se constituem de uma alternativa para estudos de gênero e empreendedorismo, uma vez que possibilitam a compreensão do tema por meio de suas subjetividades, a partir de atitudes e comportamentos que subvertem as questões normalizadoras. Essa subversão a partir de formas alternativas de pensar o empreendedorismo geram uma tentativa constante de libertação e do governo de si, que podem gerar o que Foucault (1991) chama de práticas de liberdade.

3.1 GÊNERO, PODER E DISCURSO: TORNAR-SE SUJEITO, TORNAR-SE EMPREENDEDOR

“Nem sempre performei minha feminilidade. Não queria que meu corpo fosse tão demarcado pelo gênero. Às vezes estou de menininha, às vezes, de menininho. Hoje isso está mais bem resolvido. É importante para a minha autoestima ocupar o lugar da princesa, da diva. Não vou negar isso. Ouvir que estou bonita ainda é algo que importa. Às vezes,

posto uma foto só para ouvir que sou deusa. Mas, antes de tudo, tenho que mostrar que tenho sentimento, humanidade e discurso". Luedji Luna² (ZACCARO, 2018).

A fala da cantora, compositora e empreendedora Luedji Luna sobre sua feminilidade reforça a lógica binária masculino x feminino, homem x mulher, existente nos discursos que circulam nas mídias tradicionais sobre a identidade de gênero. Essa lógica, sustentada por normas, opera por meio de estereótipos sobre masculinidade e feminilidade, na maioria das vezes relacionados à matriz heterossexual (BUTLER, 2004). Para Butler (2004), essa matriz, que demonstra a heterossexualidade pressuposta nas relações de gênero, é opressora, uma vez que busca criar uma unidade em torno do que é ser mulher e uma estabilidade entre sexo, gênero e desejo. Brewis, Hampton e Linstead (1997) afirmam que o senso individual sobre o que significa ser masculino/feminino é derivado dos discursos contemporâneos, em que os sujeitos ocupam posições nesses discursos. Assim, especialmente no Ocidente, o ser humano tende a enxergar sua sexualidade como algo fixo, biológico, que passa a ser construído ideologicamente de acordo com as diferenças físicas (BREWIS; HAMPTON; LINSTEAD, 1997).

Por sua vez, Butler (2004) ressalta que os indivíduos não nascem homens ou mulheres, assim como para Foucault (1995), os seres humanos não nascem sujeitos e sim, tornam-se a partir das relações de poder. Na visão de Foucault (1979), o poder não possui uma natureza, uma origem, está sempre em constante transformação. Trata-se, então, de algo que não é uma propriedade, e sim uma relação, que emerge quando uma relação social se estabelece (SOUZA, 2014). As pessoas e as instituições não se constituem como fonte do poder, porém são elas que o veiculam em suas diversas formas (FOUCAULT, 1979). Essas formas de poder se aplicam à vida cotidiana, que categoriza o indivíduo, marca-o com a sua própria individualidade, lhe impõe uma lei de verdade que deve ser reconhecida pelos outros e por ele mesmo.

Para Hall (2000), a relação entre os sujeitos e as práticas discursivas para compreender o conceito de identidades deve dar lugar à questão da identificação.

² Luedji Luna é cantora e compositora, nascida em Salvador, Bahia. Lançou seu primeiro disco em 2018, chamado 'Um Corpo no Mundo', por meio de financiamento coletivo, e nele incorporou referências africanas, de músicos angolanos e de Cabo Verde. Luedji é também cofundadora do Palavra Preta, mostra que reúne compositoras e poetas negras de todo o Brasil (OLIVEIRA, 2017, [n.p.]).

Nesse sentido, Foucault (2003) argumenta que o discurso é uma série de elementos que operam no interior do mecanismo geral de poder. Assim, discursivamente os sujeitos são vistos como em constante construção, em um processo que nunca está completo. Tornar-se sujeito, na visão de Hall (2000), implica assumir determinadas posições no discurso, compreendendo que essas posições são sempre construídas a partir de uma falta, do lugar do outro, nunca de forma idêntica. Da mesma forma, Peters (2000), ao explicar o sujeito a partir de uma perspectiva pós-estruturalista, substitui o conceito de sujeito por subjetividade descentrada, fragmentada. Ou seja, o sujeito não possui essência ou origem. Souza, Souza e Silva (2013) ressaltam que o sujeito é constituído e constituidor de sua subjetividade, sendo esta perpassada por discursos e relações de poder, além de imersa em narrativas complexas e instáveis.

Assim, ninguém possui gênero, uma vez que se trata de um processo de fazer e desfazer (BUTLER, 2004). Entretanto, para tornarem-se sujeitos de gênero, os indivíduos precisam se encaixar em categorias identitárias, neste caso, o que significa ser homem ou ser mulher, por exemplo. Gênero, então, provoca uma divisão da humanidade entre masculino ou feminino, de acordo com a configuração dos seus órgãos genitais, como se as características físicas por si só conseguissem representar as diferenças essenciais existentes entre gêneros considerando comportamentos, emoções e atitudes (BUTLER, 1990; BUTLER, 1993; BREWIS; HAMPTON; LINSTED, 1997; SOUZA; BREWIS; RUMENS, 2016).

No campo empreendedor, os discursos contemporâneos que circulam sobre o empreendedorismo têm sido praticamente unânimes ao considerá-lo uma atividade econômica e universalmente positiva e neutra do ponto de vista de gênero (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; MARLOW; MARTINEZ DY, 2018). Posteriormente, os dispositivos de poder que circulam por meio dos discursos passaram a posicionar o homem como idealizador, figura heroica, empreendedor nato (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004; AHL, 2006; ESSERS, 2009; AHL; MARLOW, 2012), enquanto as atitudes de mulheres empreendedoras são percebidas como invisíveis (MIRCHANDANI, 1999), e suas experiências consideradas inadequadas, tendenciosas ou distorcidas (FERBER; NELSON; 2009). Foucault (1979) utiliza o termo dispositivo de poder para apresentar um conjunto heterogêneo que engloba discursos, instituições, decisões, leis, medidas, enunciados científicos, entre outros.

Neste caso, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo, sendo este a rede que se estabelece entre os elementos.

Buttner e Moore (1997) ressaltam que foi a partir dos anos 1980 que estudos sobre empreendedorismo feminino e mulheres como líderes nas organizações começaram a ser abordados. Entretanto, as disciplinas que estudam as organizações, gestão ou economia institucionalizaram que o empreendimento universal e sólido é feito por homens, reproduzindo uma lógica de comparação e subordinação entre homens e mulheres por meio dos discursos sobre quem pode ser o empreendedor (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004).

Para Butler (1993), essa repetição constante das normas cria um efeito de uniformidade, de definição de masculinidade e feminilidade, que produz e desestabiliza a noção de sujeito como um todo, uma vez que ele só se torna inteligível a partir da matriz heterossexual de gênero. O sujeito, então, não está livre ou fora das normas discursivas, mas ele é produzido pela constante repetição dessas normas, o que significa dizer que são as normas que transformam o indivíduo em sujeito (BUTLER, 2004). Portanto, o indivíduo só pode se constituir como sujeito por meio das normas que atuam de forma discursiva, produzindo categorias e identidades por meio do discurso (BUTLER, 1993). Não é o sujeito autônomo e voluntarista que se identifica com algo, mas a repetição das normas que o conduz e obriga a se identificar com a ordem simbólica, para que este possa existir como sujeito (SOUZA, 2017).

Assim, nos discursos que circulam sobre o empreendedorismo, estudos como os de Bruni, Gherardi e Poggio (2004) e Dy, Marlow e Martin (2017) demonstram que a mulher ainda é retratada como uma profissional de menor capacidade, quando comparada ao homem empreendedor, por meio da criação de restrições e estereótipos sobre os espaços que podem ser ocupados por elas e os tipos de empresas que podem liderar. Butler (1993) reforça que essas restrições podem ser sociais, tabus, proibições, ameaças e punições que contribuem para uma reprodução e repetição de normas sobre a identidade de gênero. Entre os argumentos reproduzidos discursivamente a respeito do empreendedorismo estão que ele ainda é a 'melhor solução' para as mulheres que desejam ter uma carreira, de forma a conciliar demandas profissionais e domiciliares (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009), reforçando a performatividade de gênero existente nesses discursos. Esses atos de performatividade são formas autoritárias de discurso: a maioria desses atos se

constituem de declarações que também performam determinadas ações e exercícios de poder (BUTLER, 1993).

A performatividade é um domínio em que as relações de poder atuam como discursos. A visão da performatividade implica que todo discurso possui uma história, que não apenas influencia, mas é influenciado pela contemporaneidade. Essa história descentra a visão de que o sujeito é o único responsável por aquilo que falou (BUTLER, 1993). Assim, os discursos que circulam sobre o empreendedorismo se constituem de uma repetição compulsória de normas subjetivas que são impostas e da qual o sujeito não consegue se livrar de acordo com a sua própria vontade.

Tradicionalmente, os discursos sobre gênero e empreendedorismo ao longo dos anos apresentam-no como um espaço que privilegia o domínio da mentalidade Ocidental masculina, sendo este homem branco, heterossexual e sem deficiência (OGBOR, 2000). Tornar-se sujeito no empreendedorismo, então, significa submeter-se às relações de poder existentes por meio dos discursos, que posicionam o homem como tipo ideal e a mulher como o outro. As mulheres (e em alguns casos, os homens também), então, precisam adequar-se ao que normativamente é visto como o ideal de empreendedor, como demonstram os estudos de Bruni, Gherardi e Poggio (2004), em que empreendedoras italianas são caracterizadas como de 'mãos de ferro', por 'liderarem como homens'.

Adicionalmente, gênero no empreendedorismo ainda é visto como uma questão relacionada apenas a mulheres, não reconhecendo esta identidade como múltipla, em que os indivíduos se posicionam enquanto sujeitos de gênero, de acordo com o contexto e as relações de poder existentes (MARLOW; MARTINEZ DY, 2018). Na visão de Foucault (1995), poder é algo que coloca em jogo relações entre indivíduos ou entre grupos. O autor não busca descrever um paradigma do poder, mas observar a maneira como os diferentes mecanismos de poder funcionam na sociedade, entre os sujeitos, interna e externamente (FOUCAULT, 2003). Como ressalta o filósofo:

Gostaria de saber de que maneira os nossos corpos, nossas condutas do dia a dia, nossos comportamentos sexuais, nosso desejo, nossos discursos científicos e teóricos se ligam a muitos sistemas de poder que são, eles próprios, ligados entre si (FOUCAULT, 2003, p. 258-259).

Relações de poder não devem ser confundidas com relações de comunicação que transmitem uma informação através de uma língua, de um sistema de símbolos ou de qualquer outro meio simbólico. Entretanto, comunicar é sempre uma forma de agir sobre o outro ou os outros. A diferença está nas consequências da produção e da circulação de elementos significantes, que podem perfeitamente ter por objetivo ou por consequências efeitos de poder (DREYFUS; RABINOW, 1995). Assim, os discursos de gênero e empreendedorismo podem gerar efeitos em cascata, sustentados e disseminados de forma normativa pela mídia tradicional, marcados pela dicotomia homens/mulheres, posicionando a mulher empreendedora como algo externo, “o outro” e gênero no empreendedorismo como algo relacionado apenas a empreendedorismo feminino (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004; AHL; MARLOW, 2012; MARLOW; MARTINEZ DY, 2018).

Entretanto, o avanço nos debates sobre gênero e empreendedorismo, especialmente a partir das teorias feministas pós-estruturalistas (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004; AHL, 2006; ESSERS, 2009; MARLOW, 2012; GOMES *et al.*, 2014; DY; MARLOW; MARTIN, 2017), tem demonstrado o aumento no número de pesquisas que compreende sexo e gênero como práticas discursivas que constituem subjetividades por meio de relações de poder e resistência. Foucault (1995) demonstra que uma relação de poder se articula sobre dois elementos que lhe são indispensáveis para ser exatamente uma relação de poder: que ‘o outro’ (aquele sobre o qual ela se exerce) seja inteiramente reconhecido e mantido até o fim como o sujeito da ação; e que se abra diante da relação de poder, todo um campo de respostas, relações, efeitos e invenções possíveis (DREYFUS; RABINOW, 1995). Ou seja, só há relação de poder se houver possibilidade de resistência.

Dessa forma, a perspectiva que adoto nesta pesquisa surge a partir do encorajamento de autoras feministas a desmistificar gênero como algo neutro no empreendedorismo, além de problematizar sobre a existência de discursos normalizadores no contexto empreendedor (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; ESSERS; TEDMANSON, 2014; PULLEN; LEWIS; OZKAZANC-PAN, 2019). A percepção de que gênero no empreendedorismo é visto como algo neutro, posicionando o homem empreendedor como natural, reflete, inclusive, uma compreensão equivocada do que se constitui gênero, reforçando mais uma vez a performatividade. Butler (1993) argumenta que gênero é performativo na medida em

que se constitui do efeito de um regime regulatório de diferenças, que são divididas e hierarquizadas com restrições. Assim, a definição de gênero como masculino ou feminino é um efeito das relações de poder existentes nos discursos que circulam sobre a diferença (BREWIS; HAMPTON E LINSTED, 1997). No contexto do empreendedorismo, isso significa afirmar que características homens e mulheres precisam ter e que comportamentos e atitudes precisam adotar para se tornarem empreendedores, como se masculinidade e feminilidade fossem produtos de uma escolha.

Assim, é importante ressaltar que as diversas interações de gênero impactam as atividades relacionadas ao empreendedorismo, por isso, tornar-se sujeito no contexto empreendedor não implica necessariamente reposicionar a mulher nos discursos que circulam sobre o tema, mas demonstrar os impactos dessas relações que são construídas por meio das repetições das normas nesse contexto (MARLOW; MARTINEZ DY, 2018). Gênero no empreendedorismo deve refletir o reconhecimento desta identidade como socialmente construída, fundamental para a caracterização de todos os sujeitos, sejam eles homens, mulheres (cis e trans), binários ou não-binários. Adicionalmente, Marlow e Martinez Dy (2018) consideram que o debate sobre gênero e empreendedorismo deve evoluir para as diversas articulações de gênero, não restritivas a mulher/feminino ou homem/masculino, mas a como a multiplicidade de formas que permitem tornar o indivíduo sujeito o faz assumir posições nos discursos dentro do contexto empreendedor.

Na visão de Butler (1990; 1993), feminilidade não é o produto de uma escolha, mas a adoção a uma norma, cuja complexa historicidade é indissociável de relações de disciplina, regulação e punição. Assim, se identificar como mulher não significa necessariamente desejar um homem, bem como desejar uma mulher não se constitui de um sinal de masculinidade, o que torna a matriz heterossexual uma lógica imaginária que reflete um padrão a ser seguido (BUTLER, 1993). Neste caso, a construção do discurso empreendedor como uma forma de masculinidade não ocorre apenas por meio de corpos masculinos, mas com o auxílio de imagens que reproduzem o que significa ser masculino de acordo com o 'senso comum': agressividade ao fazer negócios e foco na questão econômica, para citar alguns exemplos (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004; DU GAY, 2004).

O sujeito não é livre para decidir e agir fora das próprias relações de poder e discursos que o constituem como tal (SOUZA, 2017). Conforme ressalta Parker (2001), isso significa que a repetição das compreensões hegemônicas e a resistência a essas reproduções não são produto de uma escolha. Porém, o discurso nunca é um sistema fechado e, mesmo que as relações de poder existentes nos discursos afetem os indivíduos, sempre há possibilidade de resistência (BREWIS; HAMPTON; LINSTED, 1997). As identidades, então, são discursivamente constituídas por processos contínuos, ou seja, movimentos constantes de construção e desconstrução pelos quais as diversas expressões identitárias possíveis constituem-se sem hierarquia entre elas, ou seja, não há uma identidade que atue como base para as demais (SOUZA, 2017).

Assim, a performatividade de gênero não se trata de uma escolha sobre 'qual gênero terei hoje', mas de reiterar e reproduzir normas em que o sujeito se constitui (BUTLER, 1993). Na visão de Butler (1993), todas as identidades operam por meio da exclusão, através da construção discursiva que produz sujeitos abjetos e marginalizados, sujeitos que aparentemente não são inteligíveis por não se enquadrarem nas categorias identitárias 'normais'. Exclusão não significa aqui desconstruir o sujeito para declarar a sua morte, assim como desconstruir a categoria mulher não significa o abandono desta categoria, mas sua resignificação (MARIANO, 2006). Para reconhecer que gênero é um ato performativo e ultrapassar as noções binárias desta identidade, é necessário desafiar a noção de que homens e mulheres possuem gênero (MARLOW; MARTINEZ DY, 2018). Apresento, no próximo tópico, o caráter normalizador sobre identidade de gênero, as relações de poder existentes e suas possibilidades de resistência no empreendedorismo, com a resignificação de empreendedorismo como *entrepreneuring*, a partir da teoria *queer* e das mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino.

3.2 NORMALIZAÇÃO, RESISTÊNCIA E PRÁTICAS DE LIBERDADE: *QUEERING* EMPREENDEDORISMO

As categorias normal e anormal resultam de processos de normalização, sustentados pela lógica da heteronormatividade (BUTLER, 2004; MISKOLCI, 2009).

Trata-se de uma expressão que considera as expectativas, demandas e as obrigações sociais que derivam da heterossexualidade como algo natural na sociedade (COHEN, 1997; CHAMBERS, 2003). A heteronormatividade não deve ser reduzida como significando heterossexualidade, uma vez que vai além, por ser um conjunto de normas que fundamenta processos sociais, regulação e controle; mesmo para aqueles que se relacionam com pessoas do mesmo sexo (BUTLER, 2004). Assim, este conceito não se refere apenas aos sujeitos legítimos e normalizados, mas a uma denominação contemporânea para o dispositivo histórico da sexualidade cujo objetivo é formar todos para serem heterossexuais ou organizarem suas vidas a partir do que é visto como natural dentro da heterossexualidade (MISKOLCI, 2009).

A matriz heteronormativa de gênero se constitui de um conjunto de práticas regulatórias por meio das quais o contexto social determina quais identidades relacionadas a gênero e sexualidade podem ou não podem existir. Esse é o caso de identidades que rompem com essa matriz ou que não seguem a relação determinística que envolve gênero e sexualidade (BUTLER, 1990). Para Butler (1990), trata-se de uma relação política e instituída por leis culturais. Assim, essas leis operam como um regulador para os significados do que significa ser um homem ou ser uma mulher, por exemplo. Entretanto, muitas identidades falham em seguir tais normas de “inteligibilidade”, o que tende a posicionar os indivíduos que assumem essas identidades fora do domínio da normalização (SOUZA; CARRIERI, 2015).

A escrita de Foucault influenciou no desenvolvimento da teoria *queer* (SPARGO, 1999), especialmente os três volumes sobre a História da Sexualidade (FOUCAULT 1985; 1988; 2007), que mostraram como as identidades não se constituem de uma propriedade fixa do indivíduo, mas construídas cultural e socialmente. Na visão do autor, os processos de normalização ocorrem por meio dos chamados dispositivos de poder, grupos heterogêneos que podem incluir discursos, instituições, normas, regras, entre outros (FOUCAULT, 1979). Esses aparatos organizam a vida dos indivíduos, ao direcionar os caminhos específicos que devem ser seguidos, forjar as subjetividades, regular e produzir identidades e membros de categorias discursivas de acordo com os contextos histórico, social e cultural, tais como homem, mulher, transgênero, mãe, pai (RUMENS; SOUZA; BREWIS, 2018). Para Miskolci (2009) os processos de normalização não produzem apenas os chamados outros ou minorias, uma vez que a produção do anormal deve considerar

também o normal. Ou seja, normalidade e anormalidade são construídas conjuntamente e se constituem de uma relação.

As tecnologias normalizadoras possuem uma estrutura quase idêntica. Elas operam estabelecendo uma definição comum de objetivos e procedimentos, que tomam a forma de manifestos e reúnem exemplos de como um domínio bem ordenado de atividade humana deveria ser organizado (DREYFUS; RABINOW; 1995). Na visão de Butler (2004), o processo de normalização ocorre por meio das normas que regem as práticas sociais. A norma governa a inteligibilidade e normaliza os contextos e, mesmo questionar o que está fora da norma implica uma comparação em relação à própria norma (BUTLER; 1990; 2004). Para Foucault (2006), a normalização é uma forma de disciplina e vigilância por meio das relações de poder. O poder, então, é visto como um exercício e o saber como uma norma ou um regulamento, sendo que todo saber circula por meio do discurso (FOUCAULT, 1979; 1998).

Assim, a normalização também pode ser compreendida por meio das estratégias poder-saber, apresentadas por Foucault em sua obra *Ditos & Escritos IV*. Para o autor, todo conhecimento é fruto de relações e condições políticas, que forma tanto o sujeito, como também as positivities e os domínios do saber (FOUCAULT, 2003). Não existe, então, verdade e valores para serem buscados por meio do conhecimento, uma vez que a verdade decorre de uma relação de forças, de uma construção histórica, algo que está em constante mudança (SOUZA *et al*, 2006). Não há saber neutro, todo saber tem sua invenção, sua emergência e sua proveniência em relações de poder. O estudo sobre saber consiste em analisar como as ciências humanas constituíram-se, levando em consideração uma relação entre os saberes, estabelecendo uma rede conceitual que permite seu domínio sobre os demais saberes e não analisando de forma intencional as relações entre os saberes e as estruturas econômicas e políticas (FOUCAULT, 2003).

No contexto empreendedor, a relação poder-saber implica a ideia de que o discurso do empreendedorismo e o conhecimento atuam como um mecanismo para o exercício do poder (OGBOR, 2000). É possível considerar esta relação a partir do conceito de saber dominado de Foucault (1979), que pode ser compreendido de duas

formas: por um lado, os conteúdos históricos que foram sepultados, mascarados em coerências funcionais; por outro, pelas sistematizações formais³.

Ogbor (2000) considera que o sistema idealizado criado pelos indivíduos para os discursos sobre o empreendedorismo, a partir das relações de poder-saber tende a institucionalizar não apenas as pesquisas acadêmicas sobre o tema, mas o dia a dia do empreendedor. Nesse sentido, o uso de termos e expressões para caracterizar o empreendedor constrói uma ideologia que é reproduzida e mantida pelos indivíduos. Assim, os discursos normalizadores que circulam na sociedade a respeito do empreendedorismo tendem a naturalizar que o profissional contemporâneo é uma figura econômica autônoma, inserida em um contexto competitivo, sendo o “eu empreendedor” um indivíduo que precisa ser empresário de si próprio, enxergando a si mesmo como um negócio (DU GAY, 2004; COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Para Rindova, Barry e Ketchen (2009), mesmo que haja variação em alguns princípios do empreendedorismo, explícita ou implicitamente eles demonstram que para se tornar um empreendedor, ter como objetivo o crescimento econômico é fundamental. Adicionalmente, Ogbor (2000) demonstra o uso de constantes metáforas que posicionam o empreendedor como essencialmente masculino, com qualidades acima do normal, reproduzindo o estereótipo do homem branco empreendedor heroico (ESSERS, 2009). Estudos sobre empreendedorismo tendem a corroborar esses discursos, ao apresentar o fenômeno como uma atividade individual, econômica e positiva, em uma eterna tentativa de encontrar o ‘empreendedor ideal’ ou ‘a melhor forma de empreender’ (OGBOR, 2000; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; ESSERS, 2009; NASSIF *et al*, 2010; FERREIRA; PINTO; MIRANDA, 2015; SILVA; PATRUS, 2017).

No Brasil, Oliveira Junior *et al.* (2018) demonstram que, uma vez que o empreendedorismo é algo relativamente novo (começou a ser abordado com mais frequência a partir da década de 1990) e com cenário variado, as pesquisas sobre este fenômeno tendem a replicar os discursos normalizadores a respeito do tema.

³ Foucault chama de saberes dominados uma série de saberes que tinham sido desqualificados como não competentes ou insuficientemente elaborados, saberes hierarquicamente inferiores. Na visão do autor, foi o reaparecimento desses saberes, - o do psiquiatrizado, do doente, do enfermo, do delinquente, chamado de saber das pessoas que não é um saber comum, mas um saber particular, regional, local, incapaz de unanimidade e que só deve sua força à dimensão que opõe a todos aqueles que o circundam – que permitiu a crítica (FOUCAULT, 1979).

Assim, a grande maioria dos estudos ainda tende a abordar o viés econômico existente no empreendedorismo e as características que o indivíduo deve possuir, tais como a alta necessidade de assumir riscos, capacidade de realização, valores e tolerância à ambiguidade (SANTOS; MORAES FILHO, 2014).

Em termos de gênero e empreendedorismo, Gomes *et al.* (2014) ressaltaram que os estudos da década de 1990 também apresentaram resultados sobre homens e mulheres empreendedores, mas ainda com uma tendência em se repetir estereótipos femininos sobre o que significa ser uma mulher empreendedora, em comparação ao homem empreendedor. Bruni, Gherardi e Poggio (2004), por exemplo, usam a expressão “mentalidade empreendedora” para se referir a como os discursos contribuem para construir um padrão de ações e comportamentos que normalizam o tornar-se empreendedor, tais como a necessidade de ser criativo e pensar em uma ideia inovadora ou a facilidade de acesso a investidores e a crédito, para citar alguns exemplos.

Para Butler (2004), a identidade de gênero possui caráter normalizador, uma vez que implica a construção de algum tipo de unidade, e a busca por essa unidade é em si mesma normalizadora e excludente. Gênero, então, é um mecanismo pelo qual as noções de masculino e feminino são produzidas e naturalizadas (BUTLER, 2004). A masculinidade é representada como algo positivo, por meio da existência do pênis, o membro fálico símbolo do *alter ego* e potente. A feminilidade, por outro lado, é representada não pela presença da vagina ou do clitóris, mas pela falta do pênis, ou seja, como impotência (BREWIS; HAMPTON; LINSTEAD, 1997). Para Ogbor (2000), o discurso do empreendedorismo segue o pensamento eurocêntrico, que sustenta dicotomias tradicionais entre homens e mulheres, em que o masculino é celebrado e associado a características positivas, como competição e racionalidade.

Assim, tradicionalmente, pesquisas sobre o empreendedorismo feminino tendem a utilizar o masculino como padrão de comparação (AHL, 2006; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; AHL; MARLOW, 2012; GOMES *et al.*, 2014), sendo sustentadas e reproduzidas na academia, na mídia e junto a outros empreendedores (ESSERS; BENSCHOP; DOOREWAARD, 2010; ACHTENHAGEN; WELTER, 2011; DY; MARLOW; MARTIN, 2017). Essa abordagem, na visão de Calás, Smircich e Bourne (2009) e Ahl e Marlow (2012) contribui para manter a reprodução das normas discursivas a respeito do empreendedorismo, uma vez que continuam sendo feitas as

mesmas perguntas, o que gera as mesmas respostas, não permitindo o avanço no debate sobre o tema.

Para Ogbor (2000), outra consequência da legitimação de discursos dominantes sobre empreendedorismo é o processo de masculinização da mulher empreendedora. Isso ocorre por meio da repetição das normas e comportamentos esperados de um 'bom empreendedor'. Entretanto, Bruni, Gherardi e Poggio (2004) demonstram que, ao assumir comportamentos vistos como masculinos, as mulheres empreendedoras passam a ser novamente posicionadas e comparadas a aspectos ainda associados à masculinidade, desta vez julgadas como 'mãos de ferro' ou 'sem coração'.

Contudo, considerando que as normas de gênero são reproduzidas e que cada reprodução gera uma individualização, toda repetição gera uma possibilidade de alteração de suas repetições (BUTLER, 2004). Assim, uma vez que toda repetição das normas é instável, abre a possibilidade de subversão da matriz de poder com a sua lógica de inteligibilidade. Uma identificação específica, então, traz instabilidades e riscos, o que possibilita dizer que toda relação de poder traz possibilidades de resistência e subversão (GOSS *et al*, 2011; HARDING; FORD; LEE, 2017; SOUZA, 2017).

Na visão de Ashcraft (2005), resistência é algo polissêmico, inconstante e instável. Ela pode se caracterizar em uma recusa em aceitar a identidade normativa ou um senso de si que ameaça reduzir o sujeito a um abjeto, por não conseguir se posicionar em nenhuma categoria identitária e, conseqüentemente, ser incapaz de falar de determinada posição (HARDING *et al.*, 2017). Resistir, para Steyaert (2010), nem sempre será algo agradável, mas é necessário e precisa ser feito no dia a dia, uma vez que o sujeito deseja a sua liberdade.

No contexto organizacional, alguns autores consideram a resistência como uma ação micropolítica, em que devem ser considerados os efeitos em termos de significados, identidades e subjetividades (BASSEL, 2014; DICK, 2015). Ações micropolíticas contribuem para a criação de contradiscursos, que conseqüentemente geram formas alternativas de produzir conhecimento (GÁLVEZ; TIRADO; ALCARAZ, 2018). Assim, atos de resistência podem se constituir de microemancipações. Thomas e Davies (2005) consideram que tais microemancipações não necessariamente

resultam em uma ruptura completa ou mudança radical, mas se tornam efetivas em seus propósitos.

Assim, as resistências não atuam para se tornarem forças hegemônicas, uma vez que não possuem estratégia. Elas atuam desestabilizando o que aparentemente é visto como estável, ou seja, as resistências atuam das mais diversas formas sem se constituírem de uma estratégia para impor sua hegemonia em relação às demais forças (SOUZA, 2014; HARDING *et al.*, 2017). Para Foucault (1995), onde há poder há resistência, ou seja, não se trata de uma relação entre dominantes e dominados. Além disso, resistência não significa contrapoder e nem uma oposição ao poder instituído para ocupar o seu lugar (SOUZA, 2014). Mesmo sem que haja uma estratégia, as resistências permitem uma resignificação das normas, o que faz com que a subversão da identidade aconteça a partir do enfraquecimento da norma, possibilitando a sua rearticulação (BUTLER, 1993). A criação de novos espaços de resistência e subversão das identidades de gênero, a partir da desestabilização dos regimes de poder, pode ser compreendida por meio da teoria *queer*.

De acordo com Alexander (2003), o uso do termo 'teoria *queer*' foi utilizado pela primeira vez como uma provocação. Teresa de Lauretis utilizou a expressão como título de uma conferência voltada para os estudos *gays* e *lésbicos* em fevereiro de 1990, na Universidade da Califórnia. Trata-se de um jogo de palavras com o objetivo de fazer uma crítica aos movimentos assimilacionistas, uma vez que o termo *queer* isoladamente se refere a algo estranho, enquanto teoria se refere a algo fixo, estável (MISKOLCI, 2009). No contexto organizacional, um dos pioneiros para o uso da teoria *queer* foi Martin Parker (2001), ao problematizar sobre o uso desta teoria e suas influências em processos de gestão. Para Rumens, Souza e Brewis (2018), *queer* é um termo polissêmico, podendo ser caracterizado como um substantivo (ao descrever alguém como *queer*); como um adjetivo (ao apresentar políticas como *queer*); ou como um verbo (*queering* gênero, *queering* a gestão, *queering* o empreendedorismo, por exemplo).

Miskolci (2009) explica que a teoria *queer* parte de uma desconfiança com relação aos sujeitos sexuais como estáveis e foca nos processos sociais classificatórios, hierarquizadores, ou seja, nas estratégias sociais normalizadoras dos comportamentos. Trata-se de algo que possui um significado sempre aberto, incompleto e inacabado. Mas, conforme explica Souza (2017), essa abertura e

inacabamento não constituem sua fraqueza, e sim, afirmam sua força e capacidade de resistência ao normal. Tornar algo *queer*, então, significa uma forma de resistência ao normativo, oferecendo alternativas às normas, identidades consideradas estáveis e universais, regimes de normalização e senso comum (ALEXANDER, 2003; PARKER, 2016).

Por meio da teoria *queer*, aspectos identitários tais como sexualidade são considerados socialmente e culturalmente criados, historicamente variáveis e uma questão política ao invés de biologicamente determinado. Ao que não pertence a esfera da natureza e não é produto de uma escolha (BUTLER, 1990). Adicionalmente, Cohen (1997) explica que o ponto focal da teoria *queer* não é somente o foco na construção cultural das identidades, mas a análise sob as quais o poder é assimetricamente atribuído dentro dessas categorias. O autor destaca ainda que as identidades são constantemente construídas e contidas por múltiplas práticas de categorizações e regulações. Entretanto, uma vez que se constituem de uma relação de forças que operam no discurso por meio do poder e da resistência, essas identidades se tornam fluidas, heterogêneas e até mesmo paradoxais (COHEN, 1997).

Seidman (1997) considera que a resistência possível a partir da teoria *queer* permite uma desconstrução, tornando o familiar algo estranho, ao questionar o que é considerado 'normal'. Especificamente, a teoria *queer* não busca substituir proposições e questionamentos, mas tornar o normal permanentemente aberto a questionamentos e contestações (EPSTEIN, 1996). Para a teoria *queer*, o discurso atua de forma normativa, moldando fronteiras e construindo identidades e hierarquias entre as próprias categorias identitárias (SOUZA, 2017). Butler (1990) argumenta, então, que na lógica normativa de gênero, os indivíduos buscam respostas a questionamentos sobre quais expressões de gênero são aceitáveis ou não e tornam o sujeito inteligível. A teoria *queer* não se propõe a buscar uma origem para gênero, uma vez que se trata de uma categoria identitária influenciada por uma série de contextos, instituições, práticas, discursos que possuem múltiplos e difusos pontos de origem (BUTLER, 1990).

Desta forma, Souza (2017) explica que identidades são discursivamente constituídas por processos contínuos e ininterruptos de construção e desconstrução. Isso significa afirmar que não há uma identidade que exista anterior às demais ou que

atue como base para outras identidades. Entretanto, é importante ressaltar que a teoria *queer* não é contrária ao uso de categorias identitárias, mas sugere seu uso a partir de uma crítica constante às operações de exclusão que essas mesmas identidades podem produzir (BUTLER, 1993). Dessa forma, a teoria *queer* busca desenvolver dentro da matriz contemporânea de poder, uma crítica às categorias identitárias construídas a partir da linguagem e dos discursos, que contribuem para naturalizar e imobilizar as posições assumidas pelos indivíduos na sociedade (BUTLER, 1990).

Rumens, Souza e Brewis (2018) apontam o potencial que a teoria *queer* possui ao ir além dos estudos que enfatizam questões relacionadas ao público LGBTQIA+ no ambiente de trabalho. Para os autores, '*queering*', ou seja, o uso do termo *queer* como verbo, ação, processo de fazer e desfazer em outras categorias, tais como *queering* heterossexualidades, evita reduzir a teoria *queer* para apenas uma "[...] teoria feita por *queers* para *queers*", em busca de uma desestabilização e problematização de outros contextos (RUMENS; SOUZA; BREWIS, 2018, p. 5). '*Queering* identidades' e '*queering* empreendedorismo' permitem, então, ir além do contexto individual e econômico sobre o tema, ao buscar a compreensão das relações de poder existentes nos discursos que são construídos no dia a dia e permitem ao sujeito se tornar empreendedor.

No momento em que toma consciência e faz uma autorreflexão sobre as relações de poder existentes nos discursos, o sujeito busca a sua liberdade, por meio da resistência e subversão das identidades (BUTLER, 1993). A perspectiva adotada nesta tese, com base na epistemologia do pós-estruturalismo, considera a compreensão de Foucault sobre possibilidades de resistência, sustentadas por outros autores, tais como Souza, Souza e Silva (2013), Dey e Steyaert (2014) em que as práticas de liberdade só se fazem possíveis a partir de múltiplas contingencialidades, ou seja, não existem práticas de liberdade feitas por apenas um indivíduo, elas se constituem de um ato coletivo (FOUCAULT, 2006).

Assim, o pós-estruturalismo, apesar das diferenças existentes entre seus autores em relação ao uso do termo, considera que não há uma prática de liberdade universal e essencialista, mas plural e de acordo com as particularidades das demandas emancipatórias constituídas pelas contingências históricas (SOUZA; SOUZA; SILVA, 2013). No contexto empreendedor, Rindova, Barry e Ketchen (2009)

demonstram que o desejo de liberdade tem sido um fator de motivação para que os indivíduos exerçam essa atividade. Entretanto, Ogbor (2000) ressalta que, para que isso aconteça, é necessário não apenas examinar até que ponto os estereótipos sobre o empreendedorismo podem ser encontrados nos discursos, mas também ser capazes de enxergar e refletir sobre as ‘verdades evidentes’, em busca de uma liberdade da repressão discursiva. Assim, enxergar o empreendedorismo e seus esforços em prol das práticas de liberdade deve considerar a compreensão dos fatos que levam os indivíduos a romper com o ‘*status quo*’ e mudar sua posição na ordem social em que estão inseridos (RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009).

3.3 INTERSECCIONALIDADE: MARCADORES SOCIAIS, ATRAVESSAMENTOS DISCURSIVOS E SUAS CONSEQUÊNCIAS NO EMPREENDEDORISMO

Embora seja inegável a importância dos movimentos feministas para a luta por igualdade de oportunidades entre homens e mulheres (CALÁS; SMIRCICH, 2006), durante muitos anos as pautas de reivindicação estiveram relacionadas a um padrão de mulher (branca, de classe média) como se essas estivessem relacionadas a todas as mulheres indistintamente. Uma vez que somos atravessados por discursos e que nos tornamos sujeitos a partir de identidades específicas (gênero, raça, classe, sexualidade, por exemplo), os feminismos negros enquanto movimentos sociais surgem como questionamento à categoria mulher como uma unicidade (LORDE, 1984), especificamente com relação à identidade de raça, ao demonstrar as diferenças entre ser vista como uma mulher negra e como uma mulher branca em uma sociedade em que, para além do sexismo, existe o racismo.

Entre as teorias que contribuem para reflexões e problematizações neste campo de debates está a Teoria Interseccional. O conceito de interseccionalidade foi sistematizado inicialmente pela feminista norte-americana Kimberlé Crenshaw em 1989, por meio do artigo “*Desmarginalizando a intersecção de raça e sexo: uma crítica feminista negra da doutrina antidiscriminação, teoria feminista e políticas antirracistas*”. A autora define abordagem interseccional como um conceito que busca a compreensão das consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos de subordinação (CRENSHAW, 2002). Ainda para Crenshaw (2002), trata-

se de uma forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes, entre outras identidades.

Apesar da sistematização da interseccionalidade feita por Creenshaw em 1989 (TEIXEIRA, 2020), Teixeira, de Oliveira, Diniz e Marcondes (2021) ressaltam que a história desta temática atravessa a ação das mulheres negras para politizar as relações de raça, gênero e classe de maneira articulada. Em 1851, durante as convenções pelos direitos das mulheres no Estados Unidos, o questionamento de Sojourner Truth, uma mulher negra escravizada, apontou para a construção de um feminismo universal, generalizado a partir das experiências de mulheres brancas de classes médias e altas (TEIXEIRA; OLIVEIRA; DINIZ; MARCONDES, 2021). Ela dizia:

Aqueles homens ali dizem que as mulheres precisam de ajuda para subir em carruagens e devem ser carregadas para atravessar valas, e que merecem o melhor lugar onde quer que estejam. Ninguém jamais me ajudou a subir em carruagens, ou a saltar em poças de lama...E não sou uma mulher? (TRUTH, 1851)

Para Akotirene (2018), a interseccionalidade permite às feministas criticidade de modo a compreenderem a fluidez das identidades consideradas “subalternas”, impostas a preconceitos, subordinações de gênero, de classe e raça e às opressões estruturantes da matriz colonial moderna da qual saem. Além disso, a autora afirma que “a interseccionalidade não é narrativa teórica de excluídos” (AKOTIRENE, 2018, p. 30), sendo necessário a todos a compreensão sobre como raça, classe e sexualidade se constituem de marcadores sociais que influenciam as vivências de mulheres. As experiências de mulheres negras nos Estados Unidos têm papel fundamental na compreensão e desdobramentos dos conceitos de interseccionalidades. Neste contexto, merecem destaque os estudos de Angela Davis, Patricia Hill Collins, Bell Hooks e Audre Lorde, cada uma com o seu pensamento crítico a partir de diferentes eixos de análise.

Em “*Mulheres, raça e classe*”, Angela Davis, mulher negra, feminista, ativista pelos direitos civis ao lutar no movimento dos Panteras Negras, busca repensar as relações raciais, inserindo as questões de raça ao feminismo (DAVIS, 2016). A autora retrata a dinâmica da exclusão capitalista, a partir do racismo e do sexismo, partindo

da vivência de mulheres no trabalho escravo, para compreender o funcionamento das sociedades marcadas pelo regime escravocrata (SANTOS; OLIVEIRA, 2018). Entre as suas contribuições, Davis (2016) aponta para a importância das intersecções entre feminismo, antirracismo e luta de classes, refletindo sobre as relações de poder existentes na sociedade, bem como as desigualdades originárias do sexismo e do racismo para além do gênero, como efeito das hierarquias raciais e a lógica de inferioridade x superioridade.

Já para Collins e Bilge (2021), a interseccionalidade pode se constituir de ferramenta analítica para pensar estruturas melhores para lidar com os problemas sociais. Em consonância às ideias de Crenshaw, as autoras sugerem o uso da interseccionalidade como ferramenta analítica a partir de três usos, a saber: análises interseccionais de desigualdade social, diferentes dimensões de relações de poder interseccionais e a importância de se examinar as relações de poder interseccionais em um contexto social (COLLINS; BILGE, 2021). Além disso, a epistemologia feminista negra sustentada por Collins (AKOTIRENE, 2018) recrimina argumentos que reforcem uma possível competição entre os mais excluídos e as hierarquias entre eixos de opressão. Racismo, capitalismo e heteropatriarcado devem ser abordados por meio das interseccionalidades, observando os contornos identitários da luta antirracista.

Hooks (2013), por sua vez, apresenta discussões acerca da intelectualidade negra e suas contribuições para a temática do feminismo. As modalidades da crítica de Hooks (1981) centram-se em duas dimensões específicas: a importância da continuidade do feminismo enquanto crítica ao sexismo que atravessa a sociedade e a denúncia do racismo existente no feminismo branco. Um outro eixo importante nos estudos de Hooks (2013) diz respeito ao acesso ao trabalho. Para a autora, o debate de classes foi um tema amplamente discutido no movimento feminista, o que provocou inclusive a separação entre as mulheres antes mesmo do debate racial. Ao levantar estes debates, as feministas negras evidenciaram que para se atingir a sororidade feminista, seria necessário enfrentar também os temas de classe e de raça (Hooks, 2013).

Lorde (1984) se destaca por abordar, além das questões relacionadas a raça, discussões sobre sexualidade, ao falar sobre a perspectiva de uma mulher negra lésbica. Conforme reforça a autora:

Espera-se que negros e pessoas do Terceiro Mundo tenham que educar pessoas brancas sobre a nossa humanidade. Espera-se que as mulheres eduquem os homens. Espera-se que lésbicas e gays eduquem o mundo heterossexual. Os opressores mantêm suas posições e se esquivam da responsabilidade de suas próprias ações. Há um desgaste de energia que poderia ser melhor utilizada na redefinição de nós mesmos e conceber cenários realistas, de forma a alterar o presente e construir o futuro. (LORDE, 1984, p.1).

A autora ressalta que as diferenças existentes entre raça, idade e sexo são “muito reais”, mas não o que nos separa. O que nos separa, segundo Lorde (1984), é a negativa para reconhecer a diferença e as distorções que derivam ao dar nomes falsos tanto a essas diferenças quanto aos efeitos na conduta e nas expectativas humanas.

Outra autora que merece destaque nas discussões relacionadas à Interseccionalidade é Grada Kilomba. Em seu livro “Memórias da Plantação – Episódios de Racismo Cotidiano”, a autora demonstra como gênero, raça, classe e orientação sexual se articulam e operam nas práticas cotidianas, posicionando homens negros como o Outro racial e mulheres negras como Outridade, em uma lógica de invisibilização dessas mulheres nas identidades de gênero e de raça (KILOMBA, 2019). Ao relatar a experiência de três mulheres negras, Kilomba (2019) demonstra como episódios cotidianos reforçam o racismo, o sexismo e a homofobia presentes na sociedade alemã.

No Brasil, o feminismo negro da geração de Sueli Carneiro, embora não se utilize do termo interseccionalidade, sugere pautas antirracistas, antissexistas, em atenção à abordagem feminista de Patricia Hill Collins (AKOTIRENE, 2018). Entre as contribuições do Sul Global para as teorias e práticas interseccionais ao longo do tempo, é fundamental destacar também os pensamentos de Lélia Gonzalez, Beatriz Nascimento, Neusa Santos Souza e Luiza Bairros.

A produção intelectual acadêmica de Gonzalez (1984) se destaca por uma capacidade de diálogo com diversas áreas, demonstrando, por meio das chamadas imagens de controle (mulata, mucama, mãe preta), como a intersecção de gênero e raça na sociedade brasileira produz lugares pré-definidos para mulheres e homens negros. Por meio de seus textos, Gonzalez ressaltou o valor ancestral da pluralidade teórica manifesta na interdisciplinaridade, ética do cuidado e responsabilidade

discursiva (AKOTIRENE, 2018). É da autora também o uso da categoria amefricanidade, que traz à tona uma discussão geopolítica em que, embora mereçam destaque as experiências dos negros e negras norte-americanos na luta antirracista, as experiências da diáspora devem levar em conta as vivências locais, ou seja, as lutas relacionadas ao feminismo negro das mulheres negras brasileiras devem partir das vivências do dia a dia (CARDOSO, 2014).

A trajetória intelectual de Beatriz Nascimento foi precocemente interrompida pelo seu assassinato, ao tentar ajudar uma mulher vítima de violência doméstica (PINN, 2019). Entretanto, a historiadora trouxe como contribuições às perspectivas de interseccionalidade a maneira de pensar sexismo e racismo a partir de quilombos antigos e atuais (RATTZ, 2007). Por sua vez, Souza (1983) demonstra em seu livro “*Tornar-se negro – as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social*”, como o processo de entender-se negra no Brasil perpassa as questões relacionadas à classe. Trata-se de uma das primeiras obras que aborda a produção de subjetividades dos sujeitos negros no Brasil (WESCHENFELDER; FABRIS, 2019). Conforme a autora menciona em seu livro:

[...] nas sociedades de classes multirraciais e racistas como o Brasil, a raça exerce funções simbólicas (valorativas e estratificadoras). A categoria racial possibilita a distribuição dos indivíduos em diferentes posições na estrutura de classe, conforme permaneçam ou estejam mais próximos dos padrões raciais da classe/raça dominante (SOUZA, 1983, p. 24).

Luiza Bairros foi uma autora que dialogou com os pressupostos das feministas negras norte-americanas, ao entrelaçar suas ideias com o ativismo e interação política (AKOTIRENE, 2018). A elaboração de seu pensamento ia ao encontro do que era defendido por Kimberlé Crenshaw, uma vez que na perspectiva de mulheres negras brasileiras a autora julgava necessário:

[...] dar expressão a diferentes formas da experiência de ser negro (vivida através do gênero) e de ser mulher (vivida através da raça), o que torna supérflua discussões a respeito de qual seria a prioridade do movimento de mulheres negras, a luta contra o sexismo ou contra o racismo? Já que as duas dimensões não podem ser separadas. Do ponto de vista da reflexão e da ação políticas, uma não existe sem a outra (BAIRROS, 1995, p. 461).

Adicionalmente, Bairros (2008) denunciou a articulação de racismo-sexismo presente nos discursos masculinistas da comunidade negra, uma vez que, na percepção da autora e ex-ministra da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial do Brasil, mulheres negras sofrem discriminação também por parte dos militantes homens, ao não aprofundar a questão da mulher dentro do Movimento Negro.

Sueli Carneiro é uma das precursoras em pensar a condição da mulher negra no Brasil. Mesmo sem se utilizar do termo interseccionalidade, a autora propõe uma crítica a forma como o movimento feminista é enxergado, ao demonstrar que no contexto de sociedades multirraciais, pluriculturais e racistas, como são as sociedades latino-americanas, o principal eixo articulador é o racismo e seus impactos sobre as relações de gênero, uma vez que este determina a própria hierarquia de gênero na sociedade (CARNEIRO, 2003). Carneiro (2015) reforça também que o passado permanece na história colonial brasileira, mas por meio de novas práticas, em uma organização social que insiste em se afirmar democrática, mas que mantém as relações de gênero hierarquizadas por meio da raça. Assim, a necessidade de enegrecer o feminismo hegemônico de bases brancas e eurocêntricas torna-se fundamental para políticas que visem atender a mulher negra, relacionadas a questões como saúde, alimentação, entre outras dimensões do viver (AKOTIRENE, 2018).

No contexto empreendedor, Romero e Valdez (2016) consideram que estudos enraizados na interseccionalidade contribuem para o reconhecimento de que raça, classe e gênero estão diretamente relacionados a facilidade ou dificuldade de acessos existentes no empreendedorismo. A abordagem interseccional aplicada aos estudos sobre empreendedorismo vai além do retrato unidimensional associado à perspectiva individual e de sucesso financeiro, a partir da compreensão das múltiplas identidades e complexidades sobre o que significa ser empreendedor (IMAS; WILSON; WESTON, 2012). Ao estudar mulheres empreendedoras negras, Knight (2016) identificou a necessidade de compreender o fenômeno do empreendedorismo a partir de seu olhar enquanto um processo e não apenas atributos individuais. A autora demonstrou que *racing, gendering and classing* possui quatro domínios: estrutural, disciplinar, hegemônico e interpessoal (KNIGHT, 2016).

No Brasil, o olhar interseccional no empreendedorismo tende a demonstrar a existência de estruturas de opressão em nível macro e micro social, especialmente no contexto de gênero, raça e classe (ALMEIDA; DIAS; SANTOS, 2021). O empreendedorismo realizado por mulheres negras e periféricas ainda é enxergado como condição de sobrevivência e de inserção social. Os empreendimentos são marcados pela lógica da falta de oportunidades no mercado, que leva ao empreendedorismo como uma das possíveis alternativas ocupacionais (VALE, 2014).

Além disso, as pesquisas sobre empreendedorismo buscam provocar reflexões sobre as características sociais contemporâneas que reforçam a condição normalizadora da sociedade vigente, tais como o fenômeno da “empresarização de si mesmo” (LOPES; COSTA, 2021) e as desigualdades de gênero no local de trabalho (VILELA; HANASHIRO; COSTA, 2020). Apesar disso, Knight (2016) demonstra que, mesmo em condições de adversidade, algumas mulheres conseguem resistir às práticas normalizadoras no empreendedorismo. As possibilidades de resistência podem ocorrer pelo que Foucault (2006) chama de práticas de liberdade, tema abordado a seguir.

3.4 ÉTICA, CUIDAR DE SI E PRÁTICAS DE LIBERDADE: A GOVERNAMENTALIDADE DO SUJEITO

Na visão de Foucault (1983; 2006), o sujeito se constitui por meio de práticas de sujeição ou, de maneira mais independente, por meio de práticas de liberação, de liberdade, a partir de um certo número de regras, de estilos, de convenções que podem ser encontradas no meio cultural. Para o filósofo, a liberdade é uma condição ontológica da ética. Mas a ética é a forma refletida assumida pela liberdade. Ética, então, não deve ser compreendida como uma teoria da moral que busca estabelecer critérios universais para avaliar as ações dos indivíduos, e sim como um conjunto de ações que possibilitam às pessoas se tornarem sujeitos éticos, a partir de suas subjetividades (DEY; STEYAERT, 2014). Foucault (2006) denomina a ética como o cuidado de si e não considera que exista uma forma geral de liberação, uma vez que isso reafirmaria que existe uma essência humana, que foi alienada por mecanismos normalizadores e opressores ao longo da história.

A partir do fato de que o sujeito deve cuidar de si em sua própria vida e de que a reputação que vai deixar é a única questão com a qual é possível se preocupar, Foucault (2006) avalia que o cuidado de si pode estar inteiramente centrado em si mesmo, naquilo que se faz, no lugar que se ocupa entre os outros. Entretanto, o filósofo afirma que a prática do cuidar de si não é um processo isolado de transformação pessoal, uma vez que ocorre a partir do questionamento radical dos discursos que circulam na sociedade, por exemplo, sobre categorias identitárias de gênero e de sexualidade (STEAYERT, 2010). Ou seja, romper com a normalização não se constitui de um ato isolado, e sim, coletivo.

Porém, mesmo que o rompimento não seja algo individual, não se deve fazer passar o cuidado dos outros na frente do cuidado de si; o cuidado de si vem eticamente em primeiro lugar, na medida em que a relação consigo mesmo é ontologicamente primária (FOUCAULT, 2006). Dey e Steyaert (2014) demonstram que a compreensão de Foucault sobre práticas de liberdade leva em consideração o questionamento sobre como os indivíduos podem ser capazes de desestabilizar as relações de poder, por meio da transgressão de suas subjetividades. Ou seja, como os indivíduos se constituem como sujeitos morais de suas próprias ações.

Assim, a ética pode ser compreendida como a história das formas de subjetivação moral e das práticas de si que são destinadas a garanti-la (FOUCAULT, 2006). Por sua vez, o conceito de cuidar de si considera a relação entre poder, liberdade e desejo (STARKEY; HATCHUEL, 2002). Tal conceito considera um interesse maior nas técnicas de si, pelas quais os indivíduos são constituídos e se relacionam por meio de suas relações enquanto sujeitos que se tornaram (por meio do gênero, raça, sexualidade, por exemplo) e suas subjetividades por meio dos discursos (BERARD, 1999). O cuidado de si, então, pode ser compreendido como forma de o sujeito se governar. Isso implica a tentativa constante de se libertar das relações de poder (STEYART, 2010).

Visto de outra forma, uma vez que na lógica do autor não existem modelos prescritivos de como os sujeitos devem se constituir ou qual seria a melhor forma de se viver, a ética é uma expansão das diversas e múltiplas formas de subjetividades possíveis (SOUZA; SOUZA; SILVA, 2013). É válido ressaltar que na visão de Foucault (2006), práticas de liberdade não devem ser confundidas com práticas de liberação. A liberação abre um campo para novas relações de poder, que devem ser controladas

por práticas de liberdade. O autor exemplifica a diferença por meio de processos de colonização, ou seja, quando um povo colonizado procura se liberar de seu colonizador, isso se constitui de uma prática de liberação (FOUCAULT, 2006). Entretanto, essa “[...] prática de liberação não basta para definir as práticas de liberdade que serão em seguida necessárias para que esse povo, essa sociedade e esses indivíduos possam definir para eles mesmos formas aceitáveis e satisfatórias de sua existência” (FOUCAULT, 2006, p. 265).

Dessa forma, só é possível haver relações de poder quando os sujeitos forem livres. Se houver uma relação de dominação entre os sujeitos e um deles se tornar sua coisa, um objeto sobre o qual possa ser exercida violência infinita e ilimitada, não haverá relações de poder, e sim de dominação (FOUCAULT, 2006). Considerando a liberdade como uma prática, o principal interesse de Foucault estava na compreensão de como os indivíduos, por meio do governo de si, subvertem e transgridem as normas, regras e definições que os atravessam e os definem como sujeitos (DEY; STEYAERT, 2014). Neste caso, a liberação se torna a condição política ou história para que haja uma prática de liberdade (FOUCAULT, 2006).

Toda relação de poder para Foucault é ética-política-estética. Ética porque trabalha com a vida, estética porque considera a vida sempre possível de ser recriada, em constante transformação, e política porque trabalha com o coletivo (SOUZA; BREWIS; RUMENS, 2016). Para Butler (1993) liberdade e possibilidades não possuem um status pré-social, mas são sempre negociadas dentro da matriz de poder. O poder só se exerce sobre ‘sujeitos livres’, sujeitos individuais ou coletivos que têm diante de si um campo de possibilidade, onde diversos modos de comportamento podem acontecer (DREYFUS; RABINOW, 1995). Assim, Foucault (1995) afirma que, quando o exercício do poder é definido como um modo de ação sobre as ações dos outros, ou seja, quando ele é caracterizado pelo “governo” dos homens uns pelos outros, um importante elemento passa a ser possível: a liberdade.

Para falar de liberdade, Foucault (1979) utiliza o termo genealogia como um empreendimento para libertar da sujeição os saberes históricos, isto é, torná-los capazes de oposição e de luta contra a coerção de um discurso teórico, unitário, formal e científico. O autor considera que, para se analisar a genealogia do sujeito na civilização Ocidental, é necessário levar em consideração não apenas as técnicas de dominação, como também as técnicas de si. O ponto em comum existente entre essas

duas técnicas é o que Foucault chama de 'governo'. Para o filósofo, governar pessoas não é forçá-las a fazer o que o soberano quer; trata-se de um equilíbrio versátil, com complementaridades e conflitos entre as técnicas que asseguram coerção e os processos de construção e transformação de si mesmo (FOUCAULT, 1991).

Ao ressaltar as relações de poder e a constituição do sujeito por meio das subjetividades, Foucault apresenta o conceito de governamentalidade, em que constituir-se como sujeito que governa implica que tenha se constituído como sujeito que cuida de si (LEMKE, 2001; FOUCAULT, 2006). Governamentalidade é um termo amplamente discutido, não apenas sob o ponto de vista político, mas em abordagens filosóficas, religiosas, médicas e pedagógicas (LEMKE, 2001). Conforme Peters (2000) apresenta, a governamentalidade pode ter três abordagens: a arte do governo de si, relacionada à moral; a arte da propriedade e do governo dos outros, relacionada prioritariamente à economia; e a arte de governar o Estado, diretamente relacionado à política. Lemke (2001) demonstra que Foucault define a governamentalidade como uma conduta, ou mais precisamente, 'a conduta da conduta' que abrange o governo de si mesmo e o governo dos outros. Para Foucault (2006, p. 286), então:

[...] nessa noção de governamentalidade, visto ao conjunto das práticas pelas quais é possível constituir, definir, organizar, instrumentalizar as estratégias que os indivíduos, em sua liberdade, podem ter uns em relação aos outros. São indivíduos livres que tentam controlar, determinar, delimitar a liberdade dos outros e, para fazê-lo, dispõem de certos instrumentos para governar os outros. Isso se fundamenta então na liberdade, na relação de si consigo mesmo e na relação com o outro. A noção de governamentalidade permite, acredito, fazer valer a liberdade do sujeito e a relação com os outros, ou seja, o que constitui a própria matéria da ética.

Com o avanço do liberalismo, governar, para Foucault (1991), se tornou uma arte que envolve relações de poder que circulam por meio da produção de subjetividades. Iniciam-se, então, as discussões sobre a governamentalidade neoliberal, que para Foucault não estão relacionadas a relações de dominação e sim à capacidade dos sujeitos de produção social a partir do governo de si e de uma liberdade que permita ao sujeito ser ajustável e flexível (LEMKE, 2001). Para Dey e Steyaert (2014), a governamentalidade neoliberal possui grande ênfase em indivíduos proativos que participam de questões para melhorar sua própria qualidade de vida e a dos outros. Assim, na visão dos autores, isso pode contribuir para que a

governamentalidade neoliberal seja vista como um processo em que os problemas políticos relacionados, por exemplo, ao desemprego, se transformem em uma questão voltada para o auto engajamento e autogerenciamento do indivíduo (LEMKE, 2001; DEY; STEYAERT, 2014).

No contexto empreendedor, diversos autores ressaltam que a ética ainda fortemente é apresentada de forma superficial, normativa e relacionada exclusivamente a comportamentos e condutas (HANNAFEY, 2003; BUCHHOLZ; ROSENTHAL, 2005; HARRIS; SAPIENZA; BOWIE, 2009; CRESSY; CUMMING; MALLIN, 2012). Entre as características que contribuem para o discurso normalizador estão que o empreendedorismo está relacionado à ‘sociedade boa’ (BRENKERT, 2002) ou às expectativas exageradas sobre o que é ser um empreendedor ético, demonstrando que os indivíduos têm uma percepção errônea e idealizada sobre este tema (BLACKBURN; RAM, 2007). A imagem do empreendedor ético ainda está associada a condutas, sustentada pela lógica de que ele é impecável e nobre em suas ações (GOSS *et al.*, 2011), que o empreendedorismo adotado é social e que, em função dessa característica, é possível que esses profissionais atinjam mudanças significativas e em larga escala na sociedade (CUKIER *et al.*, 2011).

Por outro lado, Jones e Spicer (2009) questionam se dadas às características normalizadoras apresentadas nos discursos que circulam sobre o empreendedorismo, tais como sua abordagem econômica e as relações comerciais que se fazem necessárias para ser um ‘empreendedor de sucesso’, o empreendedorismo pode realmente ser considerado ético. Adicionalmente, Dey e Steayert (2014) demonstram em seus estudos que um dos problemas centrais na abordagem da ética no empreendedorismo diz respeito à associação de que a única possibilidade de existência da ética no contexto empreendedor ocorre por meio do empreendedorismo social. Isso pode contribuir para formar uma interpretação errônea sobre como os sujeitos se tornam éticos no empreendedorismo, naturalizando a ética como uma propriedade dos indivíduos, algo que eles têm ou não (DEY, 2007; DEY; STEYAERT, 2014).

Dey e Steyaert (2014) sugerem compreender a ética a partir das práticas de liberdade e do cuidar de si, pelo qual empreendedores buscam moldar suas subjetividades e as relações com os outros, de forma a transgredir, mesmo que temporariamente, tentativas dos discursos normalizadores de determinar quem são e

como devem viver. Assim, ao adotar o conceito de ética para Foucault (2006), é possível demonstrar como empreendedores se engajam em ações que contribuam para microemancipações, chamadas pelo autor de práticas de liberdade, por meio das possibilidades de resistência que criam, ao buscar subverter e ir além dos limites discursivos e institucionais que demandam como devem agir e pensar no dia a dia (DEY; STEYAERT, 2014).

Foucault considera a exploração de novas possibilidades por meio da ética como 'artes de existência'. O filósofo explica que elas devem ser entendidas como práticas racionais e voluntárias pelas quais os indivíduos não apenas determinam para si mesmos regras de conduta, mas buscam transformar-se, modificar-se em seu ser singular (FOUCAULT, 2006). Uma vez que os indivíduos nunca estão além do poder, ou seja, ninguém detém o poder, ele se constitui a partir de relações que permeiam as relações humanas e que essas relações de poder possibilitam formas de resistência, as 'artes de existência' descritas por Foucault contribuem para uma transgressão (FOUCAULT; FAUBION; HURLEY, 1998). O autor considera que é por meio das transgressões que os sujeitos criam suas próprias liberdades.

Ao buscar a compreensão dos processos discursivos a partir das suas subjetividades, o empreendedorismo em si pode ser considerado uma forma de resistência, a partir da produção de formas identitárias alternativas (DEY; TEASDALE, 2013). Rindova, Barry e Ketchen (2009) vão além e apresentam o empreendedorismo não mais como uma atividade, mas como um processo de fazer e desfazer, algo construído a partir das ações do dia a dia. Os autores utilizam o termo *entrepreneuring* para se referir aos esforços e busca constante por um empreendedorismo em que os sujeitos atuem em uma nova ordem econômica, social, institucional e cultural, a partir de ações de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos (WEBB *et al*, 2009).

Enxergar o potencial de liberdade dos discursos sobre o empreendedorismo permite a compreensão dos fatores que levam indivíduos a romper com o padrão em busca de uma mudança na ordem social em que se encontram. Entretanto, para (re)conhecer as possibilidades de resistência e, conseqüentemente, as práticas de liberdade no empreendedorismo, é importante fazer um resgate dos discursos que circulam sobre o empreendedorismo no tempo e no espaço, a partir de perspectivas econômicas, sociais e críticas sobre o tema.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

“Durante toda a minha infância e adolescência, ouvi histórias sobre a minha família, contadas por elas, mulheres que se tornaram referência. Nunca ouvi histórias sobre a minha descendência na escola, mas todos os dias, em casa, eu me reconhecia por meio de mulheres que me criaram: a engraçada, a gentil, a forte. E foi aí que criei a primeira super-heroína lésbica e latina: America Chavez. As pessoas ficaram tão empolgadas, porque finalmente alguém contou uma história sobre uma pessoa com a qual podiam compartilhar suas identidades. Uma mulher latina, diferente, que erra e acerta, em alguns momentos forte, em outros fraca. Uma heroína que busca ser múltipla, cuida dos outros, mas não se esquece de cuidar de si mesma. E as pessoas amaram conhecer e se reconhecer nas histórias de America, por meio de narrativas construídas a várias mãos”.

(Gabby Rivera, escritora latina *queer* descendente⁴ de porto-riquenhos).

O trecho retirado da fala de Gabby Rivera durante Tedx em que apresentou sua personagem de quadrinhos demonstra a necessidade de que narrativas sejam construídas sob diferentes pontos de vista, especialmente por meio de indivíduos que se reconheçam e demonstrem a relação que possuem com o tema. Grey e Sinclair (2006) ressaltam a importância de se posicionar e apresentar o lugar de fala no desenvolvimento de estudos críticos. Por isso, entendo que assumir o meu posicionamento reflexivo enquanto pesquisadora me permite avaliar como contar, para quem contar e de que forma contar histórias que contribuirão para a (des)construção das identidades estudadas nesta tese. Falo sob uma perspectiva de aliada, mulher branca, heterossexual, cisgênero, mas cujos caminhos se entrecruzam com as participantes em alguns momentos, seja pelas barreiras de gênero, pela maternidade ou pelas dificuldades em equilibrar trabalho, estudo e vida pessoal. Assim, durante este percurso metodológico, apresento o processo para definição, justificativa e contato com as mulheres empreendedoras, como se deu a etapa de produção dos dados, as mudanças de percurso metodológico em função da pandemia

⁴ Gabby Rivera é escritora de quadrinhos do grupo Marvel Comics. Ao criar “America Chavez”, a autora, que se afirma como *queer*, criou uma nova super heroína, com força e destreza suficientes para abrir portais em outra dimensão, ao mesmo tempo sendo vista também por seu lado gentil. A construção de America Chavez foi apresentada durante Tedx realizado em novembro de 2018, intitulado *The story of Marvel’s first queer Latina superhero* (A história da primeira super heroína *queer* e latina da Marvel).

do COVID-19 e a condução de entrevistas com roteiro semiestruturado. Por fim, abordo o tratamento dos dados e a análise do discurso a partir da perspectiva Foucaultiana.

4.1 DEFINIÇÃO DAS SUJEITAS DE PESQUISA: AS MULHERES EMPREENDEDORAS QUE POSSUEM EMPREENDIMENTOS EM SEGMENTOS DE MERCADO DOMINADOS PELO MASCULINO

O primeiro passo foi a definição das sujeitas de pesquisa, a partir de uma perspectiva *queer*. Souza, Brewis e Rumens (2016) reforçam que pesquisas sobre homens ou mulheres com a abordagem da teoria *queer* devem considerar, em termos metodológicos, a identificação de homens e mulheres por meio de como essas categorias de gênero são identificadas, definidas, performadas e reproduzidas de acordo com o tempo e a realidade onde os estudos foram realizados. Assim, nesta tese, a categorização de mulher deve ser compreendida como relacionada a quem se identificar como tal, independente de questões únicas e exclusivamente biológicas e de sexo (exemplo: transgêneros e *drag queens* que se identificam como mulheres são sujeitas de pesquisa).

O primeiro contato foi realizado nos meses de novembro de dezembro de 2019, por e-mail a uma rede de empreendedorismo feminino nacional chamada Rede Mulher Empreendedora (RME)⁵. Na troca de mensagens foi explicado o propósito da pesquisa, o perfil das empresas e das participantes e solicitado contato ou sugestões de empreendimentos que se configurassem neste perfil. Em função de sigilo de dados e segurança da informação, a instituição optou por não repassar as informações solicitadas, entretanto sugeriu buscar em seu site e redes sociais organizações de empreendedoras que se afirmassem ligadas ao RME.

Assim, após buscas em *sites*, *Instagram*, páginas no *Facebook* e contato com demais pesquisadores sobre gênero e empreendedorismo, chegou-se ao Instituto das

⁵ A Rede Mulher Empreendedora (RME), criada em 2010, é a maior plataforma de apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil, com o objetivo de empoderar empreendedoras economicamente, garantindo independência financeira e de decisão sobre seus negócios. Conta atualmente com um grupo de mais de 57 mil membros no Facebook, além de realizar palestras, encontros presenciais e virtuais por meio de 100 embaixadoras e 50 influenciadoras. (RME, 2022, [n.p.]).

Pretas, instituição que também faz parte da RME. Fundado em 2015, na cidade de Vitória, Espírito Santo, o Instituto das Pretas funciona como um laboratório de inovação e tecnologia social, formado por corpos pretos, periféricos e movimentos pluriversais de olhares e soluções transformadores que são trabalhados em duas frentes: Escritório de Projetos e Projetos Institucionais (CARNEIRO; GOMES, 2018). Para isso, desenvolve ações nos temas de combate ao racismo, saúde sexual, reprodutiva e direitos reprodutivos da mulher negra, economia criativa, arte e cultura, acelerações e formações, atenção à violência de gênero com recorte-racial e empreendedorismo (INSTITUTO DAS PRETAS, 2019).

Uma vez que esta tese busca compreender como os discursos relacionados ao *entrepreneurship* de empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino e homens podem gerar possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade de gênero, identifiquei que, mesmo o Instituto das Pretas se constituindo de empreendedorismo social, as mulheres impactadas por essas ações poderiam se constituir de participantes da pesquisa. Apesar de terem realizado ações para mais de 500 mulheres ao longo de sua fundação, foi possível perceber que nem todas puderam ser definidas como mulheres empreendedoras que empreendem em segmentos dominados pelo masculino e homens. Assim, optei por conversar com as empreendedoras que de alguma forma tenham se envolvido em iniciativas do Instituto, desde que atendidos este critério relacionado ao tipo de empreendimento que possuem.

Na visão de Bauer e Gaskell (2017), os pesquisadores qualitativos enfrentam o paradoxo do *corpus* teórico. Ao estudar as multiplicidades nos temas, opiniões, atitudes, estereótipos, comportamentos e práticas da vida social, há a dificuldade de se obter uma amostragem de acordo com um racional de representatividade. Uma das soluções para resolver esse paradoxo é recorrer ao tempo. Em outras palavras, os autores concebem o *corpus* como um sistema que cresce e sugerem que os assuntos sejam coletados de um ponto de vista em comum. Assim, mesmo que essas mulheres tenham empreendimentos e histórias de vida distintas, todas de alguma forma assumiram posições e foram atravessadas pelos discursos sobre o que significa empreender, uma vez que fazem parte do Instituto das Pretas, seguindo a lógica da temporalidade.

Isso permite inferir que, em algum momento de suas experiências no empreendedorismo, durante o período de realização das entrevistas, as participantes tiveram acesso a mensagens advindas da mesma fonte de informação. Além disso, os empreendimentos geridos por essas mulheres também se constituem de empreendedorismo crítico, uma vez que não buscam mudar a “verdade”, mas romper com padrões heteronormativos de gênero por meio da escolha do seguimento de atuação, buscando questionar o que está sendo reproduzido, perpetuado sobre o empreendedorismo, a partir de um olhar não hegemônico (VERDUYN; DEY; TEDMANSON, 2017).

Brown (2020) compara o processo de construção de uma pesquisa qualitativa a trabalhar com cerâmica, ou seja, os resultados dependem não só de uma técnica adequada, mas de uma combinação entre as sensibilidades de pesquisadora e pesquisadas, para promover uma autorreflexão, de forma a avaliar a possibilidade de se libertar das restrições normativas previamente estabelecidas e as ideologias que se constroem a partir dessas normas (BELL; WILMOTT, 2020; BROWN, 2020). Cunliffe (2011) demonstra que o pluralismo metodológico e as múltiplas abordagens de pesquisa são essenciais porque oferecem diferentes compreensões sobre o fenômeno pesquisado, o que não necessariamente significa que uma precisa ser melhor do que a outra.

Por meio da teoria *queer*, a escolha e convite à participação da pesquisa para essas mulheres empreendedoras considerou uma perspectiva antifundacionista, ou seja, o entendimento de que o conhecimento é contextual e co-construído (McDONALD, 2017). Adicionalmente, adotar tal premissa permite alterar a forma como a categoria identitária de gênero é definida e reproduzida. Conforme explica Epstein (1996), mesmo que exista a categoria “mulher” na pesquisa, não é possível inferir que uma mulher lésbica irá compartilhar da mesma experiência ou até mesmo interesses de gênero similares a uma mulher heterossexual. O mesmo vale para aspectos relacionados à raça, mulheres brancas e negras possuem vivências diferentes, não devendo haver generalização destas categorias. Daí a importância de se compreender o fenômeno do empreendedorismo a partir do *entrepreneurship* e a constituição das identidades dessas mulheres por meio de suas subjetividades (SOUZA, BREWIS, RUMENS, 2016).

Conforme abordado no capítulo 2 desta tese, para serem consideradas participantes da pesquisa, era necessário que seus empreendimentos questionassem o que normativamente é visto como o empreender feminino (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004). Estudos como os de Kantor (2002) e Hanson (2009) reconhecem que nem todas as mulheres buscam no empreendedorismo uma forma de contestar gênero. Entretanto, no caso das mulheres empreendedoras que possuem negócios em ambientes dominados pelo masculino, o tipo de empreendimento escolhido ou a forma como se ingressa no empreendedorismo pode assumir um caráter de contestação, por se tratar de uma atividade tradicionalmente associada ao masculino e homens. O envolvimento na empresa implica, então, desafiar as identidades tradicionais de gênero (HANSON, 2009).

Nesta pesquisa, optei por seguir os critérios identificados nos estudos de Bruni, Gherardi e Poggio (2004), que se utilizam do neologismo “mentalidade do empreendedor” para demonstrar como os discursos contribuem para criar um sistema de pensamento que “aprisiona” mulheres a partir de um padrão pré-estabelecido do que significa empreender. Foi critério de definição que a participante empreendesse ou tivesse negócios em atividades tradicionalmente exercidas por homens, tais como segmentos de construção civil, finanças, tecnologias, ou empreendimentos tais como barbearias, oficinas mecânicas, para citar alguns. Importante ressaltar, também, a necessidade de essas mulheres possuísem conta na mídia social *Instagram* e que suas empresas tivessem, no mínimo, um ano de atuação, em função de maior riqueza de relatos sobre barreiras, experiências e a concepção e administração do próprio negócio. Os detalhes sobre a produção dos dados, os contatos iniciais para o acesso às empreendedoras e a mudança no percurso metodológico são apresentados no tópico a seguir.

4.2 A PRODUÇÃO DOS DADOS: ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS E A ADEQUAÇÃO DOS CAMINHOS METODOLÓGICOS

Uma vez que o objetivo desta tese foi de compreender como os discursos relacionados ao *entrepreneurship* de empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino e por homens podem gerar

possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade de gênero, realizei uma pesquisa de abordagem qualitativa. Uso a expressão produção dos dados em detrimento de coleta, para reforçar que os dados da pesquisa foram gerados durante o processo de pesquisa e não como algo pré-existente, aguardando para serem “capturados” (RIACH, RUMENS, TYLER, 2016). Inicialmente, a produção de dados ocorreria por meio de entrevistas semiestruturadas, pesquisa documental e etnografia. Entretanto, em função dos desdobramentos que ocorreram no mundo e no Brasil em função da COVID-19 nos anos de 2020 e 2021, não foi possível seguir com a abordagem etnográfica. Assim, realizei a etapa de entrevistas semiestruturadas de forma remota e a pesquisa documental por meio da rede social *Instagram*⁶.

Bansal e Corley (2011) argumentam que a pesquisa qualitativa possibilita uma proximidade entre o leitor e o fenômeno estudado, além de propor argumentos que possibilitem uma reflexão sobre o objeto de estudo, seja ele a organização, gestão ou sociedade. Gartner (2004), por sua vez, considera que o desenvolvimento de um olhar crítico ocorre a partir de uma variedade maior de fontes de informação, tais como autobiografias, artigos de jornais e revistas, entrevistas, entre outras. Além disso, Alvesson e Sandberg (2011) consideram que uma pesquisa qualitativa de alta qualidade, com pluralidade de métodos, permite ao pesquisador articular as motivações não apenas por uma revisão de literatura para preencher um espaço vazio, mas também demonstrando a importância da condução deste método.

Dessa forma, optei pelas abordagens de narrativa e pesquisa documental na rede social *Instagram*. Para Flick (2007), pesquisas qualitativas permitem identificar como os sujeitos constroem o mundo ao seu redor, como impactam e são impactados por fatores externos. Assim, trata-se de uma abordagem adequada para estudos nas ciências sociais aplicadas, uma vez que possibilitam compreender, descrever e explicar fenômenos sociais, a partir da análise de experiências de indivíduos ou de grupos (FLICK, 2007).

O primeiro contato ocorreu com a CEO do Instituto das Pretas por meio de e-mail institucional e mensagem no *Linkedin*. Me apresentei como pesquisadora, expliquei os objetivos da pesquisa, efetuei a solicitação formal de participação das

⁶ A análise documental permitiu uma identificação do perfil do empreendimento e da empreendedora, para auxiliar na definição da categoria mulher empreendedora que rompe com a lógica heteronormativa de gênero e posterior convite à participação da pesquisa. Entretanto, não serão apresentados trechos, imagens ou fotos para evitar a identificação das entrevistadas.

mulheres empreendedoras e informei de que forma o convite seria feito. O retorno ocorreu em março de 2020, com o esclarecimento de que o contato precisaria ocorrer depois, uma vez que o escritório estava fechado em função da COVID-19 e as restrições de circulação impostas pelos governos estaduais (CORONAVÍRUS, 2020, [s.p.]).

O fechamento do escritório foi um dos desafios enfrentados não apenas pelas integrantes do Instituto das Pretas, como por mim enquanto pesquisadora, o que Raile *et al* (2020) chamaram de fardos da COVID-19. Para os pesquisadores, as mudanças em casa e na vida profissional afetaram desproporcionalmente as mulheres, devido à natureza imposta pela sociedade relacionada às pressões de gênero (RAILE *et al*, 2020).

Em abril de 2020, uma nova conversa foi realizada, desta vez por meio de videoconferência, em que houve a aprovação formal para definição e contato com as participantes da pesquisa, desde que cumpridos dois critérios. O primeiro que o contato fosse feito diretamente com as mulheres identificadas como participantes da pesquisa e que elas aceitassem participar. E o segundo que fosse dada uma devolutiva às participantes com suas transcrições. As duas solicitações foram atendidas. Vinte e duas participantes foram identificadas como mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino/homens e convidadas a participar da pesquisa.

Dessas, 14 aceitaram participar da pesquisa, três recusaram e as demais não responderam ou não conseguiram adequar suas agendas à participação. Mesmo com a participação de 14 empreendedoras, pode-se dizer que a saturação teórica foi atingida, vez que após releituras das transcrições para análise dos dados e processos de codificação, não foram observadas novas informações ou novos temas (GUEST; BUNCE; JOHNSON, 2006; BOWEN, 2008). Entretanto, é válido ressaltar que, de forma complementar, para Gaskell (2008), a real finalidade da pesquisa qualitativa não está relacionada a contar opiniões ou pessoas, mas a explorar o espectro e significado dessas opiniões, as diferentes representações sobre o assunto que se deseja tratar. O principal interesse dos pesquisadores qualitativos é na tipificação da variedade de representações das pessoas em seu mundo vivencial (BAUER; GASKELL, 2017).

4.2.1 As fontes orais, construção do roteiro de pesquisa e entrevistas

Segundo Creswell (2010) existem cinco possibilidades de procedimentos qualitativos, que incluem estudo de caso, narrativa, fenomenologia, etnografia e teoria fundamentada. Na primeira etapa da produção de dados optei pela narrativa, por meio de entrevistas semiestruturadas. A escolha pela entrevista semiestruturada ocorreu por se tratar de uma ferramenta capaz de oferecer ao entrevistador uma melhor compreensão e captura da perspectiva dos entrevistados, ao contrário de outros métodos de entrevistas, nas quais os entrevistados falam livremente sobre um tópico específico, o que pode resultar em um acúmulo de dados, dificultando o processo de análise por não oferecer uma visão clara da perspectiva do entrevistado (ROESCH, 2005).

Os roteiros de entrevista foram desenvolvidos para cumprir os objetivos específicos e, conseqüentemente, o objetivo geral desta pesquisa de compreender como os discursos relacionados ao *entrepreneurship* de empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados pelo masculino podem gerar possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade de gênero. O roteiro foi construído considerando a realidade de quem é empreendedora em ambiente dominado pelo masculino e por homens. Assim, foi possível identificar características associadas às subjetividades das mulheres empreendedoras e aos Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo, mais especificamente sobre o *entrepreneurship*. O roteiro compreende cerca de 40 perguntas, estruturadas em seis blocos (APÊNDICE A).

O primeiro bloco se destina a obter informações sob os aspectos pessoais de cada entrevistada, bem como sua relação com o empreendedorismo. Neste bloco de contextualização, pedi que a participante me informasse idade, como se identifica em termos de gênero e raça, há quanto tempo é empreendedora e ramo de atividade no empreendedorismo. O segundo bloco está diretamente relacionado à identidade de gênero e identidade empreendedora, além das intersecções que atravessam essas mulheres por meio dos marcadores sociais de raça, classe e sexualidade. Aqui são analisados alguns aspectos relacionados à percepção das entrevistadas sobre o que significa ser um homem ou uma mulher no empreendedorismo, como, na visão dela,

a sociedade enxerga o que é ser um empreendedor ou uma empreendedora e quais características ela utilizaria para se descrever como empreendedora.

No terceiro bloco, busco discutir as subjetividades do empreendedorismo a partir da lógica do *entrepreneuring*, algo contínuo, processual, moldado pelas relações do dia a dia. Questionei as motivações, escolhas de segmento de atuação no empreendedorismo, vantagens e desvantagens em empreender no segmento escolhido. Dessa forma, as perguntas deste bloco buscaram compreender as nuances existentes no dia a dia do empreender e quais as possíveis alternativas de compreensão dos discursos sobre o empreendedorismo. Já no quarto bloco, abordo questionamentos tais como os desafios que as participantes enfrentam no dia a dia como empreendedoras, possíveis barreiras e estranhamentos existentes por elas serem mulheres empreendedoras e possíveis estratégias adotadas junto aos demais profissionais com quem precisam se relacionar em função de sua atuação empreendedora. Neste bloco, busco compreender a existência de relações de poder e quais as possibilidades de resistência existentes.

No quinto e penúltimo bloco, as perguntas visam trazer à tona questões relacionadas a comportamentos esperados, expectativas criadas pela sociedade sobre como gerenciar o empreendimento, ideias iniciais sobre empreendedorismo e processos de empreender, bem como um breve relato sobre o dia a dia empreendedor. Neste bloco busquei analisar as possíveis ressignificações à luz do empreendedorismo crítico, a partir do olhar de empreendedoras que assumem posições tidas como não-hegemônicas. Por fim, questiono a percepção das participantes sobre como o empreendedorismo impacta não só a sua realidade, como a realidade de quem está ao redor. Neste bloco, o objetivo é avaliar se há e quais são as possíveis ações que se constituem de práticas de liberdade.

A realização das entrevistas ocorreu durante os meses de setembro, outubro e novembro de 2020. É válido ressaltar que a dificuldade de acesso e condução das entrevistas com as participantes vai ao encontro aos estudos de Wenham, Smith e Morgan (2020), que abordam os impactos negativos da COVID-19 para as mulheres, em que o desequilíbrio entre trabalho, vida pessoal e atividades domésticas se fez ainda mais desafiador. Essa situação ocorreu tanto por parte participantes da pesquisa como de minha parte enquanto pesquisadora.

O contato com as participantes foi feito por meio de mensagens via aplicativo de celular e mensagens via *direct* da rede social *Instagram*. Em todos os contatos, foi feita uma breve saudação, convite à participação da pesquisa e esclarecimento de dúvidas e informações adicionais a todas que tivessem interesse. As entrevistas foram realizadas por telefone ou videoconferência, gravadas com autorização prévia das participantes. Todas receberam o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) de duas formas (APÊNDICE B). O primeiro em formato PDF assinado pela pesquisadora, mas sem assinatura da entrevistada, e o segundo em formulário eletrônico via *Google Forms*, em que as participantes respondiam de forma voluntária e *online* que haviam recebido uma cópia da transcrição da pesquisa e de que estavam de acordo com a utilização das informações para fins acadêmicos por parte da pesquisadora. Posteriormente, as entrevistas foram tratadas com a ajuda do *software* qualitativo de análise de dados MAXQDA. A duração das entrevistas variou de 30 minutos a 1h30, totalizando mais de 12 horas de dados gravados. O perfil das participantes pode ser identificado na tabela 1, a seguir.

Tabela 1 - Perfil das participantes

(continua)

Nome	Gênero/Raça	Orientação Sexual	Idade	Ramo no Empreendedorismo	Tempo de Empreendedorismo ⁷	Duração da entrevista
Alzira	Mulher negra	Heterossexual	33	Oficina Mecânica	14 anos	01:01:53
Ana Maria	Mulher negra	Heterossexual	30	Educação e Tecnologia	4 anos	00:39:55
Carolina	Mulher negra	Heterossexual	49	Educação e Tecnologia	5 anos	00:33:36
Cidinha	Mulher negra	Lésbica	40	Vinhos e bebidas finas	4 anos	01:06:42
Cristiane	Mulher negra	Heterossexual	20	Bodypiercing	3 anos	00:41:39
Conceição ⁸	Mulher parda	Lésbica	30	Hamburgueria Gourmet	3 anos	00:56:28

⁷ É válido ressaltar que o tempo no empreendedorismo retratado na Tabela 1 se refere ao período em que as empresas das empreendedoras foram criadas, o que não reflete necessariamente o tempo em que se descobriram empreendedoras. Tal explicação se faz relevante, uma vez que, em resposta à questão: “há quanto tempo é empreendedora?”, muitas responderam que no momento em que compreenderam o que significa empreender, se consideram empreendedoras desde crianças, o que reforça a necessidade de compreensão do tema diante de suas complexidades e ressignificações (IMAS *et al.*, 2012). Essas ressignificações e subjetividades do empreender serão abordadas no capítulo 5, quando apresento os resultados relacionados à identidade de gênero e identidade empreendedora.

⁸ Em termos identitários, uma das participantes se identificou como “mulher parda”. Optei por manter o termo “parda” e não alterar por “mulher negra”. Conforme argumenta Butler (2001), no processo de construção social do sujeito, o tornar-se é dependente não apenas da existência de si e do outro, mas do reconhecimento por meio de um conjunto de normas que regem a sociedade. Para Souza (2019), ser negro não é uma condição dada, é um vir a ser e tomar consciência do processo ideológico que, por meio de um discurso sobre quem ou o que significa ser negro, provoca aprisionamento em uma imagem na qual ser reconhece. Assim, o tornar-se sujeito por meio do gênero ou da raça é um processo contínuo e diferente para cada indivíduo (BUTLER, 2001).

Tabela 1 - Perfil das participantes

(conclusão)

Nome	Gênero/Raça	Orientação Sexual	Idade	Ramo no Empreendedorismo	Tempo de Empreendedorismo	Duração da entrevista
Elizandra	Mulher negra	Lésbica	21	Design e venda de camisetas periféricas	6 anos	00:30:01
Esmeralda	Mulher negra	Lésbica	29	Design e venda de camisetas periféricas	6 anos	00:35:43
Geni	Mulher negra	Heterossexual	31	Finanças	2 anos	00:49:52
Jarid	Mulher negra	Heterossexual	36	Ecoquímica	7 anos	01:24:23
Sônia	Mulher indígena	Lésbica	18	Barbearia	2 anos	00:34:17
Lia	Mulher negra	Lésbica	40	Construção Civil	7 anos	00:40:21
Lélia	Mulher negra	Heterossexual	28	Finanças	3 anos	01:19:00
Mel	Mulher negra	Heterossexual	30	DJ	10 anos	01:29:06

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Todos os nomes sugeridos para as entrevistadas são fictícios de forma a proteger e reforçar que se trata de uma pesquisa anônima em que as mulheres não têm a necessidade de se identificar. Os nomes escolhidos são referências a mulheres que contribuíram e contribuem até os dias de hoje com a literatura do Brasil. São elas: Alzira Rufino, Ana Maria Gonçalves, Carolina Maria de Jesus, Cidinha da Silva, Cristiane Sobral, Conceição Evaristo, Elizandra Souza, Esmeralda Ribeiro, Geni Guimarães, Jarid Arraes, Lia Vieira, Lélia Gonzalez e Mel Duarte. A única exceção, o nome Sônia foi utilizado para identificar a mulher indígena do grupo, uma homenagem à Sonia Guajajara, coordenadora executiva da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil.

Pela ótica da teoria *queer*, ainda na produção de dados, foram feitas questões iniciais para que as participantes pudessem se apresentar, com uma abordagem diferente. Por exemplo, ao invés de considerar como algo fixo ser mulher empreendedora, foram feitas perguntas prévias, tais como ‘me diga por favor o que significa para você ser mulher/ me diga por favor o que significa para você ser feminina. E o que significa ser homem? Ser masculino?’ Outras questões levaram em consideração a identificação dessas mulheres em termos de gênero e sobre o que representa ser uma mulher empreendedora ou um homem empreendedor. Ozturk e Rumens (2015) sugerem que *queering* um roteiro de entrevistas implica tornar *queer* o processo de condução das entrevistas como um todo, ou seja, em que

entrevistadores e entrevistados participem, decentralizando a ótica tradicional e binária entre pesquisador/pesquisado.

Esse processo ocorreu em alguns momentos das entrevistas, uma vez que as trajetórias e subjetividades entre pesquisadora e participantes são distintas e marcadas por recortes diferentes relacionados a raça e em alguns casos classe e orientação sexual. Um dos exemplos de quebra da lógica binária entre pesquisadora e pesquisada ocorreu ao realizar a entrevista com uma empreendedora do ramo musical. Em determinado momento do roteiro, mais do que responder às questões, a entrevistada começou a refletir sobre o que representavam as perguntas tanto no contexto empreendedor quanto no contexto de gênero e raça. Tal reflexão permitiu à pesquisadora e pesquisada questionar as normas vigentes e a necessidade de repensar os caminhos que seguem reproduzindo a lógica heteronormativa do que significa ser homem ou ser mulher (BUTLER, 1990).

Adicionalmente, para McDonald (2017), tornar uma entrevista *queer* não requer que necessariamente o entrevistador seja *queer* ou que se identifique como um sujeito não heterossexual. Mais do que a identidade de quem conduz a entrevista, Riach, Rumens e Tyler (2016) apontam que *queering* este processo possibilita explorar múltiplas e conflituosas experiências, em detrimento de narrativas estáveis e lineares. Assim, as narrativas das mulheres empreendedoras não foram vistas como estórias sobre si mesmas, mas estórias sobre como elas se constituem a partir de suas subjetividades por meio do *entrepreneuring*. McDonald (2017) ressalta que essa mudança na forma de compreensão e produção dos dados permite, ainda, construir narrativas a respeito de temas que têm sido negligenciados, contribuindo para uma abordagem que leve em consideração processos pelos quais as subjetividades organizacionais normativas ou não normativas são produzidas e sustentadas.

4.2.2 A pesquisa documental: levantamento de informações no *Instagram*

Para Creswell (2010), a pesquisa documental envolve o acesso a documentos públicos e privados, tornando-o uma fonte de dados e informações, uma vez que permite ao pesquisador ampliar a compreensão de determinado fenômeno por meio da organização das informações. Lüdke (1986) explica que documentos podem se

constituir de leis, normas e regulamentos, cartas, memorandos, diários pessoais, autobiografias, discursos, roteiros de programas de rádio e televisão e até arquivos escolares. Entretanto, Gephart (2004) considera que documentos são mudos pois não possuem significado inerente, o seu significado surge a partir da escrita, da leitura dos documentos e da discussão sobre a interpretação dentro de um contexto.

Assim como jornais e revistas, que compõem as mídias tradicionais, mídias sociais reproduzem significados compartilhados que contribuem para a constituição de uma cultura e de ideias sobre o que representa ser um empreendedor (ACHTENHAGEN; WALTER, 2011). Dessa forma, perfis de mídias sociais dos empreendedores podem se constituir de documentos, uma vez que apresentam as performances das mulheres relacionadas a gênero, raça, classe e sexualidade em suas identidades (HEIZMANN; LIU, 2020).

Assim, foi escolhido como mídia social para realização de pesquisa documental o *Instagram*. Trata-se de uma plataforma de mídia social orientada visualmente e lançada em outubro de 2010. Tem aproximadamente 1 bilhão de usuários ativos por mês e gera cerca de 100 milhões de postagens diárias, tornando-se uma das redes de mídia social de crescimento mais rápido (FRIER; GRANT, 2020). Seus usuários incluem empreendedores, que se utilizam do potencial da plataforma para construir e/ou fortalecer suas marcas e promover relacionamentos com os clientes (DUFFY, 2018). Além disso, foi uma das redes mais utilizadas para vendas e publicidade em função da pandemia de COVID-19, com o crescimento do *e-commerce* nos anos de 2020 e 2021.

A pesquisa documental realizada no perfil das empreendedoras no *Instagram* ocorreu em paralelo à realização das entrevistas. Em determinados momentos, eu solicitava amizade e fazia o contato convidando-as para conceder entrevistas, em outros, a solicitação de amizade ocorria após a realização da entrevista com a participante. As informações coletadas dizem respeito à biografia apresentada pelas empreendedoras no *Instagram*, que contribuíram para contextualizar o tipo de negócio e área de atuação. Adicionalmente, foram coletadas informações também referentes à postagem de imagem e texto mais curtida de cada perfil no ano de 2020, desde que a temática tivesse relação com o empreendimento e não com o contexto pessoal da entrevistada.

Não foram coletados, entretanto, *stories*, apenas *posts* publicados no *feed* de notícias. Também não foram analisados os comentários feitos nas postagens e nem conteúdos patrocinados. Para a realização da pesquisa, foi solicitada autorização a todas as participantes e o processo só teve início após a realização das entrevistas. Importante destacar também que, para preservar o anonimato das participantes, não foram apresentadas as postagens analisadas, apenas quando houver necessidade de contextualização em função de algum relato específico pela entrevistada. O conteúdo contribuiu para a etapa seguinte, de tratamento dos dados, por meio da análise do discurso foucaultiana, que apresento a seguir.

4.3 O TRATAMENTO DOS DADOS: ANÁLISE DO DISCURSO FOUCAULTIANA

Após a coleta dos dados e pesquisa documental no *Instagram*, iniciei o tratamento dos dados obtidos. As entrevistas gravadas foram transcritas, com o objetivo de facilitar a análise das informações coletadas. Para evitar qualquer identificação das entrevistadas, não foi revelado o nome do empreendimento que possuem, bem como nenhuma informação pessoal que possa possibilitar a identificação das participantes. Além disso, as entrevistadas receberam denominações relacionadas a mulheres que contribuíram e contribuem até os dias de hoje para a literatura do Brasil. Entretanto, é válido destacar que as denominações dadas às entrevistadas não possuem nenhuma relação entre suas características e as características das autoras selecionadas. A única aproximação diz respeito a uma participante, que se identificou como mulher indígena, sendo denominada nesta pesquisa como Sonia.

O processo de tratamento dos dados ocorreu por três etapas de codificação: aberta, axial e seletiva (CORBIN; STRAUSS, 1990). Durante a codificação aberta, classifiquei livremente episódios, que posteriormente comparei entre os relatos, em busca de semelhanças e diferenças, para criar rótulos conceituais que correspondessem às temáticas de gênero, interseccionalidade, empreendedorismo, *entrepreneurship*, entre outras. A escolha semântica dos rótulos foi realizada a partir de similaridades e aproximações que geraram palavras e expressões para melhor compreender o objetivo geral desta pesquisa.

Ainda durante a codificação aberta, escrevi notas teóricas, comumente chamadas de Memos. Corbin e Strauss (1990, p.10) consideram que “[...] os memos não são simplesmente sobre ideias. Eles estão envolvidos na formulação e revisão da teoria durante o processo de pesquisa”. Assim, os pesquisadores buscam manter a consistência nos procedimentos de dados, identificando os conceitos mais importantes em cada entrevista, uma vez que durante o processo novas informações e análises podem emergir (CORBIN; STRAUSS, 1990). O processo de codificação aberta apresenta-se exemplificado na Tabela 2.

Tabela 2. Exemplo de processo de codificação aberta.

Trecho entrevistada Ana Maria
Eu acho que o homem empreendedor é visto como um...ah...ele tem força, ele tem garra, ele vai conseguir. E a mulher já é mais menosprezada neste aspecto. Acho que a questão do gênero pesa muito mais, porque o homem é sinônimo de fortaleza, tipo...ah, ele é homem, vai conseguir, e a mulher...e acaba sendo mais fácil entre aspas. Para mim, o homem ainda é visto como o empreendedor de sucesso, o empresário. Mas o homem branco, porque se esse empreendedor for preto, aí existem várias outras dificuldades. O empreendedor branco tem uma gama muito maior de ser atingida, ele é visto como o “uau”, ele é o <i>creator</i> , nossa, ele é demais”.
Códigos conceituais atribuídos
Coragem
Sucesso
Empreender
Masculino
Heteronormatividade
Homem branco
Memos
O empreendedor de sucesso segue sendo um homem.
A lógica é linear e binária, ter sucesso é vencer na vida. Se não vence, fracasso.
Homens brancos, porque homens negros são o Outro também no empreendedorismo.
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Na etapa de codificação axial, iniciei a criação de subcategorias para o agrupamento dos códigos conceituais e dos memos desenvolvidos na etapa de codificação aberta. Foram encontradas categorias relacionadas a identidades, processos de subjetivação, dia a dia empreendedor, relações de poder e

possibilidades de resistência, bem como práticas de liberdade. Os códigos conceituais foram agrupados às temáticas encontradas, conforme exemplificado na Tabela 3.

Tabela 3. Exemplo de processo de codificação axial.

Trecho entrevistada Ana Maria
Eu acho que o homem empreendedor é visto como um...ah...ele tem força, ele tem garra, ele vai conseguir. E a mulher já é mais menosprezada neste aspecto. Acho que a questão do gênero pesa muito mais, porque o homem é sinônimo de fortaleza, tipo...ah, ele é homem, vai conseguir, e a mulher...e acaba sendo mais fácil entre aspas. Para mim, o homem ainda é visto como o empreendedor de sucesso, o empresário. Mas o homem branco, porque se esse empreendedor for preto, aí existem várias outras dificuldades. O empreendedor branco tem uma gama muito maior de ser atingida, ele é visto como o “uau”, ele é o <i>creator</i> , nossa, ele é demais”.
Trecho entrevistada Cidinha
Tem esses marcos assim, tem algumas <i>sommeliers</i> negras, mulheres, existe também este cenário, mas é um mercado totalmente masculino, é um mercado voltado para o <i>status</i> , <i>status</i> está muito atrelado à riqueza, a quem tem condições, então ainda tem um viés que é muito masculino. Porque quem vende vinho, quem entende de vinho, quem fala de vinho, é o branco, homem, burguês. A gente tem essa questão da Europa, então como é que uma pessoa do interior, preta, <i>gay</i> , vem da periferia e entende de vinho? Onde é que está essa relação? O nosso olhar social está muito ligado a isso, ao trabalho para entender. Eu sou uma mulher negra, vim da periferia, sou <i>gay</i> e trabalho com vinho. Muitas vezes dentro do meu círculo de negócios as pessoas já me olham e elas entendem tudo, menos que eu trabalho com vinho. Porque por concepção física, eu não tenho atributos que me legitimem como uma pessoa que vende vinho.
Códigos conceituais atribuídos
Coragem
Sucesso
Empreender
Masculino
Heteronormatividade de gênero
Homem branco
Eurocentrismo
Feminino
Sexualidade
Raça
Interseccionalidade
Categoria de análise identificada
A empreendedora que sou: articulando raça, classe e orientação sexual ao contexto de gênero
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Por fim, na etapa de codificação seletiva, todas as categorias que emergiram foram comparadas de forma a encontrar as relações entre o objetivo geral proposto e os cinco objetivos específicos desta tese. Assim, surgiram quatro dimensões de análise: Identidades; Subjetividades; Poder e Resistência; Mudança Social e Práticas de Liberdade, exemplificadas na Tabela 4.

Tabela 4. Exemplo de processo de codificação seletiva.

Dimensão	Categoria discursiva	Códigos
Identidades	A mulher empreendedora que sou: articulando raça, classe e orientação sexual ao contexto de gênero	Coragem Sucesso Interseccionalidade Raça Outridade
	<i>Queering</i> empreendedorismo: a (re)construção identitária da mulher empreendedora negra a partir de seus empreendimentos	Feminino Rearticulação Ruptura Heteronormatividade

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Após a transcrição e processo de codificação, as entrevistas foram analisadas por meio da ADF. Trata-se de uma abordagem que reconhece formas alternativas de produção do conhecimento como legítimas, bem como a existência de relações de poder existentes nos discursos (KAUFMANN, 2011). Alvesson e Karreman (2000) afirmam que práticas linguísticas podem ser analisadas como discurso, ao representar um conjunto de ideias e terminologias que são específicas durante um período histórico e social, e que podem gerar efeitos verdadeiros. Para Ahl e Marlow (2012), a linguagem não é algo neutro, mas uma ferramenta com alto poder interpretativo que possibilita a compreensão de sentidos e molda construções da realidade.

Em análises pós-estruturalistas, então, o objeto de interesse considera a forma como o conhecimento é transformado em linguagem e outras formas de produção de significados que não apenas a textual (CÁLAS; SMIRCICH; BOURNE, 2009). Bauer e Gaskell (2017) ressaltam que o termo análise do discurso possui diferentes enfoques no estudo dos textos, a partir de diferentes tradições teóricas. Entretanto, em uma perspectiva foucaultiana, as práticas discursivas são (re)produzidas através de relações de poder que ocorrem em uma época determinada (NOGUEIRA, 2001).

Nesta perspectiva, a descrição e a análise em uma pesquisa não têm mais o sujeito como objeto, o mais importante está em saber quais as condições impostas ao sujeito para que ele possa se introduzir e se tornar um nó na rede sistemática do que está ao redor (FOUCAULT, 1996). A seguir, apresento algumas considerações sobre a análise do discurso na abordagem foucaultiana e os caminhos desenvolvidos com base nesta perspectiva.

4.3.1 Análise do Discurso Foucaultiana: conceitos e abordagens

A perspectiva Foucaultiana no pós-estruturalismo enfatiza que a produção do conhecimento se constitui da produção de relações de poder. Para Gubrium e Koro-Ljungberg (2005), a ADF permite uma análise mais aprofundada, uma vez que essa abordagem considera que os processos de construção de sentido não se encerram ao término de uma entrevista. Este processo continua por meio de diferentes leituras a partir dos diversos contextos socioculturais existentes. Além disso, a ADF possibilita a compreensão dos efeitos políticos ou constitutivos das ações sociais (GRAHAM, 2011). Trata-se de uma perspectiva que aborda as relações de poder ao investigar como discursos específicos permitem uma maior compreensão de uma versão do mundo (HODGES; KUPER; REEVES, 2008).

O tipo de análise praticada por Foucault (2003) não trata do problema do sujeito falante, mas examina as diferentes maneiras pelas quais o discurso desempenha um papel no interior de um sistema estratégico, em que o poder está implicado, e para o qual o poder funciona. Jones e Stablein (2006) ressaltam que discursos podem se constituir de linguagem, conhecimentos, identidades, práticas e relações de poder, bem como as relações existentes entre eles. Ao demonstrar como as identidades são discursivamente construídas, a análise do discurso desafia a lógica normativa, ao demonstrar que identidades não devem ser essencializadas (OGBOR, 2000).

Para Ogbor (2000) não se trata de criar algo, mas de enxergar e compreender o que já existe por meio de outro olhar. Para isso, Cooper e Burrell (1988), ao fazer referência aos estudos de Foucault, sugerem que o pesquisador rompa com os hábitos de uma rotina organizadora e passe a ver o mundo como se o estivesse vislumbrando pela primeira vez, libertando-se de formas normalizadoras de pensar.

Assim, para explorar as multiplicidades de significados por trás dos discursos que circulam, pós-estruturalistas sugerem adotar técnicas, tais como a desconstrução da linguagem, tornando-a um objeto a ser interpretado (OGBOR, 2000). Considerando o tema e os objetivos desta pesquisa, desconstruir os discursos que circulam sobre o empreendedorismo, por meio da ADF contribui para examinar este fenômeno além das binaridades comumente retratadas, por meio de múltiplos discursos que atravessam as histórias e as constituições das mulheres empreendedoras que rompem com a lógica heteronormativa de gênero, de forma a compreender suas subjetividades e como contribuem para alterar a lógica comumente apresentada no empreendedorismo.

Dessa forma, após a transcrição das entrevistas, minha atenção esteve voltada para as atividades do dia a dia empreendedor das entrevistadas, além de suas subjetividades e de sua relação com os outros. Apliquei o método analítico por meio de análises micro discursivas, proposto por Alvesson e Kärreman (2000), em que o foco está na forma como as pessoas se utilizam da linguagem para se engajar e (re)produzir discursos que ressaltam suas ações no processo de empreender. Adicionalmente, as entrevistas também foram analisadas sob o princípio da inferência abdução, ou seja, o pressuposto de que novas teorias não surgem exclusivamente a partir dos dados, mas também do conhecimento existente que permite observações e reflexões sobre a influência do contexto nos discursos (DUBOIS; GADDE, 2002).

Para compreender o passo a passo utilizado para a ADF, é necessário retomar o significado de discurso e as tradições de pensamento adotadas por Foucault em suas diversas fases. O pensamento foucaultiano tende a ser dividido em três fases, também chamados de registros. Trata-se de uma divisão que auxilia em termos didáticos, uma vez que permite a compreensão das tradições teórico- metodológicas. A primeira fase chamada arqueologia, preocupa-se prioritariamente em investigar as condições e possibilidades dos saberes, tendo como foco o discurso. Nesta fase, autor considera que os discursos podem se constituir de práticas sociais, entendidas como regras anônimas, constituídas em processos históricos, determinadas no tempo, mas com uma história marcada por rupturas e descontinuidades (NARVAZ, NARDI, MORALES, 2006).

Dessa forma, em sua fase arqueológica, Foucault (1996) acredita que o discurso constitui o mundo social e é constituído por ele. Por isso, Foucault não

enxerga o discurso e o próprio homem como algo pronto, acabado, fixo, nem como possuidor de uma essência (FOUCAULT, 1996). Neste período, o autor apresenta a noção de formações discursivas para estudar a formação de saberes. As formações discursivas eram regras de formação que se constituíam de condições para um grupo particular de enunciados (FOUCAULT, 2008). Para o autor, as regras de formação manifestavam condições de existência e de coexistência, de manutenção, modificação e desaparecimento em uma dada repartição discursiva (FOUCAULT, 2008).

Ainda para Foucault (1996), suas obras arqueológicas possuem aspectos contraditórios, tais como o fato de buscar uma explicação baseada puramente nas práticas sociais para o surgimento de um discurso. É na arqueologia que Foucault (1979) busca combater a ideia de um sujeito autônomo existente no humanismo e na modernidade, bem como o seu rompimento com uma concepção de história contínua e linear. Fairclough (2001) argumenta que a analítica do discurso foucaultiana seria, nesse período, uma análise de enunciados cujo objetivo é uma especificação sociohistoricamente viável de formações discursivas.

A segunda fase, genealógica, volta o foco de seus estudos para a análise do poder, demonstrando as relações de poder existentes e, conseqüentemente, duas possibilidades de resistência. É na genealogia que Foucault desenvolve um conceito pós-estruturalista de discurso e passa a entender que a importância dos discursos só pode ser compreendida quando eles passam a integrar o processo de desenvolvimento histórico da sociedade (DREYFUS; RABINOW, 1995). É possível afirmar que esta fase apresenta uma noção mais dinâmica de discursos, uma vez que considera tanto os elementos explicitamente discursivos (ditos e escritos), como os elementos que não aparentam se discursivos, mas que ainda assim se constituem de discursos (elementos visuais e imagéticos) (FISCHER, 2001).

Por fim, a terceira fase, com foco na ética, investiga a história das maneiras pelas quais o indivíduo se constitui como sujeito moral de suas próprias ações. A preocupação de Foucault passa a ser o que ele define de transformação de si mesmo, a passagem do “conheça a si mesmo” para “cuidar de si” (STARKEY; HATCHUEL, 2002). O autor considera esta como uma prática ascética, ou seja, “[...] não o sentido de uma moral ou renúncia, mas o de um exercício de si mesmo através do qual se

procura se elaborar, se transformar e atingir um certo modo de ser” (FOUCAULT, 2006, p. 265).

Apesar das definições e fases de Foucault, quando se trata da ADF, mesmo que o autor não aceitasse classificações ou rótulos sobre ele e seus trabalhos, Cheek (2008) considera haver um debate existente na academia se Foucault considerava a análise do discurso como um método de análise. Assim, Springer e Clinton (2015) enxergam o discurso não de forma totalmente determinista, mas ao compreender como as relações de poder possibilitam a (re)construção de identidades (FOUCAULT, 1980), neste caso, a identidade de gênero e a identidade empreendedora (RUMENS; OZTURK, 2019). A seguir, apresento o processo de elaboração de uma análise do discurso com inspiração em Foucault, tomando como base uma aproximação com as fases relacionadas à genealogia do poder e à ética.

4.3.2 Realizando uma Análise do Discurso inspirada em Foucault

Apesar de não haver uma única forma de realizar uma análise do discurso com inspiração foucaultiana, Bauer e Gaskell (2017) sugerem mudar a forma como a linguagem é vista e interpretada, a fim de focar a construção, organização e funções do discurso, em vez de algo subjacente a ele (BAUER; GASKELL, 2017). Nogueira (2001) afirma que neste tipo de análise, a linguagem exerce uma ação construtiva do mundo social. Assim, nós como sujeitos falantes não estamos inteiramente no controle do sentido da linguagem, uma vez que palavras e frases possuem sentidos organizados no interior de sistemas e instituições, chamados por Foucault de práticas discursivas (2001).

Para Foucault (2008), a tarefa de analisar um discurso envolve:

Não mais tratar os discursos como conjuntos de signos (elementos significantes que remetem a conteúdos ou a representações), mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de quem falam. Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse *mais* que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever (FOUCAULT, 2008, p. 55).

De acordo com Nogueira (2001), a análise do discurso foucaultiana busca contemplar três pressupostos básicos: poder, contradição e constituição. A autora apresenta a forma como as práticas discursivas e as relações de poder se articulam: primeiramente, trata-se de questionar o tipo de ação que se efetua ao realizar uma interação comunicativa; em segundo lugar, procura-se revelar as condições de produção que permitem a um Discurso ter prioridade sobre outros em determinado contexto e; por fim, investigam-se as consequências dessas ações discursivas na realidade social (NOGUEIRA, 2001).

Mesmo que não exista um padrão ou manual para análise do discurso foucaultiana, Parker (2014) sugere dez critérios básicos para serem considerados na identificação e na análise dos discursos, não necessariamente devendo ser seguidos de acordo com uma ordem específica. O autor apresenta esses critérios a partir de uma definição de discurso como um sistema de declarações que constitui um objeto. Nogueira (2001) complementa ao afirmar que cada discurso oferece a um objeto uma natureza diferente da que o outro Discurso ofereceria, isto é, reivindica para si ser considerado “verdade”.

Os critérios e seus passos orientativos de acordo com Parker (2014, p. 1-14, tradução própria) são:

Critério 1: Um discurso se manifesta por meio de textos.

Passo 1: Tratar os objetos de estudo como textos da forma como estão descritos, colocados em palavras; e

Passo 2: Explorar conotações por meio de associações livres, se possível com outras pessoas.

Critério 2: Um discurso é sobre objetos.

Passo 3: Questionar quais objetos se referem ao quê e descrevê-los (tartarugas, doenças, fantasmas, etc); e

Passo 4: Falar sobre as falas como se fossem um objeto, um discurso.

Critério 3: Um discurso contém sujeitos.

Passo 5: Especificar sobre quem está se falando por meio dos discursos, alguns deles podendo ser identificados como objetos (tartarugas, doutoras, mães, benfeitoras); e

Passo 6: Especular sobre o que pode ser dito.

Critério 4: Um discurso é um conjunto coerente de significados.

Passo 7: Mapear uma imagem do mundo representado por este discurso; e

Passo 8: Compreender como um texto, usando este discurso, lidaria contra ataques ou objeções.

Critério 5: Um discurso se refere a outros discursos.

Passo 9: Identificar contrastes nas formas de falar e os diferentes objetos que são constituídos.

Passo 10: Identificar pontos de sobreposição, onde eles se constituem o que aparenta serem os mesmos objetos, mas de formas diferentes.

Critério 6: Um discurso reflete a sua própria maneira de falar.

Passo 11: Referir-se a outros textos para elaborar o discurso quando ele circula, em alguns casos, de forma implícita, e se endereça para audiências distintas.

Passo 12: Escolher rótulos ou designações das formas de falar; escolha dos discursos, considerando critérios morais e políticos do analista.

Critério 7: Um discurso é historicamente localizado.

Passo 13: Identificar como e onde os discursos emergiram; e

Passo 14: Descrever como os discursos mudaram e contaram uma história, geralmente sobre como se referem a algo que sempre esteve presente e pronto para ser “descoberto”.

Critério 8: Discursos dão suporte às instituições.

Passo 15: Identificar instituições que são reforçadas quando determinado discurso circula; e

Passo 16: Identificar instituições que são atacadas ou subvertidas quando esses discursos circulam.

Critério 9: Discursos reproduzem relações de poder.

Passo 17: Identificar ganhos e perdas em função do emprego dos discursos.

Passo 18: Questionar quem promoverá e quem se oporá aos discursos.

Critério 10: Discursos possuem efeitos ideológicos.

Passo 19: Demonstrar como um discurso se conecta a outros discursos que sancionam a opressão.

Passo 20: Demonstrar como os discursos permitem as narrativas dos grupos dominantes sobre o passado, para justificar o presente.

Nesta abordagem sugerida por Parker (2014), as preocupações centram-se essencialmente nas questões de identidade, identificação, mudança social e pessoal e relações de poder. Para Nogueira (2001), o que os indivíduos dizem, suas crenças e opiniões não devem ser encaradas como manifestações de qualquer condição interna essencial tal como temperamento, personalidade ou atitude. Elas são manifestações de Discurso, aproximações de representações dos acontecimentos sobre a vida social, que têm a sua origem não na experiência individual dos indivíduos, mas na cultura discursiva que em que elas se inserem (NOGUEIRA, 2001).

Uma linha teórica complementar relacionada à análise do discurso foucaultiana, proposta por Parker (1997) considera ainda como pressupostos básicos: (a) que a função de linguagem introduz o conceito de poder, segundo a perspectiva de Foucault; b) a existência da noção de variabilidade sendo preterida em função do conceito de contradição, também com inspiração em Foucault; e c) a noção de construção contrapõe a noção de constituição, ou seja, nossas ideias são constituídas dentro de padrões de discurso sob os quais não temos controle (PARKER, 1997).

Nesta tese, a análise do discurso aprofundada tomou como base os critérios sugeridos por Parker (2014), bem como as estratégias de codificação aberta sugeridas por Glaser e Strauss (2006), implementadas com a ajuda de um *software* de análise qualitativo (MAXQDA). Adicionalmente, utilizei os estudos de Riach, Rumens e Tyler (2016), de Stayert (1997) e de Steyaert (2014) para o desenvolvimento das dimensões discursivas de análise, de forma a responder aos objetivos específicos e, conseqüentemente, ao objetivo geral desta tese.

Com relação aos passos orientativos sugeridos por Parker (2014), pude identificar alguns critérios no processo de análise dos discursos com inspiração foucaultiana. No primeiro critério, analisei não só os relatos das entrevistadas, por meio das palavras descritas, como também busquei compreender as manifestações textuais existentes nas postagens e na biografia das empreendedoras e de seus empreendimentos, feitas no *Instagram*. No segundo critério, estabeleci como objeto de estudo o contexto empreendedor vivido por essas mulheres por meio dos discursos relacionados ao *entrepreneurship*.

Os critérios três a sete se encaixam nas análises no exercício de posicionar esta tese no tempo e no espaço. Uma vez que o discurso é historicamente localizado, é fundamental compreender que ainda vivemos em uma sociedade moldada pelas engrenagens do racismo cisheteropatriarcal capitalista (AKOTIRENE, 2018). A compreensão dos discursos que circulam a respeito do empreendedorismo é atravessada por este contexto, sendo assim, ser mulher negra ou ser mulher indígena no empreendedorismo assume um recorte pautado pela sociedade vigente. Por fim, entendo que a análise dos dados perpassou também os critérios nove e dez, ao analisar as relações de poder e possibilidades de resistência existentes por meio dos discursos relacionados ao *entrepreneurship* e ao cuidado de si que leva a práticas de liberdade de gênero e, conseqüentemente, à transformação individual e coletiva.

Em busca de uma metodologia mais “Butleriana”, Riach *et al.* (2016) sugerem analisar as histórias que as pessoas contam sobre seus trabalhos e sua identidade, a fim de compreender as complexidades, contradições e principalmente, as lutas em seus relatos. Já Steayert (1997) orienta para uma compreensão do empreendedorismo a partir do *entrepreneurship*, por meio da identificação de processos, dilemas, eventos, ou seja, empreender como um verbo, ação. Para o autor, pesquisas que se engajem em análises do empreendedorismo como um processo e

não uma identidade fixa permitem uma compreensão aprofundada deste fenômeno considerando a natureza contraditória da vida organizacional (STEAYERT, 1997).

Assim, após a transcrição das entrevistas e de uma leitura e releitura das transcrições até me familiarizar com elas (BAUER; GASKELL, 2017), apresento no Quadro 1 as dimensões de análise e categorias identificadas para responder às questões orientadoras desta tese.

Quadro 1. Dimensões de análise e categorias identificadas

Dimensão	Categoria discursiva	Códigos
Identities	A mulher empreendedora que sou: articulando raça, classe e orientação sexual ao contexto de gênero <i>Queering</i> empreendedorismo: a (re)construção identitária da mulher empreendedora negra a partir de seus empreendimentos	Coragem Sucesso Interseccionalidade Raça Outridade Feminino Rearticulação Ruptura Heteronormatividade
Subjetividades	Os discursos normalizadores sobre o empreendedorismo Os discursos relacionados ao <i>entrepreneuring</i>	Posicionamento Empreendedor normal Estereótipo Verdades Fluido Fragmentado Processo Incompletude Pertencimento
Poder e Resistência	As relações de poder no empreendedorismo: poder disciplinar e biopoder Resistir para (re)existir como mulher Resistir para (re)existir como empreendedora	Vigilância Domínio Dispositivo Norma Forças Recusa Mudança Desconstrução Margem Inteligibilidade Reafirmação Adversidade Valor Trajetória Vivências
Mudança Social e Práticas de Liberdade	Práticas de problematização: o cuidado de si e a auto percepção no empreendedorismo Práticas de afirmação reflexiva: empoderamento feminino e a (re)afirmação da identidade empreendedora	“Problema” Atitude crítica Desnaturalização Transformação Formações Aprendizado Reflexão Conhecimento

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Após a descrição dos caminhos metodológicos e das dimensões de análise e categorias encontradas, apresento no próximo capítulo os resultados obtidos a partir deste processo.

5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

- “- Negros não possuem dinheiro para gastar com cosméticos.*
- *É por isso que eu pago a eles quatro vezes mais do que ganhariam lavando roupa.*
 - *E logo você fará as mulheres negras ganharem mais do que os homens.*
 - *É esse o problema?*
 - *Como seremos levados a sério se deixarmos as mulheres nos superarem?*
 - *Não é uma competição. Todos precisamos ser elevados, senhor.*
 - *O homem negro deve ser elevado primeiro.*
 - *É tão difícil para mulheres quanto para homens.*
 - *Prefiro apoiar uma vidente a uma cabeleireira, Sra. Walker. E seu pequeno surto é o motivo pelo qual vocês precisam ser mantidas em seus lugares.”*

Trecho retirado de “A Vida e a História de Madam C.J. Walker” (acesso em 2 de out. 2021)

Com o diálogo entre Sarah Walker e Booker T. Washington, homem negro responsável pela principal conferência de investidores da região, em que ele a impede de apresentar seu empreendimento por ser mulher, trago, neste capítulo, a minha busca por responder ao objetivo geral e aos objetivos específicos desta pesquisa. Por meio da análise do discurso com inspiração em Foucault, quatro dimensões de análise foram encontradas: Identidades, Subjetividades, Poder e Resistência, Mudança Social e Práticas de Liberdade.

Sustentada pela compreensão do empreendedorismo a partir de uma perspectiva crítica por meio do *entrepreneuring*, busco demonstrar por meio dos discursos das 14 entrevistadas, a necessidade de compreensão das mulheres empreendedoras brasileiras por meio de aspectos interseccionais. Apresento também uma possibilidade de reconstrução dos discursos sobre a mulher empreendedora a partir de uma perspectiva *queer*. A respeito dos discursos que circulam sobre o empreendedorismo, foi possível identificar que mesmo atualmente, os discursos normalizadores que reafirmam uma lógica heteronormativa de gênero. Entretanto, o *entrepreneuring* de mulheres que empreendem em ambientes dominados pelo masculino e por homens contribuem para reposicionar a norma mesmo que temporariamente, por meio da rearticulação da identidade empreendedora e em busca da transformação social.

Além disso, apresento as relações de poder existentes no empreendedorismo por meio do poder disciplinar e do biopoder e as possibilidades de resistência para que essas mulheres possam existir como sujeitos de gênero e existir como

empreendedoras. Por fim, demonstro como o cuidar de si e conseqüentemente de outras mulheres, leva a práticas de liberdade de gênero e de raça, em busca da transformação social. A caracterização das participantes, suas trajetórias no empreendedorismo e as dimensões de análise encontradas são apresentadas a seguir.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DAS PARTICIPANTES

Foram analisados os discursos de 14 mulheres empreendedoras que atuam em segmentos vistos tradicionalmente pela sociedade como mercados em sua maioria ocupados por homens. As participantes possuem idade entre 18 e 49 anos, estando a maioria concentrada em 30 e 40 anos. O tempo no empreendedorismo varia de dois a 14 anos, sendo que grande parte dos empreendimentos possui até cinco anos. Com relação à escolaridade, três delas possuem Ensino Médio completo, uma possui curso técnico, três possuem graduação em andamento e as demais possuem graduação completa ou pós-graduação incompleta.

Todas foram as responsáveis diretas pela criação de seus empreendimentos, sendo que cinco participantes possuem até cinco funcionários próprios, três firmam parcerias com fornecedores e as demais não possuem funcionários próprios ou não contratam serviços de terceiros para a realização de suas atividades no empreendedorismo. Todas residem ou possuem empreendimentos localizados na Grande Vitória, Espírito Santo, porém, em função das características de cada negócio e das possibilidades criadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), especialmente no contexto de isolamento social ocasionado pela COVID-19, o local de prestação de serviços varia e pode ocorrer em todo o território nacional.

Conforme ressaltado no capítulo anterior, para manter o sigilo das participantes, todas receberam denominações extraídas de mulheres que contribuíram e contribuem até os dias de hoje com a literatura do Brasil. Assim, as entrevistadas receberam as seguintes denominações: Alzira, Ana Maria, Carolina, Cidinha, Cristiane, Conceição, Elizandra, Esmeralda, Geni, Jarid, Sonia, Lia, Lélia e Mel. A seguir, apresento de forma breve a trajetória das participantes relacionadas ao empreendedorismo.

5.2 TRAJETÓRIAS NO EMPREENDEDORISMO

Alzira é uma mulher negra natural da região metropolitana do Espírito Santo, tem 33 anos e está cursando sua segunda graduação. É casada e possui um enteado. Sua trajetória no empreendedorismo teve início já na primeira graduação, quando começou a vender bijuterias para as colegas de faculdade, já que não conseguia trabalhar em horário formal, em função do curso ter aulas pela manhã e na parte da tarde. Em sua segunda graduação, começou a trabalhar em escritório administrativo e recebeu uma oportunidade de promoção em outro Estado, com um bom salário.

Alzira, entretanto, optou por não aceitar o novo cargo por dois motivos: não se identificava com as políticas e práticas da empresa relacionadas à (falta de) diversidade de gênero e raça; e por ser diretamente associada à pessoa na empresa que deveria ser a responsável por falar e ensinar aos outros sobre racismo. Percebeu, ao longo de sua segunda graduação, que gostaria de empreender e, por ter familiaridade com consertos de veículos, algo que aprendeu com seu pai, decidiu abrir uma oficina mecânica em um município da Grande Vitória, negócio que administra há sete anos.

Ana Maria possui 30 anos e empreende na área de Educação e Tecnologia desde que concluiu sua pós-graduação em Filosofia da Educação. É solteira e mora com seus pais e seu irmão. Começou a empreender no ramo de vendas, para ajudar a divulgar a empresa de roupas da mãe. Posteriormente, atuou em faculdades, mas preferiu abrir sua própria empresa prestadora de serviços de tecnologia da informação, uma vez que nas empresas onde atuava, “sua cor chegava antes de sua competência”. Há quatro anos é empreendedora e atua na Grande Vitória, mas em função da pandemia de COVID-19 teve a oportunidade de expandir seu ramo de atuação para outros estados da região sudeste do Brasil.

Carolina é uma mulher negra de 49 anos, solteira, que também empreende na área de Educação e Tecnologia. Atua no empreendedorismo há cinco anos, mas apenas no último ano passou a se reconhecer como empreendedora. Isso porque durante a sua vida aprendeu que para ser empreendedora é preciso vender um produto, e atuar prestando serviços ou desenvolvendo soluções de aprendizagem não

era algo comumente enxergado como empreender. Mora com as suas três filhas. Atualmente, seu ramo de atuação é focado na Grande Vitória.

Cidinha é natural da região noroeste do Espírito Santo, tem 40 anos, mora com a sua namorada e atua no mercado de vinhos e bebidas finas. É graduada e está finalizando a sua pós-graduação. Em seu ramo no empreendedorismo, atua há quatro anos, entretanto sua identificação como mulher empreendedora antecede este período. Cidinha aprendeu a ser empreendedora desde que se entendeu como uma mulher que precisava sobreviver dentro de uma família humilde, de uma negritude, tendo que ajudar a sua mãe a vender comida na feira, onde trabalhou dos 16 aos 22 anos.

Cidinha entrou na faculdade com 22 anos, onde percebeu que gostaria de atuar no mercado de vinhos e bebidas finas. Passou a estudar tipos de vinhos, uvas, vinícolas, para poder sugerir aos clientes de acordo com preço, paladar, harmonização, entre outros. Seu maior desafio no empreendedorismo é ser reconhecida como uma pessoa que empreende neste segmento e que entende o suficiente do mercado onde atua há cerca de quatro anos. Atua na Grande Vitória, mas possui clientes em outros Estados do Brasil.

Cristiane possui 20 anos e sempre soube que gostaria de empreender. Estudante em escolas particulares desde criança, se tornou empreendedora para poder ter acesso às mesmas coisas que as amigas. Sempre gostou de *piercing* e tatuagem, onde foi se interessando e aprendendo sobre o seu negócio a partir de conversas e experiências em estúdios de tatuagem próximos à sua casa e à escola. Começou colocando *piercings* em si mesma, o que despertou o interesse de suas amigas. Abriu seu estúdio de *bodypiercing* e se capacitou em curso técnico em saúde, para oferecer um serviço mais adequado em termos de higiene e biossegurança. Tem mulheres como principais clientes, que se sentiam desconfortáveis em fazer algum tipo de perfuração em estúdios de tatuagem, geralmente geridos por homens. É solteira e mora com seus pais.

Conceição tem 30 anos e possui uma hamburgueria gourmet na Grande Vitória. É casada e mora com a sua esposa. Abriu sua própria hamburgueria após trabalhar nas cozinhas de diversos restaurantes da Grande Vitória. Possui dois funcionários que lhe ajudam a gerir o empreendimento há cerca de três anos. Por vezes é confundida com a atendente, tendo que explicar para os clientes que é a dona do

estabelecimento. Se tornou empreendedora no ramo alimentício porque identificou uma oportunidade de negócios na região onde mora e sempre gostou de trabalhar em restaurantes.

Elizandra e Esmeralda são casadas e juntas empreendem com *Design* e venda de camisetas para públicos das comunidades. Elizandra possui 21 anos e estudante de graduação. Já Esmeralda, possui 29 anos, tem uma filha, e já concluiu seu curso superior. As duas se tornaram empreendedoras por não se sentirem representadas pelas estampas e mensagens existentes nas camisetas no mercado da Grande Vitória. Ou conforme seus relatos, quando encontravam, eram lojas fora do Espírito Santo, com um preço elevado. Atuam no empreendedorismo há cerca de seis anos.

Geni é uma mulher negra que possui 31 anos e há dois empreende na área de Finanças. Nasceu no Rio de Janeiro, mas se mudou para o Espírito Santo há cinco anos. É solteira, mora com sua mãe, sua irmã e sua sobrinha recém-nascida. Atuou durante anos no mercado financeiro e decidiu se tornar empreendedora por perceber que “não tinha voz” em reuniões de conselho tradicionalmente ocupada por homens brancos e mais velhos, em função de sua aparência jovem, o fato de ser mulher e sua raça. Passou a empreender na área de Finanças prestando consultoria e ministrando cursos especialmente para pessoas negras. Presta serviços no Espírito Santo, Rio de Janeiro e Bahia.

Jarid é uma mulher negra que há sete anos empreende na área Química. É casada e tem uma filha. É pós-graduada e reside na região metropolitana da Grande Vitória. Durante anos, atuou em hospitais e laboratórios, tendo o que chamou de emprego dos sonhos. Entretanto, por vezes, suas tranças, seu turbante e sua forma de se apresentar no trabalho lhe fizeram perder oportunidades de crescimento profissional, com oportunidades de promoção sendo passadas para homens que não tinham a mesma formação ou tendo suas análises deslegitimadas. Segundo ela mesma diz, buscou no empreendedorismo “a vaga que lhe foi tirada em função de seu gênero e de sua raça”.

Sonia é uma mulher indígena que empreende no ramo de Barbearia há dois anos. Tentou por vezes ser Menor Aprendiz e Caixa de Supermercado, entretanto, suas tatuagens e *piercings* não tornavam sua aparência apresentável para a função. Começou a cortar cabelo por hobby e viu ali uma oportunidade de atuação profissional. Fez curso de barbeira com a ajuda de sua mãe e de seu padrasto e abriu

seu estúdio na Grande Vitória, onde atende crianças e adultos, especializada em cabelos afro. Tem 18 anos e mora com a namorada.

Lia é uma mulher negra que atua no ramo de Construção Civil. Tem 40 anos e há sete é empreendedora. Não possui funcionários, mas firma parcerias com outros profissionais dependendo do porte e do tipo de serviço. Se tornou empreendedora porque queria reformar a sua própria casa. Antes de empreender na construção civil, foi motorista de caminhão e motorista de aplicativo. Sempre enxergou oportunidades no empreendedorismo relacionadas às atividades com as quais mais se identificava. É casada, mora com a sua esposa e seu filho. Presta serviços em toda a Grande Vitória.

Lélia é uma mulher negra, solteira, que há três anos empreende na área de Finanças. Natural do sul do Brasil, se mudou para o Espírito Santo com a família há seis anos, onde mora com a mãe e a irmã. Presta serviços de consultoria financeira no Espírito Santo e no Rio Grande do Sul, além de dar palestras e seminários com foco em Educação Financeira. Abriu sua empresa logo após a faculdade e começou a atender clientes em um projeto social periférico. As experiências neste projeto social foram gerando outros clientes, em sua maioria mulheres e pessoas trans que nem sempre se sentiam confortáveis em aprender sobre dinheiro com homens brancos.

Mel é uma mulher negra de pele clara de 30 anos, solteira, que empreende no ramo da música há cerca de 10 anos. Viu em um hobby a chance de transformar a paixão pela música em uma profissão. Mas antes disso tentou ser garçonne, recepcionista, atendente em escritório, sempre recebendo devolutivas de que não tinha o “perfil adequado para o cargo”. Possui entre seus funcionários pessoas negras, público LGBTQIA+ e pessoas trans. Natural de São Paulo, atua realizando eventos no Espírito Santo e em demais estados da região sudeste do Brasil. Mora na Grande Vitória com seu filho.

Após a apresentação das histórias das mulheres empreendedoras e como iniciaram sua atuação no empreendedorismo, apresento como essas histórias, experiências, comportamentos se conectam às dimensões de análise identificadas nos 14 discursos analisados.

5.3 DIMENSÃO IDENTIDADES

A primeira dimensão de análise encontrada foi a de Identidades. Esta dimensão gerou duas categorias, a primeira relacionada à interseccionalidade e seus aspectos junto às mulheres empreendedoras e a segunda relacionada ao uso do termo *queer* como verbo, ação, *queering* empreendedorismo. Assumindo que o discurso se constitui de uma série de elementos que operam no interior do mecanismo geral de poder (FOUCAULT, 1996) e que discursivamente os sujeitos são vistos como em constante construção, busco demonstrar por meio desta dimensão como as interseccionalidades de raça e de classe se articulam à identidade de gênero e de que forma influenciam as posições assumidas pelas mulheres empreendedoras nos discursos que circulam sobre o empreendedorismo.

Adicionalmente, parto das reflexões de Brewis, Hampton e Linstead (1997) e de Souza (2017) de que o discurso nunca é um sistema fechado e que conseqüentemente as identidades são discursivamente construídas por processos constantes de construção e desconstrução. Assim, apresento como possibilidade de reconstrução da identidade da mulher empreendedora o uso da teoria *queer* a partir da problematização sugerida por McWhorter (2012) de que *queering* empreendedorismo pode se tornar possível por meio de três grandes elementos: (a) a resignificação da linguagem; (b) os desejos e prazeres não baseados no mercado e no valor de mercado; e (c) a autocompreensão sobre a abordagem das próprias ações no dia a dia empreendedor e sobre sua relação com o outro.

5.3.1 A mulher empreendedora que sou: articulando raça e classe e orientação sexual ao contexto de gênero

A grande maioria das mulheres empreendedoras entrevistadas atua em ramos diferentes. Não se conhecem, mas se conectam a partir de suas experiências e suas falas sobre como são vistas dentro do empreendedorismo. O homem empreendedor segue sendo o profissional de sucesso, *selfmade man*, e a mulher empreendedora a profissional que empreende para sobreviver, mesmo que seu empreendimento seja bem-sucedido. Conforme afirma Butler (2004), uma vez que para se tornarem sujeitos

de gênero, os indivíduos precisam se encaixar em categorias identitárias de gênero; neste caso, o que significa ser um homem ou uma mulher, os discursos sobre homens e mulheres empreendedoras existentes nos relatos das participantes tende a reforçar a lógica heteronormativa de gênero e as relações de poder existentes no empreendedorismo (FOUCAULT, 1995).

Entretanto, no contexto brasileiro, os aspectos de raça se constituem de um marcador social fundamental para a compreensão dos discursos que circulam sobre este fenômeno. O homem identificado como empreendedor de sucesso é branco, sendo que a mulher segue sendo vista como o Outro (BRUNI; GHERARDI, POGGIO, 2004). Porém, raça e classe se interseccionam à identidade de gênero e, mesmo que este indivíduo empreendedor seja homem, se ele for um homem negro, passa a ser enxergado também como Outro, conforme reflete Ana Maria, ao ser perguntada sobre o que significa ser uma mulher e o que significa ser um homem empreendedor:

Eu acho que o homem empreendedor é visto como um...ah...ele tem força, ele tem garra, ele vai conseguir. E a mulher já é mais menosprezada neste aspecto. Acho que a questão do gênero pesa muito mais, porque o homem é sinônimo de fortaleza, tipo...ah, ele é homem, vai conseguir, e a mulher...e acaba sendo mais fácil entre aspas. Para mim, o homem ainda é visto como o empreendedor de sucesso, empresário. Mas o homem branco, porque se esse empreendedor for preto, aí existem várias outras dificuldades. O empreendedor branco tem uma gama muito maior de ser atingida, ele é visto como o 'uau', ele é o *creator*, nossa, ele é demais'. E existe muita gente fazendo isso na periferia há muitos anos e que não é visto dessa forma (Ana Maria, AD22).

Enquanto o homem negro empreendedor é posicionado como o Outro, a empreendedora negra habita o que Kilomba (2019) considera um espaço vazio ou terceiro espaço. Trata-se de um espaço que se sobrepõe às margens da raça e do gênero, sustentado pela polarização do mundo em negros de um lado e mulheres do outro, constituindo narrativas separadas. Essa separação, segundo Kilomba (2019) contribui para a invisibilidade das mulheres negras, que passam a ser consideradas não como Outro, mas como Outridade, ou seja, em um processo para tornar-se o Outro, mas representando um tipo de ausência dupla, uma vez que se constituem de antítese tanto da branquitude quanto da masculinidade.

Akotirene (2018) considera que a interseccionalidade permite às feministas uma compreensão da fluidez das identidades vistas como subalternas e

consequentemente impostas a preconceitos, subordinações de gênero, de classe e de raça às opressões. Esse lugar de subalternidade se reflete também no empreendedorismo, em que a construção social admite ou não que mulheres negras atuem em determinados segmentos, como por exemplo, no mercado de vinhos e bebidas finas, na área de finanças ou na área de tecnologia, segmentos considerados mais masculinizados e em alguns casos, elitizados. O relato de Cidinha reforça o que Carneiro (2003) salienta sobre como a raça se constitui de principal eixo articulador e seus impactos sobre como as relações de gênero determinam sua própria hierarquia na sociedade.

Tem esses marcos assim, tem algumas *sommeliers* negras, mulheres, existe também este cenário, mas é um mercado totalmente masculino, é um mercado voltado para o *status*, *status* está muito atrelado à riqueza, a quem tem condições, então ainda tem um viés que é muito masculino. Porque quem vende vinho, quem fala de vinho, é o branco, homem, burguês. A gente tem essa questão da Europa, então como é que uma pessoa do interior, preta, gay, vem da periferia e entende de vinho? Onde é que está essa relação? O nosso olhar social está muito ligado a isso, ao trabalho para entender. Eu sou uma mulher negra, vim da periferia, sou gay e trabalho com vinho. Muitas vezes dentro do meu círculo de negócios as pessoas já me olham e elas entendem tudo, menos que eu trabalho com vinho. Porque por concepção física, eu não tenho atributos que me legitimem como uma pessoa que vende vinho (Cidinha, AD33).

O exemplo de Cidinha demonstra também a necessidade de que ela seja constantemente “lida” nos seus círculos de relacionamento. Por ser mulher, a sociedade tem dificuldades de enxergá-la como empreendedora no ramo de vinhos e bebidas finas. Por ser mulher, a construção social também tem dificuldades de enxergá-la como uma empreendedora que não empreende na lógica da sobrevivência. Assim, no contexto empreendedor, mais do que ser o Outro, a mulher negra sofre dupla exclusão (JONES; SPICER, 2005; KILOMBA, 2019). Conforme argumenta Kilomba (2019), a exclusão de gênero ocorre porque enquanto a mulher branca é posicionada como o Outro, a mulher negra é invisibilizada nas discussões acadêmicas e de mercado. E a exclusão de raça ocorre porque sendo o homem branco o Outro, a mulher negra é novamente invisibilizada, uma vez que o Outro racial é o homem negro (OZKAZANC-PAN, 2014).

Adicionalmente, a mulher empreendedora negra tende a ter seus empreendimentos constantemente desqualificados, especialmente as atividades

realizadas por empreendedoras periféricas, vinculando-as exclusivamente à lógica da sobrevivência. As atividades empreendedoras realizadas por mulheres brancas também são regidas pelas normas relacionadas a necessidade de “fazer algo para sobreviver”. Entretanto, mesmo a sobrevivência possui recortes diferentes relacionados à raça. No caso da mulher empreendedora branca, a sobrevivência está atrelada ao desafio. Já para a mulher empreendedora negra, a sobrevivência é associada à obrigação. Conforme o relato de Lélia:

O gênero é em comum, mas os atravessamentos que o gênero vai produzir na vida das duas é totalmente diferente. Uma coisa é uma mulher branca ter filho e ser empreendedora, ela é colocada no lugar do desafio. Essa mulher preta que tem o filho, ela é colocada no lugar da obrigação. ‘Porque ela tem o filho, porque ela tem...porque ela quis’. É obrigação dela ter que cuidar daquele filho. Não interessa se ela quer outra coisa, não só como ter o filho, mas qualquer outra coisa. Até ficar doente por exemplo. Se uma mulher negra empreendedora diz que está doente e não pode atender um cliente, eu já presenciei isso na minha pele. Meu pai faleceu e eu tive que desmarcar praticamente duas semanas de trabalho. E eu perdi um trabalho muito grande em que me substituíram por outra pessoa. Há sensibilidade? Porque ela está com aquela dor e ela tem que estar aqui e pronto. Mas se fosse uma pessoa branca, a concepção de for seria totalmente diferente. Mesmo se ela fosse uma mulher. A comparação entre homem e mulher, ela nunca vai se dar na mesma página, porque ela vai se comparar entre a mulher branca e depois ela vai se comparar ao homem (Lélia, AD99).

O exemplo de Lélia demonstra como a performatividade de gênero e de raça se articulam e de que maneira as relações de poder atuam como discursos (BUTLER, 1993). A visão da performatividade implica que todo discurso possui uma história que influencia e é influenciado pela contemporaneidade (BUTLER, 1993). Até os dias de hoje, a noção de força e de dor é enxergada de forma distinta entre mulheres brancas e mulheres negras, demonstrando a reprodução discursiva que perpassa gerações.

O questionamento de Sojourner Truth (1851) segue sendo perpetuado na fala de Lélia, quando ela também se questiona, por meio da dor de perder seu pai, sobre como a sociedade enxerga a dor de mulheres brancas e mulheres negras de forma distinta. Kilomba (2019) argumenta que esses discursos perpetuados sustentam a construção da identidade da mulher negra como uma mulher superforte, que possui a capacidade de sobreviver sob condições adversas, invisibilizando sua dor e sofrimento, aprisionando esta mulher em uma imagem idealizada que não permite manifestar a existência de práticas racistas.

Adicionalmente, a desqualificação da mulher empreendedora periférica e de seu empreendimento é algo constante na fala de todas as entrevistadas, reforçando como gênero, raça e classe se articulam (AKOTIRENE, 2018) e reproduzem o conjunto de normas, padrões e comportamentos do que se espera de um “bom empreendedor” (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004). Imas, Wilson e Weston (2012) chamam esses constantes questionamentos de “conto do empreendedor hegemônico” e ressaltam a necessidade de compreensão do empreendedorismo para além das noções essencializadas, por meio das atividades e narrativas consideradas invisíveis. Essa invisibilização da mulher empreendedora periférica se faz presente pela dificuldade de compreensão das próprias participantes da pesquisa como empreendedoras.

A reprodução discursiva das normas (FOUCAULT, 1979) é retratada também por meio do uso de palavras no diminutivo, como forma de desqualificar a atividade empreendedora realizada nas comunidades, associando-o a mais uma vez a fazer algo para sobreviver. “Fazer um servicinho, vender um bolinho, trançar um cabelinho” não se constituem empreendedorismo a partir da perspectiva hegemônica. Entretanto, conforme sugerem os Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo, a problematização sobre os discursos dominantes que circulam nas descrições do dia a dia empreendedor (TEDMANSON *et al.*, 2012) passam a ocorrer quando as próprias empreendedoras entrevistadas tomam consciência de suas funções e reconhecem que suas atividades, mesmo que distintas do que é visto como empreendedorismo, também possuem características que as aproximam da lógica de mercado, mas indo além do contexto econômico e de inovação.

Mesmo assim, para muitas, a legitimidade como empreendedora só ocorre quando esta consegue se tornar um sujeito inteligível por meio do gênero (BUTLER, 2004), da raça e da classe. Conforme explica Souza (2017), não é o sujeito que se identifica com algo, mas a repetição das normas que o conduz e o obriga a se identificar com a ordem simbólica. No contexto empreendedor, essa repetição das normas tende a embranquecer a mulher empreendedora negra, para que ela passe a ser vista minimamente como o Outro no empreendedorismo e não como um abjeto, alguém que está fora da matriz heteronormativa de gênero (BUTLER, 2004) e do que é enxergado como “normal” no contexto racial. Para Cidinha, a lógica do embranquecimento é algo comum em sua rotina:

É muito louco, acho que quando você começa a estudar, entender e ter consciência. Porque em alguns casos a ignorância é uma benção. Mas é maravilhoso entender isso. No meu caso, muitas vezes eu vejo o olhar das pessoas querendo me embranquecer. Então eu não tenho muito disso, já ouvi me falarem 'ah, você não é preta, você é morena. Você não é preta, seu cabelo é bom. Não, você não é preta, você é mais queimadinha de praia. Então toda essa reestruturação, porque quando as pessoas falam isso elas me dizem que de onde eu vim é um lugar que não existe, então eu preciso caminhar para um outro lugar. O lugar da branquitude, do eurocentrismo, a África não existe, o negro não existe, o latino não existe, para vinho o que existe é a Europa. Então a Europa é o velho mundo, quem estuda há mais de 500 anos sobre vinho (Cidinha, AD36).

A lógica do embranquecimento relatada por Cidinha é explicada também pela constante necessidade de reposicionamento da mulher negra, a partir da inteligibilidade explicada por Butler (2004). Uma vez que o que foge ao hegemônico causa estranhamento, as mulheres tendem a ser “encaixadas” em categorias identitárias que permitam às empreendedoras se tornarem inteligíveis do ponto de vista de raça e de classe, por meio de discursos que aproximem a mulher negra de pele clara da mulher branca.

Kilomba (2019) chama esse processo de “invisibilização do visível”, uma repentina incapacidade de enxergar a raça, na qual a negritude é apenas admitida em sua forma negativa e as pessoas brancas não veem a necessidade de se demarcar como racializadas. Akotirene (2018) ressalta que o ocidente tende a secundarizar raça e classe, o que faz as mulheres terceiro-mundistas serem enxergadas por “olhos ocidentais”. Assim, a aproximação à lógica da branquitude reforça o mito da democracia racial, por meio da mestiçagem, por vezes invisibilizando as discriminações raciais e à solidão política da mulher negra (AKOTIRENE, 2018).

Apesar de ser fundamental compreender a identidade da mulher empreendedora a partir de suas interseccionalidades de raça e classe no contexto brasileiro, a heteronormatividade de gênero e de raça segue sendo reproduzida nos discursos que circulam sobre o empreendedorismo. Entretanto, foi possível identificar também esforços iniciais para romper com a lógica heteronormativa de gênero e de raça, a partir das ressignificações da mulher empreendedora negra em mercados dominados pelo masculino e por homens. Esses esforços são apresentados a seguir, onde busco problematizar como ocorre a (re)construção identitária da mulher empreendedora e a forma como enxergam os seus empreendimentos, por meio do conceito de *queering* empreendedorismo.

5.3.2 *Queering* empreendedorismo: a (re)construção identitária da mulher empreendedora negra a partir de seus empreendimentos

Neste tópico, busco identificar como os discursos sobre o empreendedorismo presentes nas entrevistas tendem a reposicionar a mulher empreendedora negra e seus efeitos para a identidade de gênero e de raça no empreendedorismo. Na abordagem pós-estruturalista, a noção de identidade é vista como algo descentralizado, descentrando noções fixas, uma vez que se trata de algo fragmentado e em constante construção (SEIDMAN, 1997).

Mel é empreendedora no ramo musical e atua como DJ há mais de dez anos. Faz questão de reforçar que atua no empreendedorismo, pois segundo ela mesma relata, “as pessoas até hoje têm dificuldade de saber o que eu faço”. Esse constante estranhamento ocorre porque Mel não se utiliza de expressões tradicionais para se referir como uma empreendedora, tais como dizer que tem um próprio negócio, falar de seus investimentos ou considerar seu tipo de atividade como um produto ou serviço que precisa efetivamente dar lucro. Entre as dificuldades que enfrenta, está o estranhamento por parte dos especialistas em negócios sobre o tipo de atividade que exerce no empreendedorismo:

E aí quando você vai explicar o seu negócio para um especialista, ele vai colocar você em uma caixinha. Ele vai olhar e falar: ‘tá bom, você é lojista, você é comerciante, você vende produto’. Mas quando você vai explicar para ele qual o motivacional de você vender aquele produto, ele não entende. Então eu acho que o diferencial no empreendedorismo de cultura é a comunicação. A gente consegue empreender, falar de negócios, fazer negócios, vender, mas não necessariamente usando esse termo técnico esse tempo inteiro. Eu não preciso ficar esse tempo todo verbalizando que eu tenho um concorrente, entende? Porque a gente tem os nossos concorrentes, obviamente, mas a gente não dialoga nesse sentido. Porque o empreendedorismo ele entra muito em um setor de competitividade com o mercado e aí a vida do empreendedor é ficar o tempo inteiro achando formas de conseguir vender, formas de conseguir ser melhor, formas de obter lucro, formas de conseguir manter a empresa dele e aí vai, vai, vai e não respira (Mel, AD52).

Mel é um exemplo do McWhorter (2012) considerando uma das possibilidades de *queering* empreendedorismo. Para Rumens (2017) a posição marginal da teoria *queer* dentro dos negócios e da gestão podem ser lidas como uma necessidade, em

função do seu potencial crítico e das consequências para as rupturas com o normativo. Entretanto, McWhorter (2012) alerta que no empreendedorismo, mais do que tornar *queer* uma identidade normalizadora, é necessário tornar *queer* a subjetividade neoliberal, ou seja, a compreensão identitária sobre o empreendedorismo por parte da sociedade.

Para isso, uma das possibilidades de *queering* empreendedorismo está no que a autora chama de ressignificar a nossa linguagem. Quando Mel diz que não vê necessidade de falar sobre negócios a todo momento, ela para de se descrever como um investimento e passa a se enxergar de forma alternativa no contexto empreendedor. Essa nova construção identitária, por meio da ressignificação da linguagem, causa estranhamento a quem compreende o empreendedorismo a partir do contexto de competitividade, uma vez que não identifica o uso de termos e expressões “comuns” para o empreendedorismo como atividade econômica. Entretanto, mesmo nas falas de Mel, é possível identificar a lógica heteronormativa de gênero (BUTLER, 2004), uma vez que o especialista, o profissional referência no empreendedorismo segue sendo um homem.

Outra possibilidade de *queering* empreendedorismo apresentada por McWhorter (2012) está nos desejos e prazeres não baseados no mercado e nem no valor de mercado. Para Rumens (2017), apesar de não haver um plano para *queering* os negócios e a gestão, uma vez que isso impõe limites à capacidade de escapar dos limites das normas, é necessário pensar em formas que possibilitem a ruptura das designações existentes e oposicionistas relacionadas à sexualidade e ao gênero. O relato de Sonia demonstra o que traz a ela a alegria e motivação por meio de sua atividade como barbeira. Para ela, as formas de expressar prazer ou desejo em termos não financeiros e não mercantis está na possibilidade de pensar coletivamente sobre o que significa ser uma mulher negra empreendedora e quais as consequências de sua atividade no empreendedorismo:

Eu tenho um grupo de mulheres empreendedoras no *WhatsApp* e eu vejo que as formações, as trocas que a gente tem, tudo isso meio que ajuda e contribui para ressignificar o empreendedorismo para a mulher que está nessa rede. Tudo isso eu acho que é um conjunto de coisas que vai proporcionando essa facilitação, essa ressignificação. Por exemplo, eu vejo muitas clientes que reclamam que onde cortavam o cabelo eram umas conversas chatas, sempre tem, em barbearia de homem, sempre tem essas conversinhas. Ou não se sentiam confortáveis ou o próprio barbeiro falava, não, não corta não, seu

cabelo é tão bonito. Alisava o cabelo, esse tipo de coisa. Então pensei em trazer esse ambiente confortável para outras mulheres também, cortar o cabelo com outra mulher, que vai entender e que vai te tratar com respeito (Sonia, AD39).

Mais uma vez a ruptura com o normativo na subjetividade neoliberal é identificada na forma como Sonia apresenta o seu trabalho e a rede de relacionamento que possui com outras mulheres negras empreendedoras. Importante ressaltar que a subjetividade neoliberal deriva do conceito de governamentalidade neoliberal proposto por Foucault (1991), cujas discussões estão relacionadas à capacidade dos sujeitos de produção social a partir do governo de si e de uma liberdade que permita ao sujeito ser ajustável e flexível (LEMKE, 2001). Para McWhorter (2012), para resistir às tecnologias disciplinadoras, é necessário desafiar a redução neoliberal que posiciona os indivíduos como “empreendedores de si mesmos”.

Adicionalmente, para além da resignificação da linguagem empreendedora e dos desejos relacionados ao empreendedorismo, *queering* empreendedorismo também está relacionado à autocompreensão sobre a abordagem das próprias ações no dia a dia empreendedor e sobre como essas mulheres convivem com relação aos outros (McWHORTER, 2012). Os relatos de Geni e de Lia contribuem para demonstrar como as duas, a partir de suas atividades diárias, resignificam as relações empreendedoras no dia a dia, por meio da maneira como se veem no contexto empreendedor. Geni é uma mulher negra que atua como empreendedora na área de finanças há dois anos. Antes disso, trabalhava no mercado financeiro, um segmento que, segundo ela, é regido por “homens brancos privilegiados que não aceitam a posição de uma mulher em uma mesa de reuniões”. A forma como aborda sua atividade no empreendedorismo ainda costuma causar estranhamento junto às pessoas com quem se relaciona:

As pessoas acham que para falar de dinheiro a gente precisa ter nascido em berço de ouro. Muito pelo contrário. Se a gente que nasceu sem berço nenhum, dormindo na caminha junto com o papai e com a mamãe, é aí mesmo que a gente precisa falar, ler, aprender a lidar com o dinheiro. Porque a gente só vai transformar as nossas vidas a partir do momento em que a gente entender que ele é sim um ato político, é também um ato de desenvolvimento, é uma autorresponsabilidade lidar com ele e ir buscando cada vez mais os seus sonhos através dele (Geni, AD72).

Lia, por sua vez, é uma mulher negra empreendedora que atua no ramo de construção civil há sete anos. Antes disso, foi motorista de caminhão e de aplicativo. Para ela, ser negra e ser mulher na construção civil é um diferencial:

Eu tenho esse diferencial de ser negra, de ser mulher e eu tenho que me aproveitar disso. Eu vou numa cliente, eu faço curso entre os grandes pintores. Eu levo o nome do Estado hoje em alguns lugares, alguns cursos que eu faço *online* e de outras empresas, alguns outros grupos de pintores que a gente tem no Brasil todo. Me especializei nisso e considero que atuar no meu tipo de empreendimento é uma grande vantagem. Quando eu comecei a me perceber como empreendedora e como pessoa negra, eu comecei a entender que as mulheres pretas na verdade, não começaram a empreender agora. Elas vêm de uma trajetória empreendedora que vem de uma construção muito ancestral (Lia, AD46).

Os discursos sobre o empreendedorismo presentes na entrevista de Lia demonstram uma possibilidade de reconstrução da identidade empreendedora por meio da ressignificação da raça. Conforme ressalta Miskolci (2009), uma vez que a teoria *queer* parte de uma desconfiança com relação aos sujeitos estáveis e foca nas estratégias sociais normalizadoras do comportamento, Lia rompe com essa estrutura normativa ao demonstrar e adotar na sua rede de relacionamentos, que ser mulher negra e empreender no ramo de construção civil é uma vantagem e um diferencial. Essa ruptura com a lógica heteronormativa de gênero no empreendedorismo, por meio da problematização dos discursos normalizadores que ainda circulam na sociedade sobre o tema, bem como as possibilidades de compreensão do fenômeno de forma alternativa por meio do *entrepreneurship* são apresentados a seguir.

5.4 DIMENSÃO SUBJETIVIDADES

A segunda dimensão de análise foi a de Subjetividades. Nesta dimensão, duas categorias foram geradas, a primeira relacionada aos discursos de normalização que circulam sobre o empreendedorismo e a segunda relacionada ao uso da expressão *entrepreneurship*, ou seja, a compreensão do empreendedorismo a partir de suas múltiplas possibilidades, em um processo dinâmico, não linear e fragmentado. Os discursos normalizadores tendem a reproduzir os discursos que reafirmam a heteronormatividade de gênero (BUTLER, 2004), que consideram o empreendedor

como figura heroica e de sucesso e a mulher como bem-sucedida apenas quando acompanhada de uma figura masculina, seja ela um sócio, cônjuge ou parente.

Merecem atenção também os aspectos de raça, que tendem a posicionar a mulher empreendedora negra como empreendedora social, reforçando uma lógica de subserviência (ALMEIDA; DIAS; SANTOS, 2021). Destaco também a heteronormatividade existente nos discursos relacionados à orientação sexual das mulheres que empreendem em ramos dominados pelo masculino ou por homens, em uma tentativa de aproximação desta empreendedora a aspectos relacionados à masculinidade.

Com relação aos discursos relacionados ao *entrepreneurship*, a realidade e os relatos das mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em mercados dominados pelo masculino e por homens permitem identificar a compreensão do empreendedorismo como *entrepreneurship* ao demonstrar a construção de uma identidade empreendedora fragmentada, fluida e nunca acabada; como um fenômeno que busca a transformação social e como uma das possibilidades de resistência no empreendedorismo.

5.4.1 Os discursos normalizadores sobre o empreendedorismo

Para Butler (2004), os processos de normalização resultam das normas que regem as práticas sociais. De acordo com Foucault (1979), essas normas podem se traduzir em narrativas, comportamentos, rituais, fórmulas, textos, conjuntos ritualizados de discursos que se narram conforme circunstâncias bem determinadas, coisas ditas uma vez e que se conservam. Conforme sugere o autor:

Em suma, pode-se supor que há, muito regularmente nas sociedades, uma espécie de desnivelamento entre os discursos: os discursos que 'se dizem' no correr dos dias e das trocas, e que passam com o ato mesmo que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de certo número de atos novos de fala que os retomam, os transformam ou falam deles, ou seja, os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, *são ditos*, permanecem ditos e estão ainda por dizer (FOUCAULT, 1979, p. 22).

A normalização dos discursos sobre o empreendedorismo foi uma constante em todas as entrevistas, por meio de exemplos, rituais, comportamentos, falas e atitudes relacionadas ao que significa ser um homem ou uma mulher que empreendem. Entretanto, merecem atenção as questões relacionadas à: a) reprodução dos discursos que reafirmam a heteronormatividade de gênero; b) aos aspectos de raça e empreendedorismo social; e c) às questões relacionadas à orientação sexual das mulheres empreendedoras.

Os estudos de Bruni, Gherardi e Poggio (2004) sobre mentalidade empreendedora demonstram que historicamente o empreendedorismo tende a se localizar no universo masculino, com associação à figura heroica dentro de um sistema econômico. Tais estudos são refletidos nos exemplos e relatos das entrevistadas, que reforçam a heteronormatividade de gênero (BUTLER, 2004), existente até os dias atuais no empreendedorismo por meio da idealização do homem como figura de sucesso. Conforme relata Cidinha, o empreendedor “normal” é homem e mesmo as premiações e reconhecimentos do mercado de vinhos e bebidas finas, seu ramo de atuação, possuem nomes de figuras masculinas:

Se você pegar aí os maiores, os reconhecedores, a gente fala, até os que dão medalha, por exemplo, esse vinho é medalha Robert Parker, os maiores nomes são do gênero masculino. Se você pegar alguns vídeos, alguns filmes, tem lá ‘O Julgamento de Paris’, que conta a história do surgimento dos vinhos californianos, a mesa dos juízes é formada majoritariamente por homens e coisa e tal. Apesar por exemplo de o champanhe ter uma história totalmente feminina, mas porque o champanhe era a pessoa mulher casada com o cara, o cara faleceu e ela assume a vinícola, assume a vinícola de champanhe, ela faz a marca de champanhe e coloca a história de champanhe no ar. Tem esses marcos assim, mas é um mercado totalmente masculino, é um mercado voltado para *status*, *status* está muito atrelado à riqueza, a quem tem condições, então ainda tem um viés que é muito masculino (Cidinha, AD38).

O trecho da entrevista de Cidinha reforça também os aspectos relacionados a normalização dos discursos empreendedores com relação à necessidade de que para a mulher se tornar bem-sucedida no contexto empreendedor, precisa ter ao seu lado alguém do gênero masculino, sendo este homem representado por um sócio, um marido ou parente próximo. Essa naturalização dos discursos sobre o empreendedorismo é vista por Ogbor (2000) como estereótipos sobre empreendedorismo encontrados no discurso, muitas vezes chamados de “verdades

evidentes”. Essas supostas verdades também são relatadas nos exemplos de Sonia, que durante sua vida como empreendedora no ramo de barbearia foi constantemente questionada sobre onde estão os homens que a ajudam a administrar seu próprio negócio e sobre suas habilidades em realizar o trabalho:

É difícil né, a galera vê como se a gente fosse menos capaz, principalmente neste ramo que eu atuo. Eu já trabalhei em algumas barbearias, antes eu trabalhava com homens e tinha gente que não queria cortar cabelo comigo, porque mulher não saber cortar cabelo. Eu sei cortar cabelo, eu trabalho com isso, não é à toa que eu trabalho com isso. É f.... né...essa é a palavra. Tem a questão do machismo também, a galera não respeita o trabalho da gente, falando bem diretamente mesmo, a galera não respeita. Não tem nada parecido mesmo, eu acho que os caras às vezes têm o privilégio que eles não reconhecem e eles tratam como se a gente tivesse esse privilégio também ou fosse algo normal. Como se a gente estivesse no mesmo patamar, mas a gente nunca vai estar no mesmo patamar. Uma coisa que às vezes parece até inalcançável né (Sonia, AD20).

A normalização dos discursos sobre o empreendedorismo relacionados a gênero também tende reproduzir a lógica de que se tornar empreendedora é a melhor alternativa ao desemprego e o equilíbrio entre trabalho e cuidado com a casa (CÁLAS; SMIRCICH; BOURNE, 2009), neste caso, atividades diretamente associadas às mulheres. Conseqüentemente, homens empreendedores tendem a ser posicionados como impulsionadores do crescimento econômico e as mulheres a profissionais que exercem atividades sem orientação para crescimento (MARLOW, 2014). Conforme exemplifica Geni:

Nós temos uma sociedade mundialmente machista, que coloca a mulher em uma condição de subalternidade do seu marido, do seu pai. E ao mesmo tempo a conquista da mulher no empreendedorismo, que também traz a independência financeira através disso, faz com que a gente tenha uma mulher muito mais preocupada com a sua família e com o desenvolvimento da sua família. Então mulheres investem mais nos seus filhos, em educação, alimentação, qualidade de vida e isso torna a mulher diferente. Quando é um homem a gente tem toda uma sociedade olhando como se fosse a descoberta da nova fórmula da lâmpada, onde todos em torno dele dão incentivos que ajudam na conquista disso. E como que ele ajuda: ele não tem uma rotina com casa, ele não tem uma rotina com filho, ele se coloca 100% à disposição do empreendimento dele. E isso não é, não estou falando do indivíduo e sim do comportamento da sociedade em cima dessa construção (Geni, AD26).

Em termos de raça, a normalização dos discursos reflete uma construção social relacionada às mulheres empreendedoras negras, por meio da necessidade de que o

empreendimento destas empreendedoras tenha uma contrapartida voltada para o bem-estar da sociedade, além de uma associação da mulher empreendedora negra a discussões sobre o racismo. Tais comportamentos, reproduzidos por meio de contrastes entre atitudes e comportamentos considerados apropriados ou inapropriados no empreendedorismo refletem o que Butler (2004) considera como formas de (a)normalização das práticas discursivas.

Esses posicionamentos contribuem para a criação de estereótipos que associam empreendimento geridos por mulheres negras a um maior engajamento com movimentos sociais ou de comunidades, bem como a atribuição de características como a habilidade de cuidar, feminilidade e sentimentos maternos (BOWDEN; MUMMERY, 2014). Assim, os discursos relacionados às questões raciais tendem a posicionar a mulher empreendedora negra necessariamente como empreendedora social, mesmo que sua atividade não tenha como objetivo principal o bem-estar da sociedade ou a transformação social. A fala de Lélia sobre o constante questionamento de que ela deixe um legado demonstra a reprodução discursiva dessa construção social:

Uma das coisas que as pessoas sempre pensam de pessoas negras que são reconhecidas pelo seu legado é que elas, não sei de onde eles visualizam e de onde acham que vem esse dinheiro, eles acham que a pessoa tem que deixar legado, mas não precisa construir patrimônio. Então se essa pessoa, ela cobra pelo seu trabalho, pelo seu ofício, ela é sempre questionada. E eu trabalhei isso com todas as pessoas, todos os empreendedores, eu sempre digo pra todo mundo: 'Gente, isso é um trabalho, é o meu sustento, o meu conhecimento que está sendo colocado ali'. E isso está sempre presente na minha área, eu falo pra todo mundo, não tenho meias palavras. E por mais que eu seja da área financeira eles acham que eu sempre vou falar de racismo nas finanças. É sempre nessa ótica que eles colocam mulheres pretas e empreendedoras. Que eu vou produzir, mas que meu trabalho é só social, que ele não visa ao lucro e que eu quero só ajudar as pessoas porque eu tenho uma alma boa ou qualquer outra coisa. Eu quero construir legado, mas eu quero deixar herança (Lélia, AD69).

Por fim, a normalização dos discursos no empreendedorismo também apresenta aspectos relacionados à orientação sexual. Por meio de processos de regulação e controle, a sexualidade da mulher que empreende em segmentos dominados pelo masculino e por homens é questionada, em função do tipo de empreendimento que ela possui. A noção de discurso de Foucault (1979) (re)produz o que é ou não dizível sobre um tópico, tais como a sexualidade. Assim, conforme

explicam Rumens e Ozturk (2019), as relações de poder operam por meio dos discursos que reforçam os significados associados a como a sexualidade é compreendida e experienciada.

Conforme explica Butler (1993), a repetição constante das normas cria um efeito de uniformidade, de definição de masculinidade e de feminilidade. Para se tornar um sujeito inteligível no contexto empreendedor, as mulheres empreendedoras em espaços dominados pelo masculino e por homens tendem a ter sua feminilidade e sua orientação sexual questionadas, contribuindo para a construção de um estereótipo e mais uma vez para a associação de que essas mulheres empreendedoras devam possuir características masculinas ou associadas à masculinidade, para que tenham legitimidade em seus empreendimentos. Geni vivencia essa reprodução identitária de forma constante ao ter sua sexualidade confrontada por atuar na área de finanças:

O dinheiro, ele tem culturalmente uma doutrina mais religiosa, católica, como algo impuro, como algo sujo, ter ambição é um pecado. Lidar com o dinheiro, falar com o dinheiro, não é coisa para mulher, mulher não sabe administrar, são crenças limitantes de uma sociedade machista, que vem através de várias gerações. E quando você vê uma mulher falando não só sobre dinheiro, sobre a situação econômica do nosso país, sobre esses assuntos ligados à economia, principalmente nas áreas periféricas, ainda é assustador. Você ainda é vista como a gananciosa, gosta de dinheiro, tem muita ambição. Como se você fosse uma pessoa fria, sabe. Bem diferente do restante. Porque assim, eu sou do gênero feminino, mas eu sou da orientação sexual de uma mulher cis hetero, porque também tem o recorte de que quando o gênero feminino fala desses assuntos que são considerados masculinos ela é homoafetiva. E aí tem também essa barreira de as pessoas sempre te olharem e questionarem se você é homoafetiva ou não, porque você gosta desses assuntos, sabe (Geni, AD64).

Apesar da existência de discursos normalizadores no contexto empreendedor, a compreensão do empreendedorismo de forma alternativa, por meio das subjetividades existentes no dia a dia das mulheres empreendedoras em segmentos dominados pelo masculino e por homens contribui para ressignificar a constituição de suas identidades no empreendedorismo, por meio dos discursos relacionados ao empreendedorismo como ação, verbo, também chamado de *entrepreneuring*. Os discursos relacionados ao *entrepreneuring* e as categorias encontradas nesta tese são apresentados a seguir.

5.4.2 Os discursos relacionados ao *entrepreneurship*

De acordo com Steayert (2007), a expressão *entrepreneurship* pode ser compreendida a partir de diversos aportes epistemológicos e metodológicos. Neste tópico, apresento os discursos relacionados às abordagens do *entrepreneurship* após a análise do discurso das entrevistadas. Ao considerar a realidade de mulheres que empreendem em segmentos dominados pelo masculino e por homens, foi possível identificar que no contexto estudado, o *entrepreneurship* ocorre por meio de três vertentes distintas: a) como uma identidade empreendedora fragmentada, um processo de fazer e desfazer; b) como fenômeno que contribui para a transformação social; e c) como possibilidade de resistência.

Cidinha, quando pensa em sua forma de empreender no ramo de vinhos e de bebidas finas, tem dificuldade de estabelecer um padrão como empreendedora. Para ela, o empreendedorismo se faz na ação, no dia a dia, um processo constante de descoberta, de tentativa e de erro:

Eu nunca fiz um curso voltado especificamente para o empreendedorismo, eu aprendo muito no dia a dia, no empírico. Obviamente fui desenvolvendo algumas habilidades de negócio, como falei, já trabalhei como empreendedora com a minha mãe quando era muito nova. Eu troco também com os meus colegas de uma forma em geral. Mas eu acho que vou constantemente aprendendo. Tenho vontade de fazer cursos de empreendedorismo, mas a gente percebe muito que empreender é trabalhar no dia a dia, é abrir o olhar, ampliar o horizonte. Porque fazer um Senac, um Sesi, uma faculdade de Administração te ajuda a fazer planilha econômica, *business plan*, retorno, margem, essa parte mais administrativa. Mas o encantamento, o viés mais da parte subjetiva e a responsabilidade com o que você vai empreender, você mesmo precisa descobrir dentro de você para poder atuar (Cidinha, AD53).

No trecho anterior, a dificuldade de Cidinha em relatar qual seria seu padrão como empreendedora demonstra uma das formas de compreender o empreendedorismo por meio do *entrepreneurship*. A fragmentação da identidade empreendedora pode ser exemplificada pela dualidade entre processos, ferramentas e cursos acessíveis sobre o empreendedorismo, em termos objetivos, porém sem desconsiderar um “algo a mais” que está sempre em construção, neste caso, relacionado a características subjetivas existentes no processo de empreender. Para Bruni e Perrota (2014) *entrepreneurship* permite compreender a lógica do

empreendedorismo por meio da multidimensionalidade de experiências e de que forma cada uma delas contribui para a construção da identidade da mulher empreendedora.

Assim como Cidinha, falar sobre empreendedorismo para Jarid é falar sobre uma lógica não linear de espaço e tempo, em que emoções e sentimentos relacionados a aspectos positivos e negativos alternam de acordo com o fluxo da vida cotidiana:

Empreender é uma loucura, correria, atrasos, nossa, eu sou a atrasada da vida, eu estou sempre chegando atrasada nos lugares. Não queria ser assim, mas sou. Mas é corre-corre, cansaço, êxtase, felicidade, ah, é tanta coisa. Porque às vezes você está no meio de um caos e aí eu recebo um e-mail de uma cliente agradecendo ou recebo um *feedback* lindo, verdadeiro (Jarid, AD87).

O relato de Jarid demonstra o que Kauppinen e Daskalaki (2015) compreendem como *entrepreneurship*, a necessidade de reforçar que a identidade empreendedora não se constitui como um estado fixo de existência. Para os autores, tornar-se empreendedor é um processo em que descontinuidades, fragilidades, aspectos positivos e negativos, desempenham um papel importante e é influenciado pelo contexto em que o indivíduo se insere (KAUPPINEN; DASKALAKI, 2015). Em alguns momentos, empreender para Jarid se constitui de uma atividade que provoca *stress*, desafios, dificuldades, ansiedade, mas também prazer, satisfação, alegrias, demonstrando que empreender é um processo de fazer e desfazer, algo em constante construção.

Uma outra possibilidade de compreensão do empreendedorismo como *entrepreneurship* está no que Rindova, Barry e Ketchen (2009) apresentam como o potencial que o entendimento deste fenômeno como ação, um verbo, possui para promover a transformação social. Geni reforça essa lógica do *entrepreneurship*, ao buscar parcerias de negócios ao criar suas turmas de Educação Financeira, bem como decidir para quem prestará seus serviços de consultoria:

Quando vou oferecer meus cursos de Educação Financeira, eu vou atrás de empresas que entendo que possuem a responsabilidade com a sociedade e não fazem, e articulo para que eles possam patrocinar a minha turma que não terá condições de arcar com o curso. E caso eu mesma queira fazer uma

turma 100% gratuita, do meu bolso, será por uma realização pessoal ou por um contrato fechado, uma forma de doar o meu trabalho. Porque a gente entende que o aprendizado financeiro é fundamental para o crescimento de uma sociedade. E que vão surgir dúvidas no decorrer do processo. Hoje eu ajudei uma empreendedora, lá na frente ela vai me ajudar, me abrir uma janela ou uma porta para aquilo que eu não estava esperando (Geni, AD79).

Quando Geni identifica a necessidade de ter seu curso sendo patrocinado por grandes empresas, seu empreendedorismo passa a ser constituir de *entrepreneurship* por meio da adoção de atitudes e comportamentos que alteram práticas diárias (HJORTH; STEAYERT, 2004), bem como busca alterar o que é visto como socialmente “normal”. Uma vez que seu empreendimento não se configura como empreendedorismo social, Geni identifica o potencial do *entrepreneurship* para a transformação social por meio da intervenção ativa e constante de situações no empreendedorismo, o que segundo Johannisson (2011), contribui para uma ruptura com o *status quo*. Neste caso, romper com o normativo, ou seja, com o *status quo* significa identificar quais as oportunidades que seu empreendimento possui de transformar a realidade de pessoas por meio da educação financeira e de que forma vai buscar alternativas para que isso se torne viável dentro de sua forma de empreender.

Em sua atuação como empreendedora no ramo musical, Mel enxerga o potencial que sua forma de empreender possui para transformar a realidade de quem faz parte da sua equipe e de quem está ao seu redor:

Então é algo novo, eu sinto que tem uma galera da música que se assusta comigo às vezes, eu acho, porque não estão acostumados. Mas eu busco criar possibilidades em tudo o que eu posso, dentro de um mercado que possui diversos problemas. Por exemplo, a gente não tem um mercado nacional de produtos para atuar como DJs. Se você for trabalhar como músico, ele vai achar uma guitarra de marca nacional a um preço mais acessível. No universo onde eu estou isso não existe. E alguém precisa fazer. Por isso eu vou lá e vou fazer os nossos próprios produtos nacionais. Por que a gente não pode ter instrumentos nacionais? Por que a gente não pode ter coisas produzidas aqui. É possível. Eu enxergo um problema dentro do meu negócio, dentro do meu ramo, torno os produtos mais acessíveis para quem também quiser atuar como DJ. E ainda conto com a minha equipe, que possui pessoas negras, pessoas gordas, pessoas trans, para fazer isso acontecer (Mel, AD42).

O exemplo de Mel demonstra como a compreensão do empreendedorismo como *entrepreneurship* permite transpor a lógica linear comumente abordada nos

discursos que circulam sobre o fenômeno em busca da criação de algo novo e que contribua para transformar a realidade de outros empreendedores que atuam como DJs. O *entrepreneurship* realizado por Mel vai ao encontro dos estudos de Aldrich e Martinez (2015), uma vez que os empreendedores passam a enxergar uma oportunidade que vai além do contexto econômico, formadas a partir das subjetividades do empreender e da constituição de uma forma alternativa de pensar a sua realidade e a de quem está ao seu redor.

Além disso, ao trazer para sua equipe “pessoas negras, pessoas gordas, pessoas trans”, Mel busca tornar o espaço de trabalho formal mais inclusivo, ao romper com a lógica heteronormativa da matriz sexual em termos de gênero na sociedade, que tende a posicionar esses corpos como “marginais” ou abjetos (BUTLER, 2004). Conforme argumentam Souza e Carrieri (2015), os corpos são permeados por diversos discursos e relações de poder, que produzem corpos vistos como normais ou anormais na sociedade, o que estabelece uma inteligibilidade do corpo por meio de categorias de gênero.

Uma vez que o corpo é um elemento ativo na produção de sua subjetividade, corpos que fogem à lógica binária de gênero e à matriz de inteligibilidade estão mais suscetíveis à estigmatização, discriminação e exclusão social, especialmente de trabalhos formais (RODRIGUEZ, 2020). Pessoas trans, por exemplo, são algo de ódio, crimes, violência física e discriminação no mercado de trabalho (THANEM, WALLENBERG, 2016). As poucas pessoas transgênero que possuem uma carreira bem-sucedida em organizações formais ainda escondem sua identidade de gênero no ambiente de trabalho, além de em função de aspectos relacionados à transfobia, muitos não serem contratados ou promovidos (ALMEIDA; VASCONCELLOS, 2018).

Ter pessoas trans na equipe de Mel permite a essas pessoas se tornarem visíveis, uma vez que essas pessoas passam a se relacionar com clientes, fornecedores e demais públicos do empreendimento de Mel. Isso possibilita, entre outras questões, a compreensão de situações específicas vividas pelas pessoas trans em ambientes de trabalho formal, tais como um processo de aprendizado das empresas para executar ações de inclusão, como atuar em relação a questões básicas, como nome social, uso de banheiros e benefícios de saúde (RODRIGUEZ, 2020). Contratar pessoas trans é, entre outros aspectos, o reconhecimento de sua existência (ALMEIDA; VASCONCELLOS, 2018).

Mel também contribui para tornar o espaço de trabalho mais inclusivo para pessoas negras. Souza e Carrieri (2015) explicam que o corpo está constantemente no meio de uma intensa interação entre a subjetividade e a mente humana. A subjetividade contribui para moldar os corpos e, ao mesmo tempo, é moldada por eles. Diferentemente das pessoas trans, que tendem a ter seus corpos invisibilizados ou considerados abjetos de acordo com a matriz heteronormativa de gênero (BUTLER, 1990), corpos negros tendem a ser posicionados em um lugar relacionado à marginalidade. Conforme menciona Gonzalez (1984, p. 238):

Por que vivem dizendo pra gente se pôr no lugar da gente? Que lugar é esse? Por que será que o racismo brasileiro tem vergonha de si mesmo? Por que será que se tem o “preconceito de não ter preconceito” e ao mesmo tempo se acha natural que o lugar do negro seja nas favelas, cortiços e alagados?

A prioridade de contratação de pessoas negras para fazer parte de sua equipe, faz com que o empreendedorismo de Mel se constitua mais uma vez de *entrepreneurship*, uma vez que ela rompe com os discursos normalizadores que tendem a posicionar homens e mulheres negros no espaço da outridade (KILOMBA, 2019). Mel possibilita a essas pessoas ocupar posições de destaque no seu empreendimento e, conseqüentemente, melhoria das condições de vida desses profissionais, por meio do acesso ao trabalho formal remunerado e dos benefícios trabalhistas vinculados ao regime de contratação (HOOKS, 2013).

Importante ressaltar também no discurso de Mel a ênfase em mencionar que sua equipe conta com pessoas gordas. Martins e Carrera (2020) trazem à tona a problematização de que o corpo gordo é também um dos corpos que estão fora do que se denomina padrão social de beleza, que acarreta, entre outras questões, a exclusão do acesso a esses corpos nos mais diversos lugares, entre eles no ambiente de trabalho. A reprodução discursiva sobre a noção do corpo gordo como um corpo que foge ao padrão acarreta também uma invisibilização, desta vez dos espaços que podem ser ocupados por essas pessoas.

Aires (2019) explica que os espaços não são pensados para que este corpo se sinta acolhido, mas para que se sinta incomodado, ao ponto de tentar mudar sua forma de ser. Mel prioriza a contratação também dessas pessoas, especialmente mulheres negras, uma vez que, conforme explicam Martins e Carrera (2020), essas pessoas

não estão sujeitas apenas às opressões de gênero adicionadas às opressões de gordofobia, mas subjugadas às estruturas de violência que atravessam corpos e subjetividades.

Por fim, os discursos relacionados ao *entrepreneurship* também podem se constituir de possibilidade de resistência. Conforme argumenta Johannisson (2011), o *entrepreneurship* pode contribuir para uma compreensão alternativa das identidades de gênero e empreendedora, por meio do reconhecimento das maneiras pelas quais as relações de poder e possibilidades de resistência são mutuamente presentes e co-produtivas. A forma como Cidinha é percebida no trabalho reforça a possibilidade de resistência por meio do *entrepreneurship*:

Eu já ouvi muito no meu trabalho, que sou emotiva. E um dia eu comecei a pensar, gente, será que isso é uma coisa ruim? Eu nunca chorei em uma reunião, o que é essa emoção? A emoção a que eles se referem é de por vezes tentar contestar uma tomada de decisão, é em tentar sensibilizar porque eu acredito que um fato não tem apenas um lado, ele tem 2, 3, 4, 5, o que não me impede inclusive de tomar decisões boas para o meu negócio. Então a questão de ser emotiva já foi colocada em mim como algo negativo. E eu falo, gente, por que eu sou emotiva, porque eu entro sorrindo na reunião? Então, ok, eu vou trabalhar animada, feliz, eu vou para uma reunião, não vou para a força (Cidinha, AD64).

O trecho do relato de Cidinha demonstra, ainda, que sua realidade é marcada muitas vezes por um contexto que reforça o que Foucault (2003) entende como a forma com as relações de poder agem de forma sutil. Ao ser questionada em sua maioria por homens e por algumas mulheres brancas sobre como sua forma de sorrir é vista como fraqueza, ela busca se utilizar deste elemento como força, mesmo que de forma não estratégica. Sua forma de empreender passa a ser marcada pelo uso de argumentos, atitudes e ações que contribuam para resistir às condições normalizadoras que lhe são impostas para que possa atuar como empreendedora no ramo de vinhos e demais bebidas finas. Adicionalmente, o *entrepreneurship* da atitude de Cidinha relaciona a ação de empreender e uma constante postura de alerta às possibilidades de resistência existentes no empreendedorismo (SABELLA; EL-FAR, 2019).

Apesar da possibilidade de compreensão do *entrepreneurship* como resistência, foi possível perceber que, ao empreender em ambientes dominados pelo masculino e por homens, as relações de poder e possibilidades de resistência vão além da

compreensão do empreendedorismo como verbo, ação. Essas relações de poder e possibilidades de resistência são apresentadas no tópico a seguir, por meio da dimensão Relações de Poder, em que apresento como essas relações se estabelecem por meio do gênero, por meio da atuação empreendedora e das forças hegemônicas que podem contribuir para o assédio dessas mulheres.

5.5 DIMENSÃO PODER E RESISTÊNCIA

Na terceira dimensão encontrada, que chamo de poder e resistência, apresento como ocorrem as relações de poder por meio dos discursos que circulam sobre o empreendedorismo, a partir do poder disciplinar e do biopoder de Foucault (2008). Foi possível identificar, por meio dos exemplos das entrevistadas, que o poder disciplinar se manifesta a partir de mecanismos constantes de vigilância que contribuem para comportamentos e rituais de “verdade” sobre como uma empreendedora deve ser. Essa vigilância constante dita costumes e rituais que devem ser adotados inclusive, na rede social *Instagram*. O biopoder, por sua vez, manifesta-se na produção de sujeitos aptos para o trabalho e como forma de gestão da vida, em uma lógica de inferioridade e superioridade de raças.

Uma vez que poder e resistência se constituem de uma relação, foi possível identificar possibilidades de resistência por meio de formas de reexistência a partir das subjetividades do que essas empreendedoras entendem que são como mulheres e como formas de reexistência por meio de suas atividades no empreendedorismo. O detalhamento das relações de poder e possibilidades de resistência são apresentados a seguir.

5.5.1 As relações de poder no empreendedorismo: poder disciplinar e biopoder

Conforme afirmam de Souza, Costa e Lopes (2019), os processos de subjetivação operam e circulam por meio de dispositivos de poder. Dispositivos não devem ser compreendidos como estruturas determinísticas de poder, uma vez que para Foucault (1979) o poder não é algo apenas negativo, restritivo e repressor, mas

produtor de formas de existência subjetiva. Além disso, os elementos do dispositivo não se constituem de campos discursivos ou não discursivos, por isso, é necessário avaliar as interconexões entre esses elementos, pois o dispositivo possui uma natureza relacional (RAFFNSOE; GUDMAND-HOYER; THANING, 2016).

Dos três dispositivos abordados por Foucault (2008) como atuando de modo interconectado na sociedade (a saber: dispositivo legal, dispositivo disciplinar e dispositivo de segurança/defesa social, também chamado de biopolítica), foi possível identificar nos discursos analisados características que remetem ao poder disciplinar e à biopolítica. Não foram identificados, contudo, nos discursos das mulheres empreendedoras entrevistadas, elementos que me permitissem concluir a existência de relações de poder legal.

Uma explicação para a inexistência de poder legal pode ser em função da natureza desta relação, marcada por uma ordem proibitiva e sustentada por punições, mas apenas quando a situação já ocorreu e não com foco na prevenção (FOUCAULT, 1979). Além disso, conforme ressalta Temple (2014), em sua obra “A vontade de saber”, Foucault tende a demonstrar que o poder disciplinar e a biopolítica podem se constituir de um denominador comum, chamado de biopoder. Assim, com o exercício das práticas disciplinares e biopolíticas, surge a era do biopoder (FOUCAULT, 1979).

Importante reforçar que poder e resistência se constituem de uma relação, ou seja, o poder não se encontra em condição de exterioridade à resistência e vice-versa (SOUZA *et al.*, 2006). Entretanto, para possibilitar uma melhor compreensão dos elementos que constituem os dispositivos de poder disciplinar e biopoder encontrados nos discursos; nesta tese, as apresentações dos dispositivos de poder e suas possibilidades de resistência no empreendedorismo são apresentadas de forma separada.

Segundo Foucault, “[...] o exercício da disciplina supõe um dispositivo que obrigue pelo jogo do olhar; um aparelho onde as técnicas que permitem ver induzam a efeitos de poder” (FOUCAULT, 2008, p. 173). O autor chama essas técnicas de “observatórios da multiplicidade humana” que, no contexto empreendedor, foram identificados nos discursos das empreendedoras por meio da sensação que essas possuem de uma eterna vigilância. Essa vigilância não almeja a execução ou exclusão do condenado, mas a correção, disciplina, que contribui para a criação de corpos

padronizados. O relato de Cidinha demonstra como a vigilância é uma constante em sua vida:

Eu não posso estar cansada, não posso estar desarrumada, não posso tomar uma cerveja, tenho que tomar sempre vinho, tenho que ter um compromisso que está atrelado ao meu negócio. Quando eu fico fora disso, está errado ou me deslegitima ou mostra para todo mundo “tá vendo, ela não entende nada de vinho, toma até cerveja” (Cidinha, AD71).

No exemplo de Cidinha, é possível perceber como o poder disciplinar influencia seus comportamentos, sua forma de agir, fazendo o que Foucault chama de uma “manipulação calculada dos elementos, gestos e comportamentos” (FOUCAULT, 2008, p. 139). Entretanto, essa disciplina não possui caráter punitivo, mas de constante vigilância. Mesmo quando está sozinha ou com sua companheira, a norma rege a sua forma de pensar e de agir, o que leva à produção de realidades normalizadoras, campos de objetos e rituais de “verdade”.

Os dispositivos de poder criam categorias e hierarquias identitárias pelos chamados jogos de verdade. Por meio deles, somos destinados a uma certa maneira de viver ou de morrer (FOUCAULT, 2002). Esse sistema de classificação e as categorias constituídas nos jogos de verdade apresentam todo um aparato de punição e recompensa que, segundo Dreyfus e Rabinow (1995), fixa a identidade, impõe uma lei de verdade em que lhes é necessário reconhecer e em que os outros devem reconhecer neles. No discurso de Cidinha, a identidade como uma mulher que empreende no ramo de vinhos e bebidas finas fixa uma lei de verdade que lhe impõe limites relacionados ao que pode ou não consumir, sobre o que pode ou não falar, de quais eventos ela pode ou não participar.

Similar ao discurso de Cidinha, Conceição considera que por empreender no ramo de hamburgueria gourmet, seu trabalho é constantemente avaliado não só por seus clientes, como também por pessoas da sua família e do seu círculo de amizades. Entretanto, uma particularidade no exemplo de Conceição diz respeito a uma outra característica do poder disciplinar. Neste poder, tal como apresenta Foucault, a subjetivação ocorre também enquanto sujeição ou assujeitamento. Essa constituição do sujeito que se realiza como um dobrar-se sobre as forças de fora. (TEMPLE, 2014).

No caso de Conceição, essas forças de fora estão presentes a partir dos olhares vigilantes das redes sociais:

Durante muito tempo, eu não tinha coragem de falar nos *Stories* do *Instagram*, não tinha coragem de me mostrar, de dizer quem eu era porque eu achava que, por eu ser homossexual, a pessoa não iria nem querer comprar nem um hambúrguer lá, por causa disso. Pensava, nossa, mas todas as hamburguerias que eu conheço, todos os donos são homens, só tem homem, só eu de mulher e ainda sou homossexual, o pessoal vai ficar falando, não vai querer comprar. Ou quando alguém me perguntava assim, com o que eu trabalhava, eu dizia “ah, eu tenho uma hamburgueria”. Eu dizia tão acanhada, que a voz nem saía. As pessoas falaram tantas coisas que aquela “roupagem” a gente meio que veste e eu nem conseguia falar o que eu fazia (Conceição, AD36).

A figura do panóptico de Foucault ganha novos contornos com o surgimento das redes sociais *online*. Mesmo que não tenha visto ou lido nenhum comentário a respeito de sua orientação sexual ou de seu trabalho como dona de uma hamburgueria gourmet, seu imaginário projeta uma necessidade de se recolher, de não se manifestar, para evitar situações que venham a ser desagradáveis. Para Foucault (2008) a disciplina age enquanto força fictícia, mas não deixa de produzir realidades. Isso não significa que a força não seja real, uma vez que ela é, mas o modo pelo qual os mecanismos de vigilância operam, permite, propositalmente, que quem é vigiado tenha sempre a dúvida de estar ou não estar sendo (TEMPLE, 2014).

Conceição não sabe realmente o que as pessoas pensam sobre ela ser uma mulher lésbica empreendedora e dona de hamburgueria gourmet. Entretanto, ao fazer qualquer postagem em seu *Instagram*, este possui mecanismos que permitem ao usuário ver sem ser visto, seja por meio de visualizar o *post* e não curtir, seja ao visualizar os *Stories* e não fazer nenhum comentário. Assim, por meio do poder disciplinar, há uma força que a controla e a coage a cumprir uma função que ela acredita que deva cumprir, neste caso, não mencionar que possui uma hamburgueria ou falar abertamente sobre sua orientação sexual. Trata-se da produção de comportamentos disciplinados, que passam a ser assumidos mesmo quando os mecanismos de controle não se fazem presentes explicitamente (FOUCAULT, 2008).

Adicionalmente, o exemplo de Conceição demonstra como os discursos que circulam sobre o empreendedorismo ainda tendem a invisibilizar a mulher lésbica como empreendedora de sucesso, o que Marlow, Greene e Coad (2017) reforçam

sobre a mulher heterossexual ainda ser a personificação visível do sujeito de gênero. Assim, Conceição teme não ser reconhecida como empreendedora de sucesso não só por ser uma mulher que empreende em mercados dominados pelo masculino e por homens, como também por ser uma mulher lésbica que ocupa este espaço no empreendedorismo.

Para Foucault (2008), o biopoder se manifesta a partir das análises que desenvolve da biopolítica, em que apresenta como hipótese que:

[...] com o capitalismo não se deu a passagem de uma medicina coletiva para uma medicina privada, mas justamente o contrário; o capitalismo, desenvolvendo-se em fins do século XVIII e início do século XIX, socializou um primeiro objeto que foi o corpo enquanto força de produção, força de trabalho. O controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera simplesmente pela consciência ou pela estratégia poder-saber, mas começa pelo corpo, com o corpo. Foi no biológico, no somático, no corporal que, antes de tudo, investiu a sociedade capitalista. O corpo é uma realidade biopolítica. A medicina é uma estratégia biopolítica (FOUCAULT, 2008, p. 80).

Foucault desenvolveu o conceito de biopolítica para descrever uma variante de poder que não mais simplesmente restringe ou delimita os indivíduos, mas investe na “própria vida” (WALKER; FLEMING; BERTI, 2021). O exercício do biopoder implica a prática de uma tecnologia de poder que não se dirige apenas ao corpo, mas à vida, ou seja, sobre os processos da vida, tais como morte, nascimento, trabalho, velhice, produtos do trabalho e sua circulação (FOUCAULT; TEMPLE, 2014). Assim, as práticas de biopoder funcionam como ponto de articulação entre as disciplinas do corpo e a regulação da população. Esses aspectos foram identificados nos discursos das mulheres empreendedoras de duas formas: 1) como regulação do trabalho e; 2) como forma de gestão da vida, a partir da divisão dos corpos em uma lógica de superioridade e inferioridade de raças.

Nos discursos existentes a partir do relato das entrevistadas, foi possível perceber que o biopoder como regulação do trabalho é exercido a partir da relação entre os tipos de corpos e os espaços empreendedores que esses podem ocupar. A mulher empreendedora negra é posicionada no espaço territorial periférico, mesmo que seu ramo de atividades e seus clientes sejam de regiões mais privilegiadas. Conforme explica Ana Maria:

Em alguns casos somos posicionadas na lógica da subalternidade, principalmente o preto periférico, é visto só naquele nicho de periferia, do território dele. E aí ele já está encaixado ali, se ele sair dali e for para outros lugares, ele é meio que tipo não visto. “Ah, não, o seu ponto é só aqui. Fica aqui e tá bom” (Ana Maria, AD63).

O dispositivo de segurança age de forma condutiva, com o objetivo de facilitar a autorregulação de uma população (FOUCAULT, 2008). Neste caso, o relato de Ana Maria demonstra uma autorregulação por parte da sociedade, que já normaliza a mulher negra empreendedora como periférica e, por isso, uma empreendedora limitada e inferior. Nesse sentido, tanto a mulher negra periférica tem dificuldades de ocupar outros espaços no empreendedorismo, uma vez que é posicionada como em um território específico, como também possui dificuldades de ser enxergada em outros contextos, quando não se trata de uma empreendedora que empreende nesses territórios.

A autorregulação também foi identificada na fala de Carolina, ao relatar um evento que organizou em um parque localizado em um bairro nobre da Grande Vitória:

Uma vez fizemos um encontro lá no parque localizado no bairro X, considerado nobre. E o nosso público é o povo preto. Então lá no parque o encontro iria durar o dia inteiro, começou pela manhã. Então quem estava no parque, que viu o encontro, são aquelas pessoas que moram no entorno ali, no bairro X, que tem o cabelo liso, da pele clara e aquelas pessoas que estavam no encontro destoavam e a gente pensava, “gente, cadê o nosso povo que não chega” (Carolina, AD50).

No exemplo de Carolina, vemos discursos relacionados à autorregulação por meio da inclusão pela exclusão. Para Foucault (2002), trata-se de uma relação de poder que não é ligada ao desconhecimento, mas a uma série de mecanismos que asseguram a formação, o investimento, a acumulação e o crescimento do saber. Carolina foi autorizada a realizar o evento no parque localizado em um bairro nobre da cidade. Entretanto, a inclusão de seu evento em um bairro nobre acaba por contribuir para sua exclusão, uma vez que dificulta os acessos de outras mulheres empreendedoras negras, que muitas vezes não se sentem confortáveis em frequentar aquele espaço.

O exercício do biopoder como forma de gestão da vida, por sua vez, foi identificado nos discursos a respeito da regulamentação do trabalho empreendedor.

Uma vez que o exercício do poder dirigido à população considera o homem branco não apenas como corpo, mas como população, ela passa a ser afetada por processos e conjuntos próprios da vida (FOUCAULT, 2003). Isso significa a possibilidade de intervir sobre os acontecimentos que só se tornam pertinentes uma vez considerados seus efeitos econômicos e políticos (FOUCAULT, 2003). O exemplo de Mel sobre como ela enxerga o empreendedorismo no Brasil contribui para demonstrar essas relações de poder existentes no empreendedorismo:

Eu acho que o Brasil sempre foi empreendedor, principalmente as pessoas pretas, porque se você tem um mercado que não te contrata, que é racista, que diz que você não tem o perfil para trabalhar e aí você vai virar camelô, você vai virar vendedor de pipoca, você vai virar empregada doméstica, isso é empreendedorismo. Aí você começa a perceber que você tem um número de desempregados muito grande. Desempregados entre aspas, porque essas pessoas já estavam há algum tempo fazendo dinheiro. E aí ah, não, vamos criar os MEI, vamos criar os microempreendedores, porque começou-se a perceber que as periferias estavam se movimentando, que o dinheiro estava gritando ali, que os negócios estavam acontecendo e que o governo não estava ganhando esse dinheiro. Então essas pessoas estão se movimentando e onde está esse dinheiro que não está vindo para o meu bolso? Aí eu falo, bom, então eu vou transformar essas pessoas em microempreendedoras (Mel, AD97).

O exemplo de Mel demonstra o que Foucault (2003) considera como a introdução não somente de instituições de assistência, mas de mecanismos sutis, vistos como racionais, de forma a assegurar um poder contínuo, no qual a intervenção da vida humana contribui para a entrada da vida biológica na política. Para Foucault (2008), a tarefa política de se encarregar da vida também distribui os vivos em um domínio de utilidade, de forma a fazer com que as situações mais desfavoráveis da população sejam vistas como mais favoráveis.

Esses mecanismos são demonstrados no relato de Mel ao mencionar que aqueles que são vistos como não tendo o perfil adequado para trabalhar de carteira assinada no mercado formal passam a ser “aceitos” a partir do momento em que começam a produzir, ou seja, ter utilidade, neste caso, financeira. Assim, são criados mecanismos sutis de regulamentação do trabalho empreendedor, com o objetivo de fazer com que corpos antes vistos como um problema social passem a ser incorporados à lógica da produtividade.

Entretanto, uma vez que o poder é sutil e relacional, as manifestações de poder podem gerar possibilidades de resistência. Para Temple (2014), a ideia não é

constatar a resistência pela literatura do que se reproduz academicamente nos últimos anos com a fala de que “onde há poder, há resistência”, mas problematizar a sua possibilidade, de paradoxalmente, efetivar-se nas relações de poder. As possibilidades de resistência são apresentadas no tópico a seguir, por meio das resistências para reexistências enquanto mulher e enquanto empreendedora.

5.5.2 Resistir para (re)existir como mulher

O uso da expressão “resistir para reexistir” foi utilizado entre outros autores, por Irigaray *et al* (2021) para demonstrar como mesmo sem estratégia, algumas situações podem se constituir de resistências que, quando acontecem, permitem ao sujeito reexistir por meio de suas subjetividades. Nas entrevistas foram identificadas a partir dos discursos das mulheres empreendedoras, que sua própria percepção sobre o que significa ser mulher em ambientes empreendedores dominados pelo masculino e por homens atua como possibilidades de resistência e permite a essas mulheres reexistir por meio da identidade de gênero.

Durante anos, Jarid buscou adotar características que fizessem com que ela fosse percebida como mais uma empreendedora que atua no ramo de análises de laboratório para outras empresas, em sua maioria, geridas por homens. Sua forma de se portar, as roupas mais discretas e masculinas que deveria utilizar, seu cabelo alisado e sempre preso, a falta de equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, em função das horas de atividades dedicadas ao seu empreendimento, mesmo com uma filha pequena de quem precisa cuidar. Aos poucos, Jarid sentiu a necessidade de buscar alternativas, conforme ela explicou:

Passava muitas horas do meu dia e da minha semana para me tornar o padrão de fornecedora que eles queriam. E isso foi me cansando. As roupas que usava e que não tinham nada a ver comigo, meu cabelo com esse monte de produto para deixar ele relaxado, minha alimentação toda irregular. E eu comecei um movimento interno, primeiro dentro de casa mesmo, de fazer uma alimentação só orgânica, pesquisando sobre alimentação vegetariana, vegana. E pensei, vou deixar fluir, ver o que vai acontecer. E aí eu estava nesse processo de feira orgânica, alimentação orgânica, yoga e tal, um momento zen da vida, linda. E pensei, vou levar esse movimento para a minha empresa. Mudei minha rotina de trabalho, minha forma de me vestir, cabelo natural, solto e cacheado, não queria mais relaxar o cabelo, na época ainda relaxava. E me lembro da primeira reunião que fiz com o cliente, ele tomou um susto, quase não me reconheceu (Jarid, AD43).

A fala de Jarid contribui para exemplificar a visão de Ashcraft (2005) sobre uma das possibilidades de resistência, a recusa em aceitar a identidade normativa ou um senso de si que ameaça reduzir o sujeito àquilo que é exercido pela norma. Para se encaixar na norma, Jarid adotava mecanismos para se aproximar do padrão masculino ou de mulher branca, neste caso, um padrão eurocêntrico (AKOTIRENE, 2018). Para isso, alisava o cabelo, vestia-se com roupas menos coloridas, alimentava-se quando o trabalho permitia e quando podia, e terceirizava o cuidado da filha.

Até decidir assumir sua identidade como uma mulher negra empreendedora, por meio da mudança do seu estilo de vida, hábitos alimentares, cuidado com a família. No momento em que optou por se aproximar de quem desejava se tornar como mulher, pode-se dizer que o ato de Jarid se constituiu de uma forma de resistência para reexistir como mulher. Tais atos, conforme afirmam Thomas e Davies (2005) se constituem de microemancipações, ou seja, não resultam de uma ruptura completa ou mudança radical, mas se tornam efetivas em seus propósitos, neste caso, ressignificar a norma apresentando para o cliente sua outra possibilidade de existência.

Sonia enxerga sua atuação no empreendedorismo como dona de uma barbearia, um ato político. Para ela, ocupar espaços que as pessoas insistem que não devem ser ocupados por mulheres, pessoas negras e indígenas, por exemplo, passa uma mensagem, uma vez que, segundo ela, “a sociedade não enxerga isso da gente”. Sua forma de resistir para reexistir, no entanto, difere de Jarid, conforme seu relato sobre o que a levou a se tornar empreendedora:

Minha mãe é caixa de supermercado, né, aí ela queria me colocar como Menor Aprendiz lá, só que por causa da minha aparência, tatuagem, piercing, cabelo, eu ficava, ‘nossa, o pessoal vai me tirar’, eu era bem nova, tinha 15 para 16 anos. E eu falei, ah, eu não quero. Mas ela disse que eu tinha que ajudar em casa, lá em casa é minha mãe sozinha. Eu, ela e mais uma irmã mais nova. Na época minha irmã mais velha morava também, aí eu falei que não queria, não queria, não queria. E eu falei, ‘ah, mãe, eu quero fazer algum curso, fazer alguma coisa, montar meu próprio negócio’. Depois do curso, eu até tentei trabalhar em barbearias, todas de donos homens, mas as pessoas ou não aceitavam cortar o cabelo comigo por eu ser mulher e ser diferente, cabelo raspado e tal, ou dizia que o meu trabalho não estava bom porque eu não fazia igual a eles. Saí, me juntei com outras amigas mais parecidas comigo e comecei meu próprio negócio. As pessoas não esperam que uma mulher lésbica, indígena, consiga ocupar um espaço que, querendo ou não, é dominado por homens. Quando elas veem esse tipo de coisa, elas se chocam, mas eu fui lá e fiz (Sonia, AD80).

Diferentemente de Jarid, que por anos buscou adaptar seus hábitos, formas de se vestir e de se portar para se aproximar aos padrões identitários de gênero, Sonia não se enxergava dentro da norma. O seu relato demonstra o receio de não ser aceita, uma vez que sua recusa em aceitar a identidade normativa de gênero a posicionaria como uma categoria à margem, um abjeto, por não conseguir se posicionar em nenhuma identidade (HARDING *et al.*, 2017), bem como se tornar inteligível para os outros (BUTLER, 2004). O estranhamento causado pela presença de Sonia nos espaços empreendedores vistos como masculinos e dominados por homens não ocorre apenas por ela ser mulher, mas por ser uma mulher que resiste ao familiar, tornando-o para muitos algo estranho, ao se apresentar como uma mulher que, a partir das multiplicidades de sua própria existência, questiona o que até os dias de hoje é visto como normal (PARKER, 2016).

Sua existência como mulher indígena e lésbica se constitui de resistência, uma vez que, como ela explica, não se espera que uma identidade de gênero não hegemônica ocupe espaços de protagonismo na sociedade. Epstein (1996), ao problematizar sobre a teoria *queer*, explica que ela não busca normalizar outras identidades e fixar diferentes padrões, mas tornar o normal em permanente contestação. Para Sonia, isso acontece quando ela se apresenta como dona de uma barbearia, demonstrando não só que uma mulher pode ocupar um espaço dominado pelo masculino e por homens, como que essa mulher não precisa seguir um padrão de gênero, uma construção identitária vista pelo senso comum como “normal” (ALEXANDER, 2003). Assim, Sonia, a partir de suas subjetividades sobre ser mulher, resiste para reexistir na sociedade.

Para Scott (2004), quando se trata de resistências, não se pode afirmar que exista um modelo de resistência ativa ou resistência passiva, uma vez que se trata de dois lados de um mesmo processo e possuem intencionalidade, mas não estratégia (FOUCAULT, 1980). As possibilidades de resistência se constituem de um processo de subjetivação, o sujeito não resiste racionalmente ou emocionalmente, conscientemente ou não (SCOTT, 2004). Entretanto, as resistências, assim, como o poder, se constituem de uma relação que ocorre por meio dos discursos, onde ocorrem as reproduções normativas. Uma vez que toda repetição dessas normas é instável, traz instabilidades e riscos, o que possibilita sua subversão (HARDING; FORD; LEE, 2017).

Jarid e Sonia, assim como outras entrevistadas, se identificam como mulheres que não seguem um padrão. Não se identificam com os padrões eurocêtricos e heteronormativos de gênero, de raça e, no caso de Sonia, de orientação sexual. Entretanto, suas atitudes e comportamentos não possuem uma estratégia pré-estabelecida. Em algum ponto de suas existências, identificaram aspectos e características que as permitiriam viver melhor a partir de suas subjetividades e decidiram se repensar enquanto mulheres que atuam em empreendimentos dominados pelo masculino e por homens. A forma como se apresentam como as mulheres que desejam se tornar pode se constituir de possibilidades de resistência para que possam reexistir como sujeitos de gênero no empreendedorismo e com as pessoas com que se relacionam. A segunda possibilidade de resistência identificada nesta tese diz respeito às possibilidades de resistir como empreendedora, apresentadas no tópico a seguir.

5.5.3 Resistir para (re)existir como empreendedora

As possibilidades de resistência para reexistências a partir do empreendedorismo foram identificadas em três aspectos nos discursos presentes nas falas das entrevistadas: a) como reafirmação do espaço ocupado no empreendedorismo; b) como reposicionamento a partir de situações adversas, neste caso, relacionadas a episódios de racismo e de machismo, e c) como valorização da profissional que exerce a atividade empreendedora por meio de sua formação. Norbäck (2021) explica que estudos contemporâneos sobre ambientes de trabalho relacionados ao “empreendedorismo de si mesmo” tendem a ilustrar as ambiguidades e a natureza multifacetada da resistência. Essas características são apresentadas a partir dos discursos de Conceição, Jarid e Lélia sobre experiências que viveram ao longo de suas trajetórias no empreendedorismo.

Conceição passou a receber seus clientes da hamburgueria gourmet e se apresentar sempre que possível deixando claro que se trata de um empreendimento gerido por si mesma. A sua constante reafirmação do espaço ocupado no empreendedorismo, não como funcionária, mas dona do empreendimento, se constitui

de uma possibilidade de resistir para reexistir como empreendedora. Conforme ela explica:

Há um tempo teve uma cliente que ligou para agradecer o lanche que ela tinha pedido e tudo mais e perguntou 'nossa, eu queria falar com o dono'. Tanto é que todas as pessoas que vinham falar comigo, dar feedback positivo ou negativo, achavam que o dono era homem. Esse foi um dos motivos que me fez começar a falar muito o meu nome. Porque eles achavam que o dono era homem. Ah, eu não acredito que uma mulher consegue fazer um hambúrguer bom assim não. Eu não acredito que uma mulher tem o potencial para fazer isso. Para mim era um homem que fazia. Porque quem fica fazendo as coisas na chapa sou eu, então se der algum problema ou se for um elogio, as duas coisas são de minha responsabilidade, também é culpa minha (Conceição, AD63).

O relato de Conceição reforça uma das características descritas por Harding, Ford e Lee (2017), de que as resistências não buscam se tornar forças hegemônicas, mas desestabilizar o que é aparentemente visto como estável. Conceição não enxerga que falar constantemente o seu nome e se apresentar como dona do empreendimento como uma estratégia, mas ao assumir esta postura, contribui para rearticular o que é visto como normal no tipo de empreendimento que ela possui. Hamburguerias gourmet e chefs em restaurantes ainda são profissões comumente associadas ao domínio do masculino e geridas por homens, uma vez que mesmo associados ao ramo alimentício, possuem características relacionadas à criatividade, inovação e aspectos de liderança, critérios diretamente relacionados à masculinidade (BERTOLAMI *et al.*; 2018; BRANDÃO; MARQUES; LAMELA, 2019).

Para Irigaray *et al* (2021), as resistências envolvem práticas e necessidades de afirmação de uma existência. Quando se reafirma para seus clientes, fornecedores e demais públicos com os quais se relaciona, Conceição está reafirmando sua posição identitária no empreendedorismo, ou seja, reafirmando sua reexistência, uma vez que resiste para existir não apenas no empreendedorismo, mas em empreendimentos dominados pelo masculino e por homens. Entretanto, esta atitude não é feita como uma estratégia, é uma ação sutil, mas que em determinado momento, desestabiliza a norma que circula nos discursos relacionados a quem é o empreendedor de sucesso e quais espaços ele pode ocupar no empreendedorismo (OGBOR, 2000).

Jarid, por sua vez, viu no empreendedorismo a possibilidade de se tornar aquilo que sempre desejou no mercado de trabalho, mas que não foi possível, uma vez que

sua competência e suas qualificações eram colocadas em segundo plano, em detrimento de seu gênero e de sua raça:

Eu agradeço a todos os racismos que eu passei, aos estresses, aos meus patrões enchendo o meu saco, agradeço a todo mundo. Porque se não fossem eles eu não teria a minha empresa hoje. Eu só tenho a minha empresa hoje porque naquele momento eu não fui abraçada pelo meu local de trabalho enquanto profissional qualificada que eu era. E aí eu fui empreender por isso. Não foi um sonho, como eu falei no início. Não foi um sonho de empreender, foi uma busca pela vaga que a sociedade não me entregou. Porque quando eu saí desse processo de destruição desse sonho, eu estudei, fiz pós-graduação e lutei para estar naquele patamar que eu já estava. E aí quando você vê aquele castelo se desmoronar e você ter que construir tudo de novo, de uma outra forma, foi uma desconstrução real (Jarid, AD73).

Tornar-se empreendedora, para Jarid, lhe permitiu ocupar um espaço que lhe foi privado no mercado tradicional de trabalho. Para existir, precisava aceitar o que lhe era imposto, como ver os colegas de trabalho sendo promovidos mesmo sem que tivessem o mesmo nível de qualificação que ela, não ser recebida por profissionais brancos ou ter suas análises sendo rejeitadas sem justificativa aparente. Para ela, sua reexistência só foi possível no empreendedorismo, o que permite afirmar que a alternativa no empreendedorismo pode ser constituir de uma possibilidade de resistência (IRIGARAY *et al*, 2021).

Para Vilela e Hanashiro (2020), os desafios de equidade de gênero perpassam vários níveis hierárquicos nas organizações, sendo ainda constatada a presença substancialmente menor de mulheres, especialmente em cargos mais estratégicos, bem como em níveis de gestão e coordenação das equipes. Adicionalmente, no contexto empreendedor, os discursos tendem a normalizar o homem como figura heroica, inovador e profissional mais propenso a correr riscos, o que tende a desqualificar a atividade empreendedora exercida por mulheres (VIEIRA *et al.*, 2019).

Assim, ao decidir não se submeter às pressões de mercado e à lógica patriarcal que influencia a forma como ela era enxergada em seu trabalho, a ação de Jarid de optar pelo empreendedorismo se constitui de uma possibilidade de resistência. Entretanto, os discursos que normalizam o contexto empreendedor se constituem de mais um desafio que precisa ser enfrentado por Jarid para se posicionar como uma profissional de sucesso em seu empreendimento. Assim como Conceição, Jarid

resiste para reexistir como uma empreendedora que ocupa espaços tradicionalmente dominados pelo masculino e por homens.

Entretanto, merece destaque um fator adicional na trajetória de Jarid, os aspectos relacionados à raça. Conforme afirma Almeida (2018), o racismo se caracteriza como uma forma sistemática de discriminação fundamentada na raça, que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que trazem como consequência desvantagens ou privilégios para os indivíduos, dependendo do grupo social ao qual pertencem. Jarid, que se auto identifica como uma mulher negra, viu seu emprego dos sonhos se tornar algo indesejável, em função de barreiras que a posicionavam como uma profissional inferior em relação a homens e mulheres brancos que trabalhavam no mesmo setor, mesmo que ela possuísse qualificações a mais para o cargo que desejava ocupar.

Conforme explica Davis (2016), as desigualdades originárias do sexismo e do racismo vão além da lógica de gênero e geram hierarquias raciais que reforçam a lógica da inferioridade x superioridade. Assim, ao sair do mercado de trabalho tradicional e migrar para o empreendedorismo, Jarid busca rearticular a norma que tende a posicioná-la como uma profissional menos qualificada, resistindo, por meio da prática empreendedora, a subordinações de gênero e de raça no mercado de trabalho.

Por fim, a terceira possibilidade de resistir para reexistir como empreendedora foi identificada nos relatos de Lélia, por meio da valorização de seu trabalho como empreendedora a partir de suas qualificações e das formações que foi adquirindo ao longo de sua carreira na área de finanças.

A minha página do *Instagram* ela tem um ano e pouco. A minha página é recente, eu não tenho uma página com dois, três anos de conteúdo na internet. Ela é recente. E eu construí o meu trabalho fora do *Instagram* e fazendo bem o exemplo de formiguinha assim, e agora eu consegui valorizar ele e fazer com que as pessoas reconheçam esse valor é um dos meus principais desafios. E para isso às vezes eu dou um carteaço da meritocracia. Eu faço a mesma coisa que eles fazem comigo, a mesma coisa que eles (homens brancos) utilizam contra nós, eu uso contra eles. E eu falo, olha, eu tenho duas graduações, eu tenho um mestrado, não sei quanto tempo de formação na área financeira, eu tenho tal curso, você não vai chegar aqui e me dizer que vai me pagar x valor para desenvolver um trabalho que para qualquer outro trabalho inferior ele não pagaria (Lélia, AD58).

Em “Ensinar para transgredir”, Hooks (2013) relata, a partir de suas experiências desde criança em sala de aula, como o estudo pode se constituir de um ato contra-hegemônico, uma possibilidade de resistir às estratégias de colonização racista. Assim como Hooks explica em seu livro, suas professoras não definiam ou formulavam essas práticas em termos teóricos, desenvolvendo uma espécie de “pedagogia revolucionária de resistência” (HOOKS, 2013, p.11). As duas formações na graduação, mestrado e demais cursos feitos por Lélia por si só não se constituem de uma estratégia para sua atuação no empreendedorismo. Entretanto, se tornam possibilidades de resistir para reexistir como empreendedora a partir de suas formações educacionais e dos espaços que essas formações lhe permitiram acessar.

Souza, Voese e Abbas (2015) afirmam que, mesmo com o crescimento profissional de mulheres com atuação na área contábil, os desafios invisibilizados em função de gênero e de raça ainda tendem a posicioná-las como profissionais de menor capacidade quando comparadas aos homens. Assim, a experiência de Lélia como empreendedora na área financeira e contábil promove micro rupturas nas normas vigentes neste mercado (THOMAS; DAVIES, 2005), neste caso, de que profissionais mais qualificados tendem a ser em sua maioria homens brancos e mais velhos. Essas resistências contribuem, então, para o enfraquecimento da norma, permitindo, mesmo que temporariamente, sua rearticulação (FOUCAULT, 1979).

Um outro aspecto que merece destaque no relato de Lélia diz respeito a construção de identidades nas mídias sociais, por meio de sua experiência como usuária do *Instagram*. Assim como no caso de mídias tradicionais (jornais, revistas, sites), as mídias sociais reproduzem significados compartilhados que constituem a nossa cultura, ideias sobre o que significa empreender e sobre quem pode ser um empreendedor (ACHTENHAGEN; WELTER, 2011). A normalização dos discursos que circulam sobre o empreendedorismo na sociedade são (re)produzidos nos discursos que circulam também no *Instagram* (HEIZMANN; LIU, 2020).

Assim, ao ser procurada por um cliente nesta rede social para uma proposta de trabalho, a construção social da identidade de Lélia como mulher negra empreendedora da área financeira tende a posicioná-la como uma profissional de menor capacidade, em função da forma como ela é enxergada no empreendedorismo (AHL; MARLOW, 2012). Assim, sua reafirmação também nesta rede por meio da

valorização do seu currículo mais uma vez se constitui de uma possibilidade de resistência para reexistir nesta rede social.

Pensar as relações de poder e a resistência, segundo Temple (2014), devem ir além das discussões de bom ou mau, do certo ou do errado, do lícito e do ilícito, do normal ou do anormal. Uma vez que se constituem de uma relação, poder e resistência nos afetam a todo o instante. Por outro lado, quando tomam consciência de si como mulheres que empreendem em ambientes dominados pelo masculino e por homens, as empreendedoras buscam se rearticular em prol de uma mudança social coletiva. Esses esforços coletivos são apresentados no tópico a seguir, em que demonstro como a partir do cuidado de si, as participantes buscam se reposicionar no empreendedorismo por meio das práticas de liberdade de gênero.

5.6 DIMENSÃO MUDANÇA SOCIAL E PRÁTICAS DE LIBERDADE

A quarta e última dimensão identificada nesta tese é a de mudança social e práticas de liberdade. Entretanto, para apresentar como os discursos das mulheres empreendedoras me permitiram identificar quais as possíveis práticas de liberdade de gênero em que elas se engajam, é fundamental retomar o conceito de governamentalidade proposto por Foucault e apresentado previamente no capítulo 2. Conforme explica Lemke (2001), para Foucault o termo governamentalidade possui dois significados: o primeiro relacionado às técnicas e formas de racionalidade utilizadas para governar populações; e o segundo que considera a capacidade dos sujeitos de produção social a partir do governo de si e dos outros (FOUCAULT, 1991). A dimensão proposta se concentra no segundo uso do termo, o governo de si e a capacidade de transformação das empreendedoras por meio de uma nova compreensão de si mesmas como empreendedoras e de outras mulheres no empreendedorismo.

Dey e Steyaert (2014), ao estudar empreendedores sociais, sugeriram a existência de três tipos de práticas de liberdade apresentadas pelos autores como práticas de problematização, práticas relacionais e práticas de afirmação reflexiva. Nesta tese, os discursos analisados me permitiram concluir que mulheres que empreendem em ambientes dominados pelo masculino e por homens se engajam em

duas possíveis práticas de liberdade de gênero e de raça: a) práticas de problematização, manifestadas por meio da tomada de consciência sobre o que significa ser uma mulher negra empreendedora em ambientes dominados pelo masculino e por homens; e b) práticas de afirmação reflexiva, por meio do empoderamento feminino e da valorização da identidade empreendedora.

É válido ressaltar que foram encontradas práticas relacionais como práticas de liberdade nos discursos analisados, entretanto considero que no contexto estudado esta prática não deve ser tratada como uma categoria isolada e separada das práticas de problematização e de afirmação reflexiva. Conforme explica Foucault (2006), o cuidado de si não é um processo isolado de transformação social e sim, um ato coletivo. Assim, a lógica relacional permeia todas as ações e esforços presentes nas práticas de liberdade, sejam elas práticas de problematização, sejam elas práticas de afirmação reflexiva. O detalhamento sobre as práticas de liberdade de gênero e de raça por meio das práticas de problematização e das práticas de afirmação reflexiva são apresentados a seguir.

5.6.1 Práticas de problematização: o cuidado de si e autopercepção no empreendedorismo

Conforme explicam Dey e Steyaert (2014), problematização é um processo pelo qual um determinado campo de experiência ou conjunto de práticas se torna um “problema”, o que possibilita a abertura de um espaço para questionar o que é dado como verdade absoluta. Os autores demonstram também o potencial que práticas de problematização possuem em promover rupturas em regimes hegemônicos relacionados a gênero, poder e conhecimento. Os discursos das empreendedoras entrevistadas permitiram identificar o engajamento em práticas de liberdade de gênero e de raça por meio da problematização sobre o que significa ser uma mulher negra empreendedora em segmentos dominados pelo masculino e por homens. A partir desta autopercepção, elas passam a adotar atitudes e comportamentos que lhes permitam ser quem desejam no empreendedorismo, por meio do exercício da ética e do governo de si.

Ribas (2017), ao mencionar a compreensão de práticas de liberdade para Foucault, explica que a liberdade não deve ser pensada como oposta aos regimes de saber e as relações de poder, mas um exercício de atitude crítica sobre o cuidado de si, que se torna inseparável de uma transformação dos outros. Assim, as mulheres empreendedoras, ao tomarem consciência de como seu gênero e sua raça influenciam a forma como são vistas no empreendedorismo, passam a buscar uma compreensão sobre as barreiras e invisibilidades que vivenciam e a problematizar o que significa ser uma mulher empreendedora negra em ambientes empreendedores dominados pelo masculino e por homens.

Problematizar aspectos de gênero e de raça no empreendedorismo não significa, necessariamente, assumir essas duas identidades como um problema que precisa ser resolvido, mas conforme explica Foucault (1994) refletir sobre as relações que podem ser estabelecidas entre si mesmos e sobre as subjetividades, para que se possa pensar em práticas de liberdade por meio do cuidado de si. Trata-se, então, de pensar e estabelecer uma nova relação consigo mesmo que aprimore as práticas de liberdade dentro de ordens pré-estabelecidas e que permita uma expansão das possibilidades de existência como sujeitos (GALLO, 2017).

O exemplo de Cristiane demonstra como esta passou a se compreender como mulher negra empreendedora em ambientes dominados pelo masculino e por homens e quais as consequências deste processo de tornar-se uma empreendedora negra para sua forma de empreender. Adicionalmente, passou a traçar estratégias e pensar em como contribuir para que outras empreendedoras pudessem transformar suas realidades a partir de um reposicionamento sobre o que significa ser uma mulher negra que empreende em segmentos dominados pelo masculino e por homens. Conforme ela relata:

Eu precisava me virar para fazer várias coisas, várias coisas não davam certo, para muitas eu não conseguia ajuda. Em questão de marketing pessoal, por exemplo, o pessoal sempre falou comigo, você precisa trabalhar o marketing. Mas eu me mostrava, me posicionava como dona do negócio e o retorno não vinha, o resultado não acontecia. Só que eu não entendia o motivo, eu não tinha noção de muita coisa. Então eu comecei a estudar e fazer formações com outras mulheres empreendedoras, sobre ser mulher e empreender, comecei a ler por exemplo sobre machismo e sobre racismo estrutural. E aí eu comecei a entender...e passei a me envolver em formações e redes de empreendedorismo para mostrar meu exemplo para outras mulheres não passarem o que eu passei (Cristiane, AD48).

Conforme explica Foucault (1990), o cuidado de si, por meio das práticas de problematização possibilita a capacidade de exercer a liberdade ao possibilitar a nossa existência como sujeitos. A liberdade então se constitui na recusa por naturalizar os saberes, em assumir a identidade esperada nas relações hegemônicas, o que envolve uma atitude crítica. Cristiane, mulher autodeclarada parda que possui uma hamburgueria gourmet, passou a refletir e a questionar o que representava atuar naquele segmento. Ao decidir estudar e participar de formações empreendedoras e de redes de empreendedorismo, ela efetua um exercício do governo de si, que para Foucault (1991) não significa criar uma nova norma e sim, buscar um equilíbrio versátil entre os conflitos e complementaridades em busca da transformação de si mesmo.

Uma vez que o cuidado de si visa romper com a normalização, ele não deve ser considerado um ato isolado de transformação pessoal (FOUCAULT, 2006). Ninguém se governa isoladamente, o governo de si está sempre relacionado ao governo dos outros, o que possibilita afirmar que de certa maneira, cuidar de si é também cuidar dos outros (FOUCAULT, 1991). Os discursos presentes na fala de Lélia, por exemplo, permitem identificar como, por meio das práticas de problematização sobre sua atuação como mulher empreendedora negra na área de finanças, ela se recusa a se deixar capturar pelo que Ribas (2017) chama de sistemas históricos de verdade relacionados à forma como esperam que ela atue na área:

Se eu quisesse eu estaria empregada em uma empresa, eu já recebi várias propostas de trabalho. Só que essas propostas de trabalho não fazem sentido para mim, não tem por que, eu não consigo me ver hoje em uma empresa, sabendo que por meio do meu negócio eu posso desenvolver formas de permitir que outras como eu estejam empregadas. E fazer com que essa renda fomenta mais famílias pretas, fomenta outros negócios e a gente consiga movimentar essa estrutura, que ainda é muito difícil (Lélia, AD59).

Para Dey e Steyaert (2014), práticas de problematização abrem espaço para mudança ao questionar o que é normalizado e visto como certo. Assim, a problematização desempenha um importante papel no pensamento de Foucault (1991), a possibilidade de tornar determinada prática ou instituição passível de renegociação. Lélia se envolve em práticas de problematização quando passa a questionar não só a norma que invisibiliza os espaços ocupados por mulheres, especialmente as mulheres negras no mercado de trabalho, como também busca sua transgressão.

Assim, Lélia passa a governar a si mesma por meio do estabelecimento dos comportamentos, atitudes e redes de relacionamento que vai firmar como empreendedora na área de finanças, promove o cuidado de si por meio da satisfação pessoal ao realizar um trabalho pautado na melhoria da situação financeira de outras mulheres, e passa a exercer o cuidado com o outro, por meio de seu trabalho e de formas de contribuir para que outras mulheres tenham melhores oportunidades de trabalho por meio da educação financeira. A postura de Lélia vai ao encontro do que Foucault (1991) explica serem características da governamentalidade, a saber: o governo de si, a relação de si consigo mesmo e a partir dessa relação, um conjunto de práticas que constituem, definem, organizam e instrumentalizam as estratégias que os sujeitos possuem em relação aos outros.

Por fim, foram identificadas práticas de problematização também no discurso de Mel, ao explicar sobre as mudanças na sua forma de atuação no empreendedorismo por meio de sua formação e de que forma se engaja para transformar não apenas a realidade de outras profissionais, como consequentemente, a forma como essas pessoas são enxergadas pelo mercado. Conforme seu relato:

Uma coisa que eu fiz para ter uma visão diferenciada da coisa foi ir estudar o que o mercado fala sobre empreendedorismo e sobre mulheres no mercado de DJs. E eu adaptei para a minha realidade e para a forma como eu gostaria de empreender. Primeiro, eu fui fazer faculdade de Turismo, as pessoas vêm me falar que não tem nada a ver, mas tudo o que eu aprendi no Turismo eu consegui trazer para o meu trabalho. Por exemplo, se eu vou a Curitiba e eu me centralizo no centro da cidade, eu acabo trazendo mulheres das praias ou das cidades mais próximas, do interior, porque elas ficam sabendo e querem fazer parte daquilo. Então eu acabo movimentando essas mulheres para virem trabalhar comigo. E eu priorizo muito a contratação de mão de obra de mulheres negras, quando não são mulheres negras, de homens negros, quando não são homens negros, pessoas trans. Não só por uma questão de prioridade de raça, mas por uma questão de mudança no comportamento do mercado (Mel, AD55).

O discurso de Mel contribui para demonstrar que, conforme explicam Dey e Steyaert (2014) no contexto empreendedor, a ética pode ser compreendida a partir das práticas de liberdade e do cuidar de si de forma a moldar as subjetividades e a relação com o outro, para transgredir os esforços dos discursos normalizadores que buscam determinar quem são os empreendedores e como devem viver e se posicionar. Mel busca se tornar um sujeito ético por meio de práticas de problematização, ao questionar a forma de atuação do mercado no ramo de

discotecagem atualmente e de concluir que essa não é a forma como ela deseja empreender.

Mel se engaja também em práticas de problematização ao trazer para si uma reflexão sobre o que Foucault (1991) reitera como mais uma característica da governamentalidade neoliberal, o processo pelo qual problemas políticos, tais como o desemprego, se transformam em uma questão de engajamento individual e de autogestão, quando de fato não são uma mera questão individual. Mel, então, assume na sua forma de empreender, uma possibilidade de transformação da sua realidade como empreendedora no ramo da música, ao optar por formações vistas como não adequadas à sua realidade no empreendedorismo, bem como da transformação da realidade de outras mulheres negras, homens negros e pessoas trans, por meio da priorização desses públicos em seus processos de contratação. Esse processo de transformação social contribui, ainda, para novas possibilidades de existência desses corpos, uma vez que, conforme explicam Almeida e Vasconcellos (2018), certas identidades ainda são tratadas como “falhas” de desenvolvimento ou como impossibilidades lógicas, apenas por não estarem de acordo com as normas de inteligibilidade cultural.

Para além das práticas de problematização, no contexto empreendedor foi possível identificar por meio dos discursos das empreendedoras entrevistadas, a existência de práticas de afirmação reflexiva. Trata-se de uma abordagem pelas quais os empreendedores buscam escolher livremente como se identificar a partir de suas subjetividades (DEY; STEYAERT, 2014). Essas práticas de afirmação reflexiva ocorreram por meio do processo de empoderar-se como mulher e como empreendedora, reforçando como essas mulheres desejam se constituir por meio do empreendedorismo.

5.6.2 Práticas de afirmação reflexiva: empoderamento feminino e a (re)afirmação da identidade empreendedora

Na visão de Dey e Steyaert (2014), práticas de afirmação reflexiva se constituem de práticas de liberdade quando o indivíduo nem resiste e se submete às normas existentes no empreendedorismo, mas assume como parte integrante de sua

identidade características que considera que melhor definam quem ele é como empreendedor, por meio de um processo de reflexão e autojulgamento sobre quem é ou deseja se tornar. Por meio das práticas de afirmação reflexiva, o indivíduo não se desvincula das relações de poder, uma vez que, conforme explica Foucault (1979), a compreensão do poder não deve seguir uma lógica binária, entre positivo e negativo, mas formas de existência subjetiva. Por meio das práticas de afirmação reflexiva, o sujeito, permeado pelas relações de poder, torna-se ético em suas ações ao endossar, dentro dessas relações por meio dos discursos que circulam no empreendedorismo, características que vão contribuir para a sua atividade empreendedora (DEY; STEYAERT, 2014).

Por meio da constituição de suas subjetividades, as mulheres empreendedoras entrevistadas passaram a (re)afirmar suas identidades no empreendedorismo, a partir de uma reflexão crítica sobre como seus negócios são enxergados pelos outros e sobre como elas mesmo se enxergam no contexto empreendedor. A partir daí, aceitam as características atribuídas e elas pelo olhar de fora, desde que façam sentido dentro daquilo que desejam se tornar, bem como combinam o olhar do outro à reflexão da forma como se veem como empreendedoras em ambientes dominados pelo masculino e por homens. Assim, essas mulheres se engajam em práticas de afirmação reflexiva assumindo suas identidades empreendedoras por meio de uma reflexão crítica do olhar de si e do olhar do outro.

Foucault (2008) ressalta que permitir que o outro contribua para moldar a sua subjetividade não significa dizer que esse indivíduo automaticamente se constituirá de um corpo dócil.. Dey e Steyaert (2014) complementam ao demonstrar que os indivíduos que refletem criticamente sobre a forma como são percebidos externamente contribui para que eles se tornem sujeitos éticos, na medida em que desejam se compreender melhor e expandir as possibilidades de se relacionar consigo mesmo e com os outros.

O discurso de Alzira contribui para uma compreensão sobre como as práticas de afirmação reflexiva das mulheres empreendedoras podem ocorrer quando essas refletem e se apropriam das chamadas verdades comuns que lhe são atribuídas e redefinem o que essas “verdades” representam para si. Alzira se envolve em práticas de afirmação reflexiva quando se utiliza da sua estética, formação e atuação empreendedora como forma de empoderamento de si e de outras mulheres:

Para mim, direta ou indiretamente, tudo o que eu ouvi sobre minha aparência, meu cabelo, de onde venho, contribuiu para gerar algum nível de transformação. Eu sempre fui a chefe da família, por exemplo, e passei a mostrar para os outros como tenho orgulho disso. Hoje tenho orgulho da minha estética, da minha formação, mas nem sempre foi assim. E se nem sempre foi assim para mim, pode ser que talvez outras mulheres estejam se sentindo da mesma forma. Então eu busco me mostrar, porque eu sei que se eu me mostro para os outros, eles vão pelo menos ter curiosidade sobre quem eu sou. E quando a gente aparece e fala por exemplo da questão educacional, a gente possibilita que jovens mulheres negras tenham acesso a uma informação, a um outro tipo de olhar, de compreensão. Ela vai se perceber como um indivíduo que pode seguir os caminhos que quer, mesmo que sejam difíceis. Ela vai ver que é possível gerar a transformação dos espaços, dos olhares, porque alguém foi lá e fez. Então você acaba se tornando referência mesmo (Alzira, AD290).

Neste trecho, Alzira demonstra como suas atitudes podem se constituir de práticas de afirmação reflexiva, ao fazer o exercício de mudança das políticas de verdade que lhe atravessaram durante toda a vida, especialmente a partir dos olhares de indivíduos que ocupam posições identitárias hegemônicas no discurso. Foi questionada com relação a sua condição empreendedora, sua aparência, sua origem periférica, e buscou, por meio da apropriação das falas sobre si, um processo de transformação do entendimento sobre como gostaria de ser percebida como uma mulher negra que empreende no ramo de educação e de novas tecnologias.

Ribas (2017), ao explicar as práticas de liberdade em Foucault, demonstra que:

[...] é preciso coragem para mudar as relações estratégicas constituídas pelas políticas de verdade que nos atravessam e agenciam as possibilidades do nosso próprio ser, uma vez que, com tais mudanças nos nossos saberes, não se trataria simplesmente de recusar uma ou outra demanda singular que nos desagrada, mas muito mais profundamente, trata-se de recusar todo um campo de verdades pelo qual identidades não são ofertadas, sentidos são conferidos às nossas práticas e nossos direitos são constituídos (RIBAS, 2017, p. 191).

Uma vez que faz parte de uma sociedade pautada pela lógica do patriarcado e pelo racismo estrutural (AKOTIRENE, 2018), Alzira é atravessada pelos discursos associados à matriz heteronormativa de gênero (BUTLER, 2004), à inteligibilidade da raça (KILOMBA, 2019) e ao que significa ser um empreendedor normal de acordo com a lógica neoliberal (COSTA; SARAIVA, 2012). Mesmo assim, ela busca se reposicionar e se utilizar dos elementos que compõem a norma para se tornar um sujeito livre por meio do empoderamento de si mesma. A coragem de que fala Foucault (1994) ocorre não apenas no momento de buscar rupturas com os padrões

socialmente aceitos, por meio de uma reflexão crítica sobre quem ela é como mulher negra e como empreendedora, mas principalmente na possibilidade de transformação de si mesma pelos jogos de verdade.

Para Dey e Steyaert (2014) práticas de afirmação reflexiva pressupõem aos indivíduos uma busca constante pela compreensão sobre o que significa ser um empreendedor, algo reproduzido por meio dos discursos e das relações de poder existentes. Entretanto, esses indivíduos passam a refletir criticamente sobre até que ponto determinada norma contribui para apoiá-los ou impedi-los de realizar sua liberdade. O discurso de Cidinha contribui para corroborar esses pressupostos. Para a empreendedora, esse processo de reflexão crítica ocorreu por meio do conhecimento que foi adquirindo por meio de suas experiências no empreendedorismo e de que forma criou mecanismos para que outras mulheres também pudessem se enxergar como profissionais capazes de atuar no mercado de vinhos e bebidas finas:

Dentro da minha atuação especificamente, por coincidência, como é um mercado de vendas, eu tenho embaixadoras, uma leva de outras empreendedoras mulheres. E aí é onde está o meu grande desafio, que é empoderar essas mulheres, para elas entenderem e aprenderem que sim, esse pode ser o mundo delas. Porque as mulheres também têm muito para oferecer para o mundo do vinho e quem não tem né. Até a minha mãe, que é uma senhora que não tem o segundo grau completo, nasceu na periferia, minha mãe achava que vinho não era para ela. Até eu colocar uma taça na mão dela, falar toma, o que você acha? Gostou? Só para falar se você gostou ou não gostou. Você não precisa rodar a taça, você não precisa cheirar. Você gostou? Gostou. Então essa é a uva *pinot noir*, você gosta da uva *pinot noir*. Olha que legal, é simples assim (Cidinha, AD39).

A norma que posiciona quem são os empreendedores e demais profissionais que são permitidos atuar no mercado de vinhos e bebidas finas tende a retirar Cidinha da lógica de pertencimento. Para que pudesse passar a fazer parte deste “mundo”, como ela relata, precisou em alguns momentos se adequar para se tornar inteligível. Adequar-se à norma, mesmo que temporariamente, permitiu à Cidinha ocupar espaços que inicialmente lhe seriam privados, seja pelo seu gênero (AHL; MARLOW, 2012), seja por sua raça (KILOMBA, 2019) ou por sua orientação sexual (BUTLER, 2004).

Entretanto, ao se tornar um sujeito inteligível e aceito no ramo de empreendedorismo de vinhos e bebidas finas, ela busca se reposicionar e pensar em

possibilidades de cuidado de si, por meio da forma como compreende quem pode atuar neste mercado e busca, por meio do empoderamento e sua identidade empreendedora, mecanismos para que outras mulheres também possam passar a fazer parte, por meio do cuidado dos outros. Para Allen (2011), o cuidado de si considera o enfrentamento das questões da prática política do governo e a maneira pela qual os indivíduos se constituem por meio de práticas de liberdade, de forma a tornar suas vidas habitáveis.

Souza e Parker (2020) consideram que a liberdade nunca é transcendente, mas uma relação reflexiva com os conhecimentos e poderes que constituem uma realidade, uma prática possível. O cuidado de si, então, pode levar a práticas de liberdade, que por sua vez abrem a possibilidade de transgressão das normas e regras particulares que passam a nos definir de maneiras particulares (BUTLER, 2004). Adicionalmente, o cuidado de si pode ser compreendido também como uma prática de resistência que pode levar a práticas de liberdade. No caso de Cidinha, essa liberdade é entendida por meio da compreensão que ela possui sobre a sua atuação e de outras mulheres empreendedoras no mercado de vinhos e bebidas finas, o que contribui para transgredir as normas e definições convencionais sobre o que significa alguém que empreende nestes segmentos.

Para Starkey e Hatchuel (2002), o cuidado de si promove novas formas de vida além das possibilidades existenciais estabelecidas pela hegemonia existente nas relações de poder, contribuindo para trazer um certo grau de liberdade. Cidinha não se encontra fora das relações de poder e precisa em determinados momentos, assumir posturas que lhe permitam ser reconhecida pelas identidades hegemônicas como alguém que possui ampla experiência no mercado de vinhos e bebidas finas. Entretanto, por meio do cuidado de si, Cidinha cria novas formas de pensar o seu ramo de atuação e de, conseqüentemente, exercer o cuidado com os outros ao demonstrar, por exemplo, para sua mãe e para outras mulheres que trabalham com ela que a complexidade existente neste mercado se constitui de uma construção social que muitas vezes impede os acessos de quem, na visão de uma elite eurocêntrica, não deveria pertencer.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo de considerações finais, faço um exercício de apresentação das articulações entre o objetivo geral e os objetivos específicos que me proponho a responder nesta tese. Porém, entendo que a temática não se encerra neste texto, tampouco as discussões e as análises que podem ser desenvolvidas a respeito do tema estudado. O objetivo geral desta tese foi de *compreender como os discursos relacionados ao entrepreneuring de empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos dominados pelo masculino e por homens podem gerar possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade de gênero*.

Dentro deste objetivo, busquei realizar análises dos discursos das empreendedoras para compreender se, por meio de suas formas de empreender, a constituição de suas subjetividades, suas atividades do dia a dia e os empreendimentos que possuem essas mulheres, conseguem romper, mesmo que temporariamente, com a heteronormatividade de gênero existente no empreendedorismo.

Para alcançar os resultados propostos, desenvolvi objetivos intermediários que me direcionaram para articular os caminhos propostos para esta pesquisa. Esses objetivos foram: *a) identificar como as identidades de gênero e empreendedora se constituem; b) analisar como a constituição das subjetividades das mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos dominados pelo masculino e por homens contribuem para o entrepreneuring; c) analisar as relações de poder e possíveis formas de resistência exercidas pelas mulheres empreendedoras no dia a dia; d) compreender as possíveis práticas de liberdade de gênero das mulheres empreendedoras a partir do entrepreneuring; e f) identificar como raça, classe e orientação sexual se interseccionam à identidade de gênero no empreendedorismo*.

Com base nas análises dos discursos das 14 empreendedoras, quatro dimensões de análise emergiram: Identidades; Subjetividades; Poder e Resistência; Mudança Social e Práticas de Liberdade. Importante ressaltar que, uma vez que os objetivos específicos contribuem para nortear os caminhos para responder ao objetivo geral desta tese, as dimensões apresentadas dialogam e possuem características relacionadas aos cinco objetivos específicos. No entanto, alguns objetivos específicos

estão mais associados a uma ou outra dimensão, por isso, apresento nas considerações finais as respostas a esses objetivos e conseqüentemente ao objetivo geral, e não relacionando cada objetivo específico às dimensões de análise e categorias identificadas.

Em relação ao primeiro objetivo específico, de *identificar como as identidades de gênero e empreendedora se constituem*, foi possível perceber que os aspectos interseccionais são fundamentais na compreensão da mulher empreendedora no Brasil, especialmente a mulher negra e a indígena. A constituição da identidade destas mulheres é atravessada por marcadores sociais relacionados não só a gênero e ao que significa ser mulher e empreender, mas a gênero, raça, classe e orientação sexual. Não é possível explicar esta constituição desvinculada ao contexto social que representa o que significa por exemplo ser uma mulher negra ou uma mulher indígena que empreende em segmentos dominados pelo masculino e por homens.

Assim, para identificar como as identidades de gênero e empreendedora se constituem, preciso explicar também *como as identidades de raça, de classe e de orientação sexual se interseccionam à identidade de gênero no empreendedorismo*, quinto objetivo específico desta tese. Uma vez que os sujeitos são vistos como em constante construção, foi possível identificar por meio da interseccionalidade que o processo de tornar-se uma mulher no empreendedorismo passa por um processo nunca acabado, de fazer e desfazer. Entretanto, o homem branco heterossexual privilegiado ainda é enxergado discursivamente como o profissional de sucesso, a norma, e a mulher branca e o homem negro são vistos como o Outro empreendedor. As mulheres negras e indígenas são posicionadas não como Outros, mas como habitando um terceiro espaço ou espaço vazio, conforme explica Kilomba (2019). Este espaço é visto como o espaço da Outridade, um processo de tornar-se o Outro, mas ainda não alcançado, uma vez que essas mulheres são enxergadas como uma dupla antítese, da branquitude e da masculinidade.

Com relação à constituição da identidade empreendedora, a compreensão do empreendedorismo como *entrepreneurship* permite, entre outros fatores, a reconstrução da identidade desta mulher por meio da teoria *queer*. Assim, ao ocupar espaços dominados pelo masculino e por homens, essas empreendedoras possibilitam o *queering* empreendedorismo, por meio da resignificação da linguagem ou da forma como se compreendem como empreendedoras, pelos desejos e prazeres

não baseados no mercado e no que a sociedade enxerga como valor e pela autocompreensão sobre o seu processo de empreender no dia a dia empreendedor e na relação com o outro.

No que se refere ao segundo objetivo, de *analisar como a constituição das subjetividades das mulheres empreendedoras contribuem para o *entrepreneurship**, compreender a identidade empreendedora como uma identidade fragmentada e o empreendedorismo não como um substantivo, mas um verbo, ação, um processo de fazer e desfazer, permitindo que o empreendedorismo como *entrepreneurship* seja uma forma de busca pela transformação social e como uma possibilidade de resistência no empreendedorismo. Ao pensar na identidade das mulheres empreendedoras como algo fragmentado, fluido, o *entrepreneurship* dessas mulheres permite uma rearticulação da norma, uma vez que há a recusa em se estabelecer um padrão.

Essa recusa contribui para uma abertura para que esta mulher busque condições de empreender que façam sentido para si mesmas. Isso ocorre por meio da compreensão de que empreender envolve erros e acertos, tentativas e erros, desconstrução e não um estado fixo de existência. Uma segunda contribuição das subjetividades das mulheres empreendedoras para o *entrepreneurship* está na compreensão do empreendedorismo como um fenômeno pautado pelas emoções e sentimentos relacionados a aspectos positivos e negativos, desafios, dor, ansiedade, satisfação, alegrias, ou seja, empreender é um processo que se encontra em constante construção.

Em relação ao terceiro objetivo específico, de *analisar as relações de poder e possíveis formas de resistência exercidas pelas mulheres empreendedoras*, foi possível identificar nos discursos analisados características relacionadas ao poder disciplinar e ao biopoder. O poder disciplinar influencia nas atitudes e comportamentos adotados por essas mulheres, que se sentem constantemente vigiadas, em função dos processos de normalização que regem a nossa forma de pensar e agir e conseqüentemente levam à produção de realidades normalizadoras. Uma característica que merece destaque sobre a forma como o poder disciplinar se manifesta diz respeito aos mecanismos que contribuem para a sensação de vigilância também nas redes sociais *online*, no caso desta tese exemplificada pela forma como as mulheres interagem com o *Instagram*.

O biopoder, por sua vez, se manifestou nos discursos como regulação do trabalho e como forma de gestão da vida, por meio da divisão dos corpos em uma lógica de superioridade e inferioridade. Independentemente de ter construído uma trajetória de sucesso, a normalização no empreendedorismo gera um imaginário social que posiciona mulheres empreendedoras negras e indígenas no espaço territorial periférico. A regulação desses espaços, por meio dos tipos de corpos e identidades que podem ocupar posições de destaque no empreendedorismo, limita a condição empreendedora dessas mulheres a algo limitado.

Entretanto, uma vez que poder e resistência se constituem de uma relação, as manifestações de poder podem gerar possibilidades de resistência. Essa resistência não deve ser compreendida apenas pela afirmação reproduzida constantemente em que “onde há poder, há resistência”, mas em como as resistências podem efetivar-se nas relações de poder. As possíveis formas de resistência das mulheres empreendedoras que empreendem em espaços dominados pelo masculino e por homens se manifestaram por meio de suas subjetividades, que lhes permitem resistir para (re)existir como mulheres e resistir para (re)existir como empreendedoras.

A resistência por meio da identidade de gênero foi identificada pela própria tomada de consciência e autopercepção das mulheres empreendedoras sobre o que significa ser uma mulher que empreende em espaços dominados pelo masculino e por homens. A partir do momento em que se entendem no empreendedorismo, essas mulheres passam a adotar comportamentos que refletem a totalidade de quem desejam ser ou se tornar por meio de sua identidade de gênero e, no caso das participantes de pesquisa, também por meio da identidade de raça, para reexistir nestes ambientes.

Por sua vez, as resistências para reexistências como empreendedoras foram identificadas como reafirmação do espaço que ocupam no empreendedorismo, como reposicionamento diante de situações adversas relacionadas a episódios e racismo e de machismo e como valorização da profissional que exerce a atividade empreendedora. Em todas essas possibilidades, as mulheres empreendedoras buscam a rearticulação da norma, que conseqüentemente contribui para um reposicionamento da identidade empreendedora e para a mudança de si e de outras mulheres.

Por fim, o quarto objetivo específico buscou *compreender as possíveis práticas de liberdade das mulheres empreendedoras a partir do entrepreneuring*. As mulheres que empreendem em segmentos dominados pelo masculino e por homens exercem o cuidado de si e esse leva a práticas de liberdade de gênero. No contexto empreendedor em que estão inseridas, essas práticas de liberdade se manifestam por meio de práticas de problematização e de práticas de afirmação reflexiva. O primeiro reflete o cuidado de si e do outro e a transformação de um conjunto de experiências em um “problema”, não para torná-lo algo ruim, mas para refletir sobre a sua condição em prol de uma possível mudança.

O cuidado de si visa romper com a normalização, por isso, não é considerado um ato isolado e sim coletivo. O cuidado de si e do outro dessas mulheres leva também às práticas de afirmação reflexiva, em que as participantes empoderam-se ao fazer uma autorreflexão sobre suas identidades no empreendedorismo, bem como ressignificar a percepção do outro sobre a sua forma de empreender. Assim, as empreendedoras fazem um exercício de mudança das políticas de verdade em prol de uma transformação individual e coletiva nos discursos sobre o empreendedorismo.

Após responder aos objetivos específicos, foi possível, então refletir sobre o objetivo geral de *compreender como os discursos relacionados ao entrepreneuring de mulheres que possuem empreendimentos dominados pelo masculino e por homens podem gerar possibilidades de resistência rumo a práticas de liberdade*. Para isso, algumas problematizações merecem destaque. A primeira diz respeito à escolha do segmento no empreendedorismo. Ao escolher empreender em segmentos dominados pelo masculino e por homens, essas mulheres passam a enxergar no empreendedorismo algo não linear e não binário, um espaço de transgressão e de ressignificação da norma que determina quem pode empreender e qual tipo de negócio ela pode ter.

A segunda questão diz respeito à compreensão do empreendedorismo como *entrepreneuring*. Por meio do *entrepreneuring*, a prática empreendedora dessas mulheres se constitui em um processo, um fazer e desfazer, permeado por dificuldades, desafios, emoções, alegrias, sucessos e fracassos, o que possibilita enxergar a constituição de suas identidades como algo fragmentado e nunca completo, por meio de suas subjetividades. Entendo, então, que ao assumirem suas identidades como mulheres nesses empreendimentos, sejam essas identidades

relacionadas a gênero, raça, classe e orientação sexual, essas mulheres ressignificam o que significa ser uma mulher e uma empreendedora, o que gera possibilidades de resistência para que elas possam reexistir como mulheres e como empreendedoras.

Ao exercerem o cuidado de si, essas mulheres pensam e estabelecem uma nova relação consigo mesmas que aprimora as práticas de liberdade dentro de ordens pré-estabelecidas e que permite uma expansão das possibilidades de existência como sujeitos. Entretanto, este cuidado de si não se constitui de um ato isolado, pois conforme explica Foucault (2006), ninguém se governa isoladamente, o governo de si está sempre relacionado ao governo dos outros. Essas mulheres exercem o cuidado de si e dos outros, o que leva a práticas de liberdade de gênero. Essas práticas fazem com que essas mulheres problematizem e reflitam criticamente sobre as normas existentes nos discursos sobre o empreendedorismo, possibilitando, mesmo que temporariamente, sua transgressão e sua rearticulação.

Assim, concluo que os discursos relacionados ao *entrepreneuring* de mulheres que empreendem em ambientes dominados pelo masculino e por homens contribuem para romper com a lógica heteronormativa de gênero, por meio das resistências como mulher e como empreendedora, do cuidado de si e dos outros que leva a práticas de liberdade. O romper com a lógica heteronormativa de gênero, no entanto, precisa ser compreendido de acordo com o contexto espaço temporal em que esta tese se encontra. Assim, me utilizo de práticas de liberdade para explicar as rupturas com a heteronormatividade no empreendedorismo, mas essas práticas não devem ser confundidas com emancipação.

Uma vez que vivemos em uma sociedade patriarcal, heterossexista e racista, mulheres, especialmente, negras e indígenas, são constantemente posicionadas à margem das normas. As resistências que levam a práticas de liberdade de gênero permitem tensionar as relações existentes nos regimes hegemônicos, por meio de um questionamento relacionado a gênero, raça, poder e conhecimento. Entretanto, uma vez que poder e resistência estão interligados, a norma se rearticula, em uma relação de forças em que identidades hegemônicas e identidades vistas como “marginais” assumem posições no discurso, em alguns momentos contribuindo para a fragmentação das identidades, em outros momentos reafirmando sua normalização.

Essas forças contribuem para que discursos normalizadores e discursos relacionados ao *entrepreneuring* circulem e sejam (re)produzidos. Assim, como

explica Butler (2004), uma vez que a repetição da norma nunca é idêntica, essa reprodução possibilita sua rearticulação, rupturas e fragmentos em um processo de fazer e desfazer. Neste momento de rearticulação, os discursos relacionados ao *entrepreneurship* podem promover processos de mudança, por meio do governo de si e dos outros, contribuindo para um esforço coletivo de transformação social.

Entendo que a principal contribuição teórica desta tese diz respeito à compreensão do empreendedorismo a partir dos discursos relacionados ao *entrepreneurship*. A visão processual do empreendedorismo, por meio do *entrepreneurship* e toda a complexidade que ele envolve, permite avançar nas discussões propostas pelos estudos críticos sobre o empreendedorismo, ao pensar em formas alternativas de compreensão do fenômeno, não como algo estático, linear, mas como algo fragmentado e em constante processo de construção. Uma segunda contribuição diz respeito à necessidade de articular os aspectos interseccionais ao empreendedorismo no Brasil. Ao falar sobre mulheres empreendedoras negras e indígenas, é fundamental problematizar sobre os atravessamentos discursivos que permeiam o empreender dessas mulheres.

Uma terceira contribuição está relacionada à compreensão sobre como as resistências levam a práticas de liberdade e as características das práticas de problematização e de afirmação reflexiva no contexto estudado. A quarta contribuição que apresento nesta tese diz respeito aos estudos de gênero e empreendedorismo, que tendem a posicionar a mulher como o Outro, em uma lógica de comparação entre homens e mulheres e uma relação de subordinação. No contexto estudado, é fundamental problematizar sobre como os aspectos interseccionais influenciam a forma como mulheres negras e indígenas são posicionadas na lógica da Outridade, um terceiro espaço, que não é o hegemônico e nem o Outro no empreendedorismo, mas um tornar-se.

Dados do relatório Global *Entrepreneurship* Monitor (GEM, 2019) demonstram que as mulheres empreendedoras somam mais de 30 milhões no Brasil, sendo que no último ano este número cresceu 40% (SEBRAE, 2021). Entretanto, mesmo que o número de empreendedores negros e brancos seja equilibrado, o empreendedor branco ainda leva vantagem em renda, escolaridade e acesso a crédito. Entre mulheres negras e mulheres brancas, 58% das mulheres negras recebem negativas

ao buscar crédito em bancos ou instituições financeiras, sendo que para mulheres brancas este número é de 21%.

Apesar dessas informações, no contexto acadêmico, seguimos utilizando como referências empreendedoras de sucesso, os homens brancos; e estabelecendo uma lógica de ascensão linear e igualitária entre homens e mulheres no empreendedorismo. Assim, em termos práticos, busco com esta tese uma aproximação entre mercado e academia, por meio de problematizações sustentadas pelos estudos críticos sobre o empreendedorismo, especificamente o *entrepreneurship*. Empreender não é algo estático e sim, processual, permeado por erros e acertos, mas ainda vemos nos livros didáticos de graduação a pós-graduação receitas para o sucesso empreendedor, sem as devidas problematizações de aspectos de gênero, raça, classe e orientação sexual e de como influenciam positiva ou negativamente a compreensão deste fenômeno.

Apesar das contribuições teóricas e práticas, esta tese possui limitações. A primeira diz respeito a minha identidade enquanto pesquisadora e autora deste texto. Sou uma mulher autodeclarada branca e heterossexual. Apesar de minhas feições latinas, meus traços não dificultaram meus acessos, quando comparada a outras mulheres brasileiras. Sofro, assim como minhas participantes de pesquisa, o que significa ser mulher em uma sociedade patriarcal e machista, mas em muitos contextos nos distanciamos. Sendo assim, considero fundamental ressaltar que enquanto mulher branca, me valho da normatividade de minha branquitude e sei que esse é um lugar de privilégio racial, econômico e político que me define na sociedade na qual faço parte.

Refleti todos os dias nesses últimos anos de escrita acadêmica da tese sobre como desde a definição das minhas participantes, dos meus contatos e do acesso ao campo, eu poderia fazer um exercício de escrever com essas mulheres e não sobre elas. Escutei ativamente por vezes os relatos, senti as angústias, refleti sobre as entrevistas, mas sei que nunca vou conseguir traduzir em sua plenitude o que significa ser uma mulher negra ou uma mulher indígena no Brasil. E considero que este aspecto é de fundamental importância para a compreensão sobre como as análises feitas nesta tese.

Uma segunda limitação do estudo diz respeito à falta de homogeneidade dos empreendimentos. Apesar de se encontrarem por serem mulheres que empreendem

em ambientes dominados pelo masculino e por homens, entendo que as particularidades de cada negócio influenciam na forma como o empreendedorismo é compreendido e experienciado por cada uma delas. Assim, acredito que ter apenas empreendedoras do mesmo segmento contribuiria para dar mais robustez às análises e mais homogeneidade na compreensão do fenômeno do ponto de vista crítico. Apesar disso, considero que o objetivo geral desta tese foi atendido e que as problematizações feitas a partir dos discursos das entrevistadas contribuiu para o avanço científico do campo.

Olhando para o futuro, gostaria de sugerir uma expansão das possibilidades que os estudos críticos sobre o empreendedorismo permitem em termos de pesquisa. Sugiro pensar em como a interseccionalidade no empreendedorismo pode se configurar com relação ao afroempreendedorismo, empreendedorismo indígena ou empreendedorismo praticado por refugiados. Enxergo o potencial do *entrepreneuring* também para uma problematização de aspectos do empreendedorismo econômico, para além da prática capitalista, bem como dos aspectos relacionados ao empreendedorismo social. Os estudos críticos sobre o empreendedorismo são uma lente teórica que permitem ir além das discussões essencializadas e normalizadoras do empreendedorismo e sugiro que esse potencial seja aproveitado em estudos futuros.

Por fim, o fenômeno do empreendedorismo não é algo recente. Mas nos encontramos no século XXI e ainda precisamos problematizar barreiras, desafios e oportunidades vivenciados no empreendedorismo em função de uma construção social que posiciona mulheres, negros, pessoas trans, população LGBTQIA+, entre outros sujeitos como “minorias” e paradoxalmente ensina, por meio das escolas de negócios em níveis de graduação a pós-graduação, que empreender é algo linear e a melhor alternativa para quem deseja “ganhar dinheiro”. Espero que esta tese contribua para aproximar a teoria e a prática empreendedora, além de permitir uma reflexão alternativa sobre outras possibilidades existentes no processo de empreender.

REFERÊNCIAS

ACHTENHAGEN, L.; WELTER, F. 'Surfing on the ironing board'—the representation of women's entrepreneurship in German newspapers. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n. 9-10, p. 763-786, 2011.

ADLER, P. S.; FORBES, L. C.; WILLMOTT, H. 3 Critical management studies. **The Academy of Management Annals**, v. 1, n. 1, p. 119-179, 2007.

AHL, H. **The scientific reproduction of gender inequality: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship**. Malmö: Liber, 2004.

AHL, H. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 30, n. 5, p. 595-621, 2006.

AHL, H.; MARLOW, S. Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: Advancing debate to escape a dead end? **Organization**, v. 19, n. 5, p. 543–562, 2012.

AIRES, A. **De gorda à plus size: a moda do tamanho grande**. Estação das Letras e Cores Editora, 2019.

AKOTIRENE, C. **O que é interseccionalidade?**. Belo Horizonte, MG: Letramento, 2018.

ALDRICH, H. E.; MARTINEZ, M. A. Why aren't entrepreneurs more creative? Conditions affecting creativity and innovation in entrepreneurial activity. **The Oxford Handbook of Creativity, Innovation, and Entrepreneurship**, p. 445-456, 2015.

ALDRICH, H. E.; RUEF, M. Unicorns, gazelles, and other distractions on the way to understanding real entrepreneurship in the United States. **Academy of Management Perspectives**, v. 32, n. 4, p. 458-472, 2018.

ALEXANDER, B. Querying *queer* theory again (or *queer* theory as drag performance). **Journal of Homosexuality**, v. 45, n. 2-4, p. 349-352, 2003.

ALLEN, A. Foucault and the politics of our selves. **History of the human sciences**, v. 24, n. 4, p. 43-59, 2011.

ALMEIDA, C. B. de; VASCONCELLOS, V. A. Transexuais: transpondo barreiras no mercado de trabalho em São Paulo?. **Revista Direito GV**, v. 14, p. 303-333, 2018.

ALMEIDA, E. Lopes de; DIAS, P. K.; SANTOS, E. C. dos. Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: Um olhar interseccional. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 15, n. 1, p. 122-146, 2021.

ALMEIDA, S. L. de. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte/MG: Letramento, 2018.

ALVESSON, M.; WILLMOTT, H. On the idea of emancipation in management and

organization studies. **Academy of Management Review**, v. 17, n. 3, p. 432-464, 1992.

ALVESSON, M.; KARREMAN, D. Varieties of discourse: On the study of organizations through discourse analysis. **Human relations**, v. 53, n. 9, p. 1125-1149, 2000.

ALVESSON, M.; SANDBERG, J. Generating research questions through problematization. **Academy of management review**, v. 36, n. 2, p. 247-271, 2011.

ALVESSON, M.; WILLMOTT, H. **Making sense of management: a critical introduction**. California, USA: Sage Publishing, 2012.

ANDERSON, A, R.; DODD, S. D.; JACK, S. L. Entrepreneurship as connecting: some implications for theorising and practice. **Management Decision**, v. 50, p. 958-971, 2012.

ARCINIEGA, L. C.. Selling diversity to white men: How disentangling economics from morality is a racial and gendered performance. **Organization**, v. 28, n. 2, p. 228-246, 2021.

ARMSTRONG, P. **Critique of entrepreneurship: people and policy**. London: Springer, 2005.

ASHCRAFT, K. L. Resistance through consent? Occupational identity, organizational form, and the maintenance of masculinity among commercial airline pilots. **Management Communication Quarterly**, v. 19, n. 1, p. 67-90, 2005.

AUSTIN, J.; STEVNSON., H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 370-384, 2012.

BAIROS, L. Nossos feminismos revisitados. **Revista Estudos Feministas**. n. 02, p. 458-463, 1995.

BAIROS, L. A mulher negra e o feminismo. *In*: COSTA, Ana Alice Alcantara, SARDENBERG, Cecília Maria B. (Org.). **O Feminismo do Brasil: reflexões teóricas e perspectivas**. Salvador: UFBA/Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre a Mulher, 2008.

BAKER, T.; NELSON, R. E. Creating something from nothing: resource construction through entrepreneurial bricolage. **Administrative Science Quarterly**, v. 50, n. 3, p. 329-366, 2005.

BANSAL, P; CORLEY, K. The coming of age for qualitative research: embracing the diversity of qualitative methods. **Academy of Management Journal**, v, 54, n. 2, 233–237, 2011.

BASSEL, L. Contemporary grammars of resistance: Two French Social Movements. **Sociology**, v. 48, n. 3, p. 537-553, 2014.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

BAZIN, Y.; NACCACHE, P. The emergence of heterotopia as a heuristic concept to study organization. **European Management Review**, v. 13, n. 3, p. 225–233, 2016.

BELL, E.; WILLMOTT, H. Ethics, politics and embodied imagination in crafting scientific knowledge. **Human Relations**, v. 73, n. 10, p. 1366-1387, 2020.

BERARD, T. J. Michel Foucault, the history of sexuality, and the reformulation of social theory. **Journal for the Theory of Social Behaviour**, v. 29, n. 3, p. 203-227, 1999.

BERTOLAMI, M.; ARTES, R.; GONÇALVES, P. J.; HASHIMOTO, M.; LAZZARINI, S. G. Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, p. 311-335, 2018.

BLACKBURN, R.; RAM, M. Fix or fixation? The contributions and limitations of entrepreneurship and small firms to combating social exclusion. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 18, n. 1, p. 73-89, 2007.

BOJE, D. M.; OSWICK, C.; FORD, J. D. Language and organization: the doing of discourse. **Academy of Management Review**, v. 29, n. 4, p. 571-577, 2004.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. The new spirit of capitalism. **International Journal of Politics, Culture, and Society**, v. 18, n. 3-4, p. 161-188, 2005.

BOWDEN, P.; MUMMERY, J. **Understanding Feminism**. London: Routledge, 2014.

BOWEN, G. A. Naturalistic inquiry and the saturation concept: a research note. **Qualitative Research**, v. 8, n. 1, p. 137-152, 2008.

BOWLEG, L. When Black+ lesbian+ woman ≠ Black lesbian woman: The methodological challenges of qualitative and quantitative intersectionality research. **Sex Roles**, v. 59, n. 5, p. 312-325, 2008.

BRANDÃO, A. M.; MARQUES, A. P.; LAMELA, R. Gênero, empreendedorismo e autonomização profissional. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 35, p. 2963-2991, 2019.

BREWIS, J.; HAMPTON, M. P.; LINSTED, S. Unpacking Priscilla: subjectivity and identity in the organization of gendered appearance. **Human relations**, v. 50, n. 10, p. 1275-1304, 1997.

BRENKERT, G. G. Entrepreneurship, ethics, and the good society. **The ruffin series of the Society for Business Ethics**, v. 3, p. 5-43, 2002.

BROWN, A. The mark of the researcher's hand: the imperfections of craft in the

process of becoming a qualitative researcher. **Management Learning**, v. 52, n. 5. p. 541-558, 2020.

BRUNI, A.; GHERARDI, S.; POGGIO, B. Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. **Journal of Organization Change Management**, v. 17, n. 3, p. 256–268, 2004.

BRUNI, A.; PERROTA, M. Entrepreneurship together: his and her stories. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 20, n. 2, p. 108-127, 2014.

BUCHHOLZ, R. A.; ROSENTHAL, S. B. The spirit of entrepreneurship and the qualities of moral decision making: toward a unifying framework. **Journal of Business Ethics**, v. 60, n. 3, p. 307-315, 2005.

BUTLER, J.; TROUBLE, G. **Feminism and the subversion of identity**. New York: Routledge, 1990.

BUTLER, J. *Critically queer*. **GLQ: A journal of lesbian and gay studies**, v. 1, n. 1, p. 17-32, 1993.

BUTLER, J. **Undoing Gender**. London: Routledge, 2004.

BUTTNER, E. H.; MOORE, D. P. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of Small Business Management**, v. 35, p. 34-46, 1997.

CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L. Past postmodernism? Reflections and tentative directions. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 4, p. 649-672, 1999.

CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L. From the 'woman's point of view' ten years later: Towards a feminist organization studies. *In*: CLEGG, Stewart. **The Sage Handbook of Organization Studies**. Sage Publishing, p. 284-346, 2006.

CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L.; BOURNE, K. A. **Extending the boundaries: reframing 'entrepreneurship as social change' through feminist perspectives**. [S.l.: s.n], 2009.

CANTILLON, R. **Ensaio sobre a natureza do comércio em geral**. Curitiba: Segesta, 2002.

CARDOSO, C. P. Amefricanizando o feminismo: o pensamento de Lélia Gonzalez. **Revista Estudos Feministas**, v. 22, p. 965-986, 2014.

CARNEIRO, S. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. **Racismos contemporâneos**. Rio de Janeiro: Takano, v. 49, p. 49-58, 2003.

CARNEIRO, S. **Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil**. São Paulo: Selo Negro, 2015.

CARNEIRO, G. M.; GOMES, I. M. A corporeidade “das pretas”: identidade e consumo nas estratégias políticas de empoderamento em um coletivo de mulheres negras na cidade de Vitória. **Movimento (ESEFID/UFRGS)**, v. 24, n. 4, p. 1063-1076, 2018.

CASAQUI, V. A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital. **Universitas Humanística**, v. 81, n. 81, 2016.

CHAMBERS, S. A. Telepistemology of the closet; or the queer politics of 'six feet under". **The journal of american culture**, v. 26, n. 1, p. 24-41, 2003.

CHEEK, J. **The practice and politics of funded qualitative research**. [S.l.]: Sage Publications, p 45-74, 2008.

COHEN, C. J. Punks, bulldaggers, and welfare queens: the radical potential of queer politics?. **GLQ: A journal of lesbian and gay studies**, v. 3, n. 4, p. 437-465, 1997.

COLLINS, P. Hill; BILGE, S. **Interseccionalidade**. [S.l.]: Boitempo, 2021.

COOPER, R.; BURRELL, G. Modernism, postmodernism and organizational analysis: An introduction. **Organization Studies**, v. 1, n. 9. p. 91-112, 1988.

CORBIN, J. M.; STRAUSS, A. Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. **Qualitative Sociology**, v. 13, n. 1, p. 3-21, 1990.

CORONAVÍRUS: Veja a cronologia da doença no Brasil. **Portal G1**, 06 abr. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/coronavirus-veja-a-cronologia-da-doenca-no-brasil.ghtml/>. Acesso em: 7 de maio 2020.

COSTA, A. M. DA; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179–197, 2011.

COSTA, A. de S. M. da; SARAIVA, L. A. S. Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital. **Organization**, v. 19, n. 5, n. sep., p. 587–614, 2012.

CRESSY, R.; CUMMING, D.; MALLIN, C. Entrepreneurship, governance and ethics. *In*: CRESSY, R.; CUMMING, D.; MALLIN. **Entrepreneurship, Governance and Ethics**. Dordrecht: Springer, p. 117-120, 2012.

CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. *In*: CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto**. São Paulo: Penso, 2010.

CUKIER, W.; TRENHOLM, S.; CARL, D.; GEKAS, G. Social entrepreneurship: a e,,content analysis. **Journal of Strategic Innovation and Sustainability**, v. 7, n. 1, p. 99-119, 2011.

CUNLIFFE, A. L. Crafting qualitative research: Morgan and Smircich 30 years on. **Organizational Research Methods**, v. 14, n. 4, p. 647-673, 2011.

CRENSHAW, K. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Estudos Feministas**, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

DASHTIPOUR, P.; RUMENS, N. Entrepreneurship, incongruence and affect: drawing insights from a swedish anti-racist organisation. **Organization**, v. 25, n. 2, p. 223–241, 2018.

DAVIS, A.. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DAVEL, E.; ALCADIPANI, R. Estudos críticos em administração: a produção científica brasileira nos anos 1990. **Revista de administração de empresas**, v. 43, n. 4, p. 72-85, 2003.

DEES, J. G. Enterprising nonprofits. **Harvard Business Review**, v. 76, p. 54-69, 1998.

DEES, J. G. Social entrepreneurship is about innovation and impact, not income. **Social Edge**, p. 1-4, 2003.

DEFOURNY, J.; NYSSSENS, M. Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector. **Policy and Society**, v. 29, n. 3, p. 231-242, 2010.

DEY, P. **Governing the social through 'social entrepreneurship'**: a Foucauldian view of 'the art of governing'in advanced liberalism. [S.l.: s.n], 2013.

DEY, P.; STEYAERT, C. The politics of narrating social entrepreneurship. **Journal of enterprising communities**: people and places in the global economy, v. 4, n. 1, p. 85-108, 2010.

DEY, P.; STEYAERT, C. Rethinking the space of ethics in social entrepreneurship : power, subjectivity , and practices of freedom. **Journal of Business Ethics**, v. 133, n. 4, p. 627-641, 2014.

DEY, P.; STEYAERT, C.; HJORTH, D. **The rhetoric of social entrepreneurship**: paralogy and new language games in academic discourse. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2007.

DEY, P.; TEASDALE, S. Social enterprise and dis/identification: the politics of identity work in the english third sector. **Administrative Theory & Praxis**, v. 35, n. 2, p. 248-270, 2013.

DICK, P. To see ourselves as others see us? Incorporating the constraining role of socio-cultural practices in the theorization of micropolitical resistance. **Gender, Work & Organization**, v. 22, n. 1, p. 16-35, 2015.

DREYFUS, H. L.; RABINOW, P. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

DUBOIS, A.; GADDE, L. Systematic combining: an abductive approach to case research. **Journal of Business Research**, v. 55, n. 7, p. 553-560, 2002.

DU GAY, P. Against 'enterprise'(but not against 'enterprise', for that would make no sense). **Organization**, v. 11, n. 1, p. 37-57, 2004.

DUFFY, Brooke Erin. **(Not) getting paid to do what you love**. Yale University Press, 2018.

DY, A. M.; MARLOW, S.; MARTIN, L. A Web of opportunity or the same old story? Women digital entrepreneurs and intersectionality theory. **Human Relations**, v. 70, n. 3, p. 286–311, 2017.

EPSTEIN, S. A queer encounter: sociology and the study of sexuality. *In*: SEIDMAN, S. (ed.). **Reprinted in Queer Theory/Sociology**. Oxford: Blackwell, p. 145-167, 1996.

ESSERS, C.; BENSCHOP, Y. Enterprising identities: female entrepreneurs of moroccan or turkish origin in the netherlands. **Organization studies**, v. 28, n. 1, p. 49-69, 2007.

ESSERS, C. **New Directions in Postheroic Entrepreneurship : narratives of gender and ethnicity**. Chandigarh, India: CBS Press, 2009.

ESSERS, C.; BENSCHOP, Y. Muslim businesswomen doing boundary work: the negotiation of Islam, gender and ethnicity within entrepreneurial contexts. **Human relations**, v. 62, n. 3, p. 403-423, 2009.

ESSERS, C.; BENSCHOP, Y.; DOOREWAARD, H. Female ethnicity: Understanding Muslim immigrant businesswomen in the Netherlands. **Gender, Work & Organization**, v. 17, n. 3, p. 320-339, 2010.

ESSERS, C.; TEDMANSON, D. Upsetting 'Others' in the Netherlands: narratives of Muslim Turkish migrant businesswomen at the crossroads of ethnicity, gender and religion. **Gender, work & organization**, v. 21, n. 4, p. 353-367, 2014.

FAIRCLOUGH, N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research. **Methods of Critical Discourse Analysis**, v. 5, n. 11, p. 121-138, 2001.

FERBER, M. A.; NELSON, J. A. (ed.). **Beyond economic man: feminist theory and economics**. Chicago: University of Chicago Press, 2009.

FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 21, n. 2, p. 406-436, 2015.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FISCHER, R. M. B. Foucault e a análise do discurso em educação. **Cadernos de pesquisa**, n. 114, p. 197-223, nov. 2001.

FLICK, U. **Managing Quality in Qualitative Research**. London: Sage Publications, 2007.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder [microphysics of power]**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FOUCAULT, M. **Power/knowledge: selected interviews and other writings, 1972-1977**. [S.I.]: Vintage, 1980.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade III: o cuidado de si**. Trad. Maria Thereza de Costa Albuquerque. 3. ed. Rio de Janeiro, Graal, 1985.

FOUCAULT, M. **A Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

FOUCAULT, M. O que é a crítica? Critique et Aufklärung – Conférence du 27 mai 1978. **Bulletin de la Société Française de Philosophie**, v. 82, n. 2, p. 35-63, 1990.

FOUCAULT, M. **The Foucault effect: studies in governmentality**. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

FOUCAULT, M. Então é importante pensar? In.: FOUCAULT, M. **Ditos e escritos IV**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1994.

FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H. L.; RABINOW, P. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996a.

FOUCAULT, M. Entrevista com Michel Foucault, por Sérgio P. Rouanet e JG Merquior. **O homem e o discurso: a arqueologia de Michel Foucault**, p. 17-42, 1996b.

FOUCAULT, M.; FAUBION, J. D.; HURLEY, R. **Aesthetics, method, and epistemology**. New York: New Press, 1998.

FOUCAULT, M. Outros espaços. **Ditos e escritos**, v. 3, p. 411-422, 2001.

FOUCAULT, M. **Os anormais**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FOUCAULT, M. **Estratégia, poder-Saber, ditos e escritos IV**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

FOUCAULT, M. Ética, sexualidade, política **Ditos e escritos**, volume V: Dourado Barbosa, v. 3. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade, 2: o uso dos prazeres**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 2008.

FOURNIER, V.; GREY, C. At the critical moment: conditions and prospects for critical management studies. **Human relations**, v. 53, n. 1, p. 7-32, 2000.

FOURNIER, V.; GREY, C. Na hora da crítica: condições e perspectivas para estudos críticos de gestão. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, n. 1, 2006.

FRIER, S.; GRANT, N. **Instagram brings in more than a quarter of facebook sales**. 2020. Disponível em: <https://tech.hindustantimes.com/tech/news/instagram-brings-in-more-than-a-quarter-of-facebook-sales-story-hGFlvnU4yb2cn2eTkUuv0M.html>. Acesso em: 8 set. 2021.

GALLO, S. The care of the self and biopolitics: resistance and practices of freedom. **Educational Philosophy and Theory**. vol. 49, n. 7, p. 691-701, 2017.

GÁLVEZ, A; TIRADO, F.; ALCARAZ, J. M. M. Micro-resistance in teleworking. tactics and subjectivity in female teleworkers. *In: **Academy of Management Proceedings***. Briarcliff Manor, NY: Academy of Management, 2018.

GARTNER, W. B. Achieving “critical mess” in entrepreneurship scholarship. *In: **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth***. Emerald Group Publishing Limited, p. 199-216, 2004.

GARTNER, W. B. A new path to the waterfall: a narrative on a use of entrepreneurial narrative. **International Small Business Journal**, v. 28, n. 1, p. 6-19, 2010.

GEPHART; JR, R. P. Qualitative research and the Academy of Management Journal. **Academy of Management Journal**, v. 47, n. 4, 2004.

GERMAIN, O.; JACQUEMIN, A. Positioning entrepreneurship studies between critique and affirmation. **Revue de l'Entrepreneuriat**, v. 16, n. 1, p. 55-64, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Retrieved**, v. 12, p. 2019, abr., 2019.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAUJO, U. P.; MARTINS, C. M. F. Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista brasileira de gestão de negócios**, v. 16, n. 51, p. 319–342, 2014.

GONZALEZ, L. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje, Anuário de Antropologia, Política e Sociologia**. p. 223-244, 1984.

GOSS, D.; JONES, R.; SWINBURNE, M. B.; LATHAM, J. Power as practice: a micro-sociological analysis of the dynamics of emancipatory entrepreneurship. **Organization Studies**, v. 32, n. 2, p. 211-229, 2011.

GRAHAM, L. J. The product of text and ‘other’ statements: Discourse analysis and the critical use of Foucault. **Educational Philosophy and Theory**, v. 43, n. 6, p. 663-674, 2011.

GREY, C.; SINCLAIR, A. Writing differently. **Organization**, v. 13, n. 3, p. 443-453, 2006.

GUBRIUM, E.; KORO-LJUNGBERG, M. Contending with border making in the social constructionist interview. **Qualitative Inquiry**, v. 11, n. 5, p. 689-715, 2005.

GUEST, G.; BUNCE, A.; JOHNSON, L. How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. **Field Methods**, v. 18, n. 1, p. 59-82, 2006.

HALL, S. ‘Who needs ‘identity’?’. In: DU GAY, P.; EVANS, J.; REDMAN, P. (ed.). **Identity: a reader**. London: Sage, p. 15-30, 2000.

HANNAFEY, F. T. Entrepreneurship and ethics: A literature review. **Journal of Business Ethics**, v. 46, n. 2, p. 99-110, 2003.

HANSON, S. Changing places through women’s entrepreneurship. **Economic Geography**, v. 85, n. 3, p. 245-267, 2009.

HARDING, N. H.; FORD, J.; LEE, H. Towards a performative theory of resistance: Senior managers and revolting subject(ivities). **Organization Studies**, v. 38, n. 9, p. 1209-1232, 2017.

HARDING, N.; LEE, H.; FORD, J.; LEARMONTH, M. Leadership and charisma: A desire that cannot speak its name?. **Human relations**, v. 64, n. 7, p. 927-949, 2011.

HARRIS, J. D.; SAPIENZA, H. J.; BOWIE, N. E. Ethics and entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 24, n. 5, p. 407-418, 2009.

HAUGH, H. Community-led social venture creation. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 31, n. 2, p. 161-182, 2007.

HEIZMANN, H.; LIU, H. Bloody Wonder Woman!: Identity performances of elite women entrepreneurs on Instagram. **Human Relations**, p. 1-30, 2020.

HJORTH, Daniel; STEYAERT, Chris. Narrative and discursive approaches in entrepreneurship: a second movements in entrepreneurship book. **University of Illinois at Urbana-Champaign's academy for entrepreneurial leadership historical research reference in entrepreneurship**, 2004.

HJORTH, D. Organizational entrepreneurship: With de Certeau on creating heterotopias (or spaces for play). **Journal of management inquiry**, v. 14, n. 4, p. 386-398, 2005.

HJORTH, D.; STEYAERT, C. Entrepreneurship as disruptive event. **The politics and aesthetics of entrepreneurship: a fourth movements of entrepreneurship book**. Cheltenham: Edward Elgar, p. 1-10, 2009.

HJORTH, D. Public entrepreneurship: desiring social change, creating sociality. **Entrepreneurship & regional development**, v. 25, n. 1-2, p. 34-51, 2013.

HODGES, B. D.; KUPER, A.; REEVES, S. Discourse analysis. **British Medical Journal**, v. 337, 2008.

HOOKS, B. **Ain't I a woman Black women and feminism**. London, UK: Pluto Press, 1981.

HOOKS, B. **Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

IMAS, J. M.; WILSON, N.; WESTON, A. Barefoot entrepreneurs. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 563-585, 2012.

INSTITUTO DAS PRETAS. **O que somos**. 2019. Disponível em: <https://daspretas.com.br/o-que-somos/>. Acesso em 15 de jan. de 2021.

IRIGARAY, H. A. R.; CAETANO, Ana; FONTOURA, Yuna; MAHER, Rajiv. Resisting by re-existing in the workplace: A decolonial perspective through the Brazilian adage "For the English to See". **Organization**, v. 28, n.1, p. 26-43, 2021.

JENNINGS, J. E.; BRUSH, C. G. Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?. **The Academy of Management Annals**, v. 7, n. 1, p. 663-715, 2013.

JOHANNISSON, B. Towards a practice theory of entrepreneuring. **Small Business Economics**, v. 36, n. 2, p. 135-150, 2011.

JONES, C.; SPICER, A. The sublime object of entrepreneurship. **Organization**, v. 12, n. 2, p. 223-246, 2005.

JONES, D.; STABLEIN, R. Diversity as resistance and recuperation. *In*: KONRAD, A. M.; PUSHKALA, P.; PRINGLE, J. K. **Handbook of Workplace Diversity**. London: Sage, p. 145-167, 2006.

JONES, Campbell; SPICER, Andre. Is the Marquis de Sade an entrepreneur?. **The Politics and Aesthetics of Entrepreneurship: A Fourth Movements in Entrepreneurship Book**, p. 131-147, 2009.

KANTOR, P. Gender, microenterprise success and cultural context: The case of South Asia. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 26, n. 4, p. 131-143, 2002.

KAUFMANN, J. Poststructural analysis: Analyzing empirical matter for new meanings. **Qualitative Inquiry**, v. 17, n. 2, p. 148-154, 2011.

KAUPPINEN, A.; DASKALAKI, M. Becoming other: entrepreneuring as subversive organising. **Ephemera**, v. 15, n. 3, p. 601-620, 2015.

KILOMBA, G. **Memórias da Plantação**: episódios de racismo cotidiano, Trad. Jess Oliveira. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

KNIGHT, M. Race-ing, classing and gendering racialized women's participation in entrepreneurship. **Gender, Work & Organization**, v. 23, n. 3, p. 310-327, 2016.

LEMKE, T. 'The birth of bio-politics': Michel Foucault's lecture at the Collège de France on neo-liberal governmentality. **Economy and society**, v. 30, n. 2, p. 190-207, 2001.

LORDE, A. Age, race, class and sex: women rede ning di erence. Paper del delivered the Copeland Colloquium, Amerst College, Reproduced. *In: **Sister Outsider. Essays and Speeches***. Freedom, California: The Crossing Press, p. 114-123, 1984.

LOPES, F. T.; COSTA, A. S. M. da. Exílio político no contexto do Brasil pós-2019: história do desterro e do trabalho existência/resistência de uma intelectual brasileira. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 19, n. 2, p. 307-324, 2021.

MACMILLAN, I. C. **To really learn about entrepreneurship, let's study habitual entrepreneurs**. Wharton School of the University of Pennsylvania, Snider Entrepreneurial Center, 1986.

MANAS À OBRA. **Reformas e projetos**. Disponível em: <https://www.manasaobra.com/>. Acesso em: 16 jan. 2019.

MARADEI, G. De mulheres para mulheres: elas fazem reparos e reformas na sua casa! **Casa Vogue**, 16 de janeiro de 2019. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Interiores/Ambientes/noticia/2019/01/de-mulheres-para-mulheres-elas-fazem-reparos-e-reformas-na-sua-casa.html>. Acesso em: 20 jan. 2019.

MARIANO, S. A. O sujeito do feminismo e o pós-estruturalismo. **Revista de Estudos Feministas**, v.13, n.3, p. 483-505, 2006.

MARLOW, S.; MCADAM, M. Incubation or induction? Gendered identity work in the context of technology business incubation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 39, n. 4, p. 791-816, 2015.

MARLOW, S. Exploring future research agendas in the field of gender and entrepreneurship. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 6, n. 2, p. 102-120, 2014.

MARLOW, S.; HENRY, C.; CARTER, S. Exploring the impact of gender upon women's business ownership: Introduction. **International small business journal**, v. 27, n. 2, p. 139-148, 2009.

MARLOW, S.; GREENE, F. J.; COAD, A. Advancing gendered analyses of entrepreneurship: A critical exploration of entrepreneurial activity among gay men and lesbian women. **British Journal of Management**, v. 29, n. 1, p. 118-135, 2017.

MARLOW, S.; MARTINEZ DY, A. Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research?. **International small business journal**, v. 36, n. 1, p. 3-22, 2018.

MÁRQUEZ, P.; REFICCO, E.; BERGER, G.. Negocios inclusivos en Latinoamérica. **Harvard Business Review**, p. 28-38, maio, 2009.

MARTIN, R. L.; OSBERG, S. **Social entrepreneurship: the case for definition**. London: Spring, 2007.

MARTINS, V. M. P.; CARRERA, F. A. S. Body positive en *Instagram*: uma análise dos modos de aceitação corporal a partir da roleta interseccional. **Razón y Palabra**, v. 24, n. 109, 2020.

MAVIN, S. Queen bees, wannabees and afraid to bees: no more 'best enemies' for women in management?. **British journal of management**, v. 19, p. 75-S84, 2008.

McDONALD, J. Queering methodologies and organizational research: disrupting, critiquing, and exploring. **Qualitative research in organizations and management: an international journal**, v. 12, n. 2, p. 130-148, 2017.

MELO, F. L. N. B. de; SILVA, R. R. da; ALMEIDA, T. N. V. de. Gênero e empreendedorismo: um estudo comparativo entre as abordagens causation e effectuation. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 16, p. 273-296, 2019.

MEYERSON, D. E.; SCULLY, M A. Crossroads tempered radicalism and the politics of ambivalence and change. **Organization Science**, v. 6, n. 5, p. 585-600, 1995.

MEYSKENS, M.; ROBB-POST, C.; STAMP, J. A.; CARSRUD, A. L.; REYNOLDS, P. D. Social Ventures from a Resource-Based Perspective: An Exploratory Study Assessing Global Ashoka Fellows. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 34, n. 4, p. 661-680, 2010.

MIRCHANDANI, K. Feminist insight on gendered work: new directions in research on women and entrepreneurship. **Gender, Work & Organization**, v. 6, n. 4, p. 224-235, 1999.

MISKOLCI, R. A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. **Sociologias**, v. 11, n. 21, p. 150–182, 2009.

MOLE, K.; RAM, M. (ed.) **Perspectives in Entrepreneurship: a critical approach**. New York: Macmillan International Higher Education, 2011.

NARVAZ, M. G.; NARDI, H. C.; MORALES, B. Nas tramas do discurso: a abordagem discursiva de Michel Pêcheux e de Michel Foucault. **Revista de Psicologia Política**, v. 6, n. 12, p. 369-390, 2006.

NASSIF, V. M. J.; SILVA, N. B.; ONO, A. T.; BONTEMPO, P. C.; TINOCO, T. Empreendedorismo: área em evolução? Uma revisão dos estudos e artigos publicados entre 2000 e 2008. **INMR-Innovation & management review**, v. 7, n. 1, p. 175-192, 2010.

NKOMO, S. M.; AL ARISS, A. The historical origins of ethnic (white) privilege in US organizations. **Journal of Managerial Psychology**, v. 29, n. 4, p. 389-404, 2014.

NOGUEIRA, C. **Análise do discurso**. Métodos e técnicas de avaliação: novos contributos para a pratica e investigação. Braga: CEEP, 2001.

NORBÄCK, M. Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work. **Organization**, v. 28, n. 3, p. 426-448, 2021.

OGBOR, J. O. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of management studies**, v. 37:5, n. jul., p. 605–635, 2000.

OLIVEIRA, M. B. de. 20 mulheres que fizeram acontecer em 2017. **RME - Rede Mulheres Empoderadas**. Disponível em: <https://rme.net.br/2017/12/13/20-mulheres-2017/>. Acesso em: 5 mar. 2019.

OLIVEIRA JUNIOR, A. B.; GATTAZ, C. C.; BERNARDES, R. C.; IIZUKA, E. S. Pesquisa em empreendedorismo (2000-2014) nas seis principais revistas brasileiras de administração: lacunas e direcionamentos. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 16, n. 4, p. 610-630, 2018.

ORSER, B.; DYKE, L. The influence of gender and occupational-role on entrepreneurs' and corporate managers' success criteria. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 22, n. 3, p. 327-353, 2009.

OZKAZANC-PAN, B. Postcolonial feminist analysis of high-technology entrepreneuring. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 20, n. 2, p. 155-172, 2014.

OZTURK, M. B.; RUMENS, N. Gay male academics in UK business and management schools: Negotiating heteronormativities in everyday work life. **British Journal of Management**, v. 25, n. 3, p. 503-517, 2015.

PARKER, I. Discourse analysis and psychoanalysis. **British Journal of Social Psychology**, v. 36, n. 4, p. 479-495, 1997.

PARKER, M. Fucking management: queer, theory and reflexivity. **Ephemera**, v. 1, n. 1, p. 36-53, 2001.

PARKER, I. **Discourse dynamics (psychology revivals)**: Critical analysis for social and individual psychology. Routledge, 2014.

PARKER, M. Queering queer. **Gender, Work & Organization**, v. 23, n. 1, p. 71-73, 2016.

PETERS, M. **Pós-estruturalismo e filosofia da diferença**: uma introdução. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

PINN, M. L. de G. Beatriz Nascimento e a invisibilidade negra na historiografia brasileira: mecanismos de anulação e silenciamentos das práticas acadêmica e intelectual. **Revista Aedos**, v. 11, n. 25, p. 140-156, 2019.

PRAHALAD, C. K.; HART, S. L. Strategy+ business. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid**, v. 26, p. 2-14, 2002.

PULLEN, A.; LEWIS, P.; OZKAZANC-PAN, B. A critical moment: 25 years of *Gender, Work and Organization*. **Gender, work & organization**, v. 26, n. 1, p. 1–8, 2019.

RAFFNSØE, S.; GUDMAND-HØYER, M.; THANING, M. S. Foucault's dispositive: The perspicacity of dispositive analytics in organizational research. **Organization**, v. 23, n. 2, p. 272-298, 2016.

RAILE, A; RAILE, E. D.; PARKER, D. C.; SHANAHAN, E.; HAINES, P. Women and the weight of a pandemic: A survey of four Western US states early in the Coronavirus outbreak. **Gender, Work & Organization**, v. 28. n.4., 2020.

RATTZ, A. **Eu sou atlântica**: sobre a trajetória de vida de Beatriz Nascimento. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/Instituto Kuanza, 2007.

RME - Rede Mulher Empreendedora. **Sobre a RME**. Disponível em: <https://rme.net.br/quem-somos/>. Acesso em: 20 nov. 2019.

RIACH, K.; RUMENS, N.; TYLER, M. Towards a Butlerian methodology: Undoing organizational performativity through anti-narrative research. **Human Relations**, v. 69, n. 11, p. 2069-2089, 2016.

RIBAS, T. F. Práticas de liberdade em Foucault. **Doispontos**, v. 14, n. 1, 2017.

RINDOVA, V.; BARRY, D.; KETCHEN, D. Introduction to Special Topic Forum: Entrepreneurship as Emancipation. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p.

477-491, 2009.

RIVERA, Gabby. *The story of Marvel's first queer Latina superhero*. **TED - Ideias que vale a pena espalhar**. YouTube, novembro 2018. Disponível em: https://www.ted.com/talks/gabby_rivera_the_story_of_marvel_s_first_queer_latina_s_uperhero/transcript#t-664950. Acesso em: 9 mar. 2019.

RODRIGUEZ, D. A. Inclusão trans no mercado de trabalho avança, mas ainda enfrenta obstáculos. **UOL**. São Paulo. 9 out. 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/09/inclusao-trans-no-mercado-de-trabalho-avanca-mas-ainda-enfrenta-obstaculos.htm#:~:text=Sua%20experi%C3%Aancia%2C%20por%C3%A9m%2C%20ainda%20%C3%A9,um%20sonho%20que%20parece%20distante>. Acesso em: 3 fev. 2021

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

ROMERO, M.; VALDEZ, Z. Introduction to the special issue: Intersectionality and entrepreneurship. **Ethnic and Racial Studies**, v. 39, n. 9, p. 1553-1565, 2016.

ROPER, J.; CHENEY, G. The meanings of social entrepreneurship today. **Corporate governance: the international journal of business in society**, v. 5, n. 3, p. 95-104, 2005.

RUMENS, N.; SOUZA, E. de; BREWIS, J. Queering Queer Theory in Management and Organization Studies: Notes toward queering heterosexuality. **Organization studies**, v. 40, n. 4, p. 1-20, 2018.

RUMENS, N.; OZTURK, M. B. Heteronormativity and the (re) construction of gay male entrepreneurial identities. **International Small Business Journal**, v. 37, n. 7, p. 671-688, 2019.

SABELLA, A. R.; EL-FAR, M. T. Entrepreneurship as an everyday form of resistance: An exploration of the experiences of Palestinian women street vendors in the occupied Old City of Jerusalem. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 25, n. 6, p. 1212-1235, 2019.

SANTOS, I. C. dos; OLIVEIRA, E. Experiências das mulheres na escravidão, pós-abolição e racismo no feminismo em Angela Davis. **Revista Estudos Feministas**, v. 26, n. 1, 2018.

SANTOS, P. M.; MORAES FILHO, R. A. de Empreendedorismo na Incubadora da UFRPE: uma reflexão sobre empresas criadas por iniciativas de alunos e docentes. **Revista Organizações em Contexto**, v. 10, n. 20, p. 371-406, 2014.

SAY, J. **Tratado de economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. v. 15 (Os Economistas).

SCHUMPETER, J. A. **O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico: a teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SCOTT, J. C. **Los dominados y el arte de la resistencia**. Mexico: Ediciones Era, 2004.

SEIDMAN, S. **Difference troubles: Queering social theory and sexual politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

SILVA, J. F. da; PATRUS, R. O “Bê-Á-Bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.

SMITH, R. The Diva storyline: an alternative social construction of female entrepreneurship. **International journal of gender and entrepreneurship**, v. 1, n. 2, p. 148-163, 2009.

SOIHET, R. O corpo feminino como lugar de violência. **Projeto História**. São Paulo, v. 25, dez. 2002, p. 269-289.

SOMBART, W. **The quintessence of capitalism: A study of the history and psychology of the modern business man**. London: Routledge, 1998.

SORENSEN, B. M. Identity sniping: Innovation, imagination and the body. **Creativity and Innovation Management**, v. 15, n. 2, p. 135-142, 2006.

SOUZA, D.; SOUZA, S. P.; SILVA, A. R. L. da. O Pós-estruturalismo e os estudos críticos de gestão : da busca pela emancipação à constituição do sujeito post-structuralism and critical management studies : the desire for emancipation and. **RAC - revista de Administração Contemporânea**, v. 17, p. 198–217, mar./abr., 2013.

SOUZA, E. M. de; COSTA, A. Sá M. da; LOPES, B. C. Ressocialização, trabalho e resistência: mulheres encarceradas e a produção do sujeito delinquente. **Cadernos Ebape. Br**, v. 17, p. 362-374, 2019.

SOUZA, E. M. de; JUNQUILHO, G. S.; MACHADO, L. D.; BIANCO, M. de F. A analítica de Foucault e suas implicações nos estudos organizacionais sobre poder. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 36, p. 13-25, 2006.

SOUZA, E. M. Pós-modernidade nos estudos organizacionais: equívocos, antagonismos e dilemas. **Cadernos Ebape.br**, v. 10, n. 2, p. 270-283, 2012.

SOUZA, E. M. Poder, diferença e subjetividade: a problematização do normal. **Farol – revista de estudos organizacionais e sociedade**, Belo Horizonte, n. 1, p. 103-143, jun. 2014.

SOUZA, E. M. de; CARRIERI, A. P.. When invisibility is impossible: Body, subjectivity, and labor among travestis and transsexuals. **SAGE Open**, v. 5, n. 2, p. 1-11, 2015.

SOUZA, E. M.; BREWIS, J.; RUMENS, N. Gender, the body and organization studies: Que(e)rying Empirical Research. **Gender, work and organization**, v. 23, n. 6, p. 600–613, 2016.

SOUZA, E. M. A teoria queer e os estudos organizacionais: revisando conceitos sobre identidade. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 3, p. 308-326, 2017.

SOUZA, E. M. de; PARKER, M. Practices of freedom and the disruption of binary genders: Thinking with trans. **Organization**, v. 29, n.1, p. 67–82, 2020.

SOUZA, F. M. de; VOESE, S. B.; ABBAS, K. Mulheres no topo: as contadoras paranaenses estão rompendo o Glass Ceiling?. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, v.8, n. 2, p. 244-270 maio/ago. 2015.

SPARGO, T. **Foucault and queer theory**. Cambridge: Icon Books, 1999.

SPRINGER, R. A.; CLINTON, M. E. Doing Foucault: inquiring into nursing knowledge with Foucauldian discourse analysis. **Nursing Philosophy**, v. 16, n. 2, p. 87-97, 2015.

STARKEY, K.; HATCHUEL, A. The long detour: Foucault's history of desire and pleasure. **Organization**, v. 9, n. 4, p. 641-656, 2002.

STEYAERT, C. A qualitative methodology for process studies of entrepreneurship: Creating local knowledge through stories. **International Studies of Management & Organization**, v. 27, n. 3, p. 13-33, 1997.

STEYAERT, C.; KATZ, J. Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. **Entrepreneurship & regional development**, v. 16, n. 3, p. 179-196, 2004.

STEYAERT, C. Entrepreneurship as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 19, n. 6, p. 453–477, 2007.

STEYAERT, C. Queering space: heterotopic life in derek jarman's garden. **Gender, Work & Organization**, v. 17, n. 1, p. 45-68, 2010.

TEDMANSON, D.; VERDUYN, K.; ESSERS, C.; GARTNER, W. B. Critical perspectives in entrepreneurship research. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 531-541, 2012.

TEIXEIRA, J. C.; RAMPAZO, A. S. Vi. Assédio sexual no contexto acadêmico da administração: O que os lábios não dizem, o coração não sente?. **Farol-Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, v. 4, n. 11, p. 1151-1235, 2017.

TEIXEIRA, J. Interseccionalidade. Observatórios das Desigualdades da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). **Glossário das Desigualdades**. Natal: EDUFRN, 2020.

TEIXEIRA, J. C.; OLIVEIRA, J. S. de; DINIZ, A.; MARCONDES, M. M.; Inclusão e diversidade na administração: Manifesta para o futuro-presente. **Revista de Administração de Empresas**, v. 61, 2021.

TEMPLE, G. C. **Acontecimento, poder e resistência em Michel Foucault**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2013.

TEODÓSIO, A. dos S.; COMINI, G. Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. **Revista de Administração**, v. 47, n. 3, p. 410-421, 2012.

THANEM, T.; WALLENBERG, L. Just doing gender? Transvestism and the power of underdoing gender in everyday life and work. **Organization**, v. 23, n. 2, p. 250-271, 2016.

THOMAS, R.; DAVIES, A. Theorizing the micro-politics of resistance: new public management and managerial identities in the UK public services. **Organization Studies**, v. 26, n. 5, p. 683-706, 2005.

THOMPSON, J.; ALVY, G.; LEES, A. Social entrepreneurship—a new look at the people and the potential. **Management Decision**, v. 38, n. 5, p. 328-338, 2000.

TRAVAGLINI, C.; BANDINI, F.; MANCIONE, K. **Social Enterprise in Europe: Governance Models**. An analysis of governance models in social enterprises through a comparative study of the legislation of eleven countries. Associazione Italiana per la Cultura della Cooperazione e del Non Profit, 2010.

TRUTH, S. E não sou eu uma mulher. **Convenção pelos Direitos das Mulheres**. Ohio: [s.n.], 1851.

VALE, G. M. V. Empreendedorismo, marginalidade e estratificação social. **Revista de Administração de Empresas**, v. 54, p. 310-321, 2014.

VALENTE, J. Relatório mostra desigualdade no mercado de trabalho na América Latina. **Agência Brasil**, 19 de janeiro de 2019. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-01/relatorio-aponta-desigualdade-no-mercado-de-trabalho-na-america-latina>. Acesso em: 19 jan. 2019.

VERDUIJN, K.; ESSERS, C. Questioning dominant entrepreneurship assumptions: the case of female ethnic minority entrepreneurs. **Entrepreneurship & regional development**, v. 25, n. 7-8, p. 612-630, 2013.

VERDUIJN, K.; DEY, P.; TEDMANSON, D.; ESSERS, C. Emancipation and / or oppression? Conceptualizing dimensions of criticality in entrepreneurship studies. **International journal of entrepreneurial behavior & research**, v. 20, n. 2, p. 98–107, 2014.

VERDUYN, K.; DEY, P.; TEDMANSON, D. A critical understanding of entrepreneurship. **Revue de l'Entrepreneuriat**, v. 16, n. 1, p. 37-45, 2017.

VIEIRA, A.; MONTEIRO, P. R. R.; CARRIERI, A. de P.; GUERRA, V. de A.; BRANT, L. C. Um estudo das relações entre gênero e âncoras de carreira. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 17, p. 577-589, 2019.

VILELA, N. G. S.; HANASHIRO, D. M. M.; C., L. dos S. (Des) Igualdade de gênero no local de trabalho e práticas de recursos humanos. **Revista Alcance**, v. 27, n. 3, p. 382-398, 2020.

WALKER, M.; FLEMING, P.; BERTI, M. You can't pick up a phone and talk to someone: How algorithms function as biopower in the gig economy. **Organization**, v. 28, n. 1, p. 26-43, 2021.

WEBB, J.; TIHANYI, L.; IRELAND, D. R.; SIRMON, D. G. You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 492-510, 2009.

WEERAWARDENA, J.; MORT, G. S. Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. **Journal of World Business**, v. 41, n. 1, p. 21-35, 2006.

WENHAM, C.; SMITH, J.; MORGAN, R. COVID-19: the gendered impacts of the outbreak. **The Lancet**, v. 395, n. 10227, p. 846-848, 2020.

WEISS, T. Entrepreneurship for Society: What Is Next for Africa?. In: **Digital Kenya**. Palgrave Macmillan, London, p. 461-485, 2017.

WESCHENFELDER, V. I.; FABRIS, E. T. H.. Tornar-se mulher negra: escrita de si em um espaço interseccional. **Revista Estudos Feministas**, v. 27, 2019.

YOUNG, D. R. The state of theory and research on social enterprises. In: **Social Enterprises**. Palgrave Macmillan, London, 2012. p. 19-46.

YUJUICO, E. Connecting the dots in social entrepreneurship through the capabilities approach. **Socio-economic Review**, v. 6, n. 3, p. 493-513, 2008.

ZACCARO, N. Luedji Reina. **Revista TPM**, n. 177, 19 dez. 2018. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/tpm/com-nome-de-rainha-a-cantora-luedji-luna-e-um-dos-nomes-mais-interessantes-da-musica-brasileira>. Acesso em: 2 fev. 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de Pesquisa – Entrevistas Semiestruturadas

Bloco 1 – Contextualização

- 1) Qual o seu gênero?
- 2) Qual a sua idade?
- 3) Como você se identifica em termos de raça?
- 4) É casada? Tem filhos? Se sim, quantos?
- 5) Qual a sua formação/escolaridade?
- 6) Há quanto tempo é empreendedora?
- 7) Qual o seu ramo de atividade no empreendedorismo?
- 8) Você possui funcionários? Se sim, quantos?
- 9) Há quanto tempo conhece/faz parte do Instituto Das Pretas?

Bloco 2 – Identidade de gênero e identidade empreendedora

- 10) Na sua opinião, o que significa ser uma mulher empreendedora?
- 11) E o que significa ser um homem empreendedor?
- 12) Para você, homens e mulheres empreendem de forma igual ou diferente? O que seria igual? O que seria diferente?
- 13) Você acredita que a forma como a sociedade enxerga o empreendedor varia de acordo com o gênero?
- 14) Percebe que existe diferença de tratamento por ser uma mulher empreendedora?
- 15) Na sua opinião, empreender é um ramo de atividade mais percebido como sendo do universo masculino ou feminino? Por quê?
- 16) E o seu tipo de negócio? É mais visto como sendo do universo masculino ou feminino?
- 17) Quais características você utilizaria para se descrever como empreendedora?

Bloco 3 – Subjetividades e alternativas a partir do empreender

- 18) O que te motivou a se tornar empreendedora?
- 19) Por que escolheu empreender neste segmento?
- 20) Quando você pensa sobre a sua forma de empreender, o que considera que exista de diferente quando comparado a outros empreendedores e empreendedoras que você conhece?
- 21) Qual(ais) cursos você fez ou de quais eventos do Das Pretas você já participou? Como esses cursos contribuíram para a sua atuação como empreendedora?

22) Você considera que ser uma mulher que empreende no seu ramo de atividade é uma vantagem ou uma desvantagem? Poderia me dar exemplos?

23) Você percebe que fazer parte das Pretas te permitiu ocupar espaços ou viver novas experiências que antes você não conseguia? Poderia me dar exemplos?

Bloco 4 – Relações de Poder e Possibilidades de Resistência

24) Quais os desafios que você enfrenta no seu dia a dia como empreendedora? Como busca superar esses desafios?

25) Considera que esses desafios/dificuldades têm relação com o fato de você ser mulher? Poderia me dar exemplos?

26) Alguma vez já estranharam você ser responsável pela sua empresa em função da sua identidade de gênero? Como você lidou com isso?

27) O que te levou a escolher empreender no seu ramo de atuação?

28) Ao pensar na sua rede de clientes, fornecedores ou demais parceiros de negócios, você prioriza determinados públicos em detrimento de outros? Se sim, quais? Se não, que estratégias adota para lidar com cada um deles?

Bloco 5 – Estudos Críticos sobre Empreendedorismo

29) Na sua opinião, quais comportamentos são esperados de vocês como empreendedoras pela sociedade? Você costuma adotar esses comportamentos ou busca pensar na sua própria forma de empreender?

30) Se pudesse descrever o seu dia a dia como empreendedora, que palavras usaria para me defini-lo?

31) Já passou por alguma situação em que lhe disseram como você deveria gerenciar seu próprio negócio? Em caso afirmativo, como lidou com isso?

32) Você considera que suas ideias iniciais sobre empreender e sobre o seu negócio foram mudando ao longo do tempo? Poderia me dar exemplos?

33) Poderia me descrever o seu dia a dia empreendedor na relação por exemplo, com clientes e outros públicos com quem se relaciona?

Bloco 6 – Práticas de Liberdade

34) A sua forma de pensar o empreendedorismo mudou após conhecer o Instituto Das Pretas? Como você conduzia o seu negócio antes e quais mudanças conseguiu fazer após fazer parte do Instituto?

35) Você considera que a sua forma de empreender impacta não só a sua realidade, mas de outros que estão ao seu redor? Poderia me dar exemplos?

36) Para se manter no mercado, você criou estratégias diferenciadas na sua forma de empreender (por exemplo, diferentes regras, formas de organizar o seu negócio, rede de clientes, de relacionamento, etc)?

37) Você se envolve com outras empreendedoras que fazem parte do Instituto Das Pretas? Considera que essa rede formada possui um potencial transformador? Poderia me dar exemplos?

38) Para você, ser empreendedora no Brasil é um ato político, uma forma de luta contra os desafios que existem atualmente no campo do empreendedorismo?

Agradecimento e encerramento

39) Como a pandemia impactou o seu negócio e que estratégias/ações adotou para conseguir se manter durante este período?

40) Gostaria de acrescentar algo que não foi abordado?

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Versão Física



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Informações ao participante:

Prezada,

Você foi convidada a participar como voluntária da pesquisa intitulada **Empreendedorismo crítico e práticas de liberdade: relações de poder e possibilidades de resistência a partir do empreender feminino das mulheres empreendedoras radicais**. Essa pesquisa está sob responsabilidade da pesquisadora Amanda Soares Zambelli Ferretti se propõe a compreender **como o empreender das mulheres empreendedoras radicais pode gerar possibilidades de resistência por meio das práticas de liberdade**.

A contribuição deste estudo está na sustentação do argumento de que as mulheres empreendedoras radicais, a partir de suas subjetividades, contribuem para desconstruir a forma de fazer o empreendedorismo, por meio de alternativas no empreender, tornando-o um processo contínuo de fazer e desfazer, um *entrepreneurship*.

A pesquisa buscará como resultados a produção de artigos para publicação em revistas científicas nacionais e internacionais; ampliação do entendimento teórico para o contexto analisado, de maneira que contribua para o avanço técnico e metodológico em pesquisas desta natureza, bem como a construção de conhecimentos e um histórico sobre as possibilidades existentes para mudanças nos discursos que circulam sobre as mulheres no Brasil. Enquanto participante, a pesquisa traz benefícios indiretos, como a possibilidade de dar visibilidade a práticas empreendedoras que podem servir de exemplo para outras mulheres com lutas e desafios semelhantes.

O estudo será feito por meio de entrevistas com empreendedoras que adotam um conjunto de atitudes e comportamentos antagonista aos valores tradicionais do empreendedorismo, desenvolvendo iniciativas para promover os interesses de outras mulheres e de categorias consideradas minoritárias pela sociedade tradicional. Em função da COVID-19 e das orientações da Organização Mundial de Saúde (OMS) para que se mantenha o isolamento social, a pesquisa será realizada por meio virtual,

via plataformas de reuniões *online* ou telefone. A entrevista possui duração média de 1h a 1h30.

Sobre a participação na pesquisa:

Sua participação é anônima, voluntária e confidencial. Não haverá, por parte da pesquisadora, qualquer incentivo financeiro, uma vez que a finalidade exclusiva da pesquisa é contribuir para o aprofundamento do tema Gênero e Empreendedorismo, por meio da produção de artigos técnico-científicos e demais produções acadêmicas.

Sua colaboração ocorrerá de forma anônima, por meio de entrevista individual, a ser gravada em áudio, por meio de sua autorização prévia. Os materiais obtidos nas entrevistas serão transcritos e, posteriormente, analisados através do método de análise do discurso. Todo esse material será utilizado exclusivamente para fins desta pesquisa, não sendo compartilhado ou divulgado para nenhuma outra finalidade. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardados o sigilo e o anonimato.

Garantimos o direito à liberdade de retirar o seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, independentemente do motivo e sem quaisquer prejuízos. Ressaltamos que, como participante, não haverá nenhuma despesa, bem como nenhuma remuneração, destacando que eventuais gastos na pesquisa, caso haja, serão ressarcidos pelo pesquisador.

As informações obtidas por meio de sua participação não permitirão a identificação de sua pessoa, exceto à responsável pelo estudo, e a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto.

A sua participação poderá envolver riscos mínimos, a saber: insegurança quanto a melhor resposta a ser fornecida; conflitos entre o que pensa e o que imagina que deva ser respondido; desconforto por ser perguntado sobre assuntos que podem lhe gerar constrangimento ou tristeza. Para sanar tais riscos, ressalto que a participante tem o direito de não responder a toda e qualquer pergunta que gere algum tipo de desconforto, bem como solicitar a parada da gravação ou desistir de participar da entrevista, sem qualquer constrangimento ou dano posterior. No caso de eventual dano decorrente da pesquisa, a participante possui o direito de buscar indenização.

Uma vez que as entrevistas ocorrerão por via online ou telefone, gostaria de esclarecer que o seu consentimento ocorrerá de duas formas. Após a pesquisadora detalhar objetivos, riscos e demais esclarecimentos contidos neste Termo, a participante, caso queira participar da pesquisa, a participante dará o seu de acordo de forma oral, tanto para a participação quanto para autorizar que esta seja gravada. Posteriormente, a aprovação ocorrerá por meio de formulário eletrônico via *Google Forms*, em que a participante terá acesso a uma cópia de sua entrevista transcrita, formalizando, assim, o uso das informações conforme detalhamento neste Termo.

Este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será disponibilizado a você em formato PDF e via formulário eletrônico no *Google Forms*, para que você possa formalizar o seu consentimento ao concordar com os termos da pesquisa e aceitar participar. A via em PDF será posteriormente enviada a você assinada pela

pesquisadora. O seu De Acordo no formulário do *Google Forms* ficará de posse da pesquisadora, estabelecendo, assim, duas vias de formulário assinadas, uma física e uma eletrônica.

Link para o formulário eletrônico:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSctuWaP2CHfBB3KvIOPkMwVt5fPgB9mKrdIW_7DGIvlfS1mhQ/viewform

Em caso de dúvidas ou esclarecimentos sobre a pesquisa, entre em contato pelo telefone (27) 99262 6565 ou e-mail amandazambelli@gmail.com. O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) deverá ser contatado para o caso de denúncias ou intercorrências na pesquisa. Este contato poderá ser feito pelo telefone (27) 3145 9820 ou e-mail cep.goiabeiras@gmail.com, pessoalmente ou via Correios no seguinte endereço: avenida Fernando Ferrari, 514, Campus Universitário, sala 07 do Prédio Administrativo do CCHN, Goiabeiras, Vitória – ES, CEP 29.075-910.

Declaro que fui esclarecida e recebi todas as informações sobre a pesquisa **Empreendedorismo crítico e práticas de liberdade: relações de poder e possibilidades de resistência a partir das mulheres empreendedoras radicais** e os seguintes direitos relacionados: garantia de receber informações a qualquer dúvida relacionada com a pesquisa; liberdade de deixar de participar da pesquisa a qualquer momento; segurança de não ser identificado, mantendo o anonimato das informações e a garantia de que estas serão mantidas e utilizadas somente para fins de pesquisa; conhecimento que não receberei qualquer incentivo financeiro pela minha participação na pesquisa; ciência de que haverá gravação de áudio da entrevista e segurança de que não terei nenhum prejuízo ou punição, de qualquer natureza, por participar ou não desta pesquisa.

Eu,

_____ ,
tenho ciência do exposto e manifesto, livremente, meu desejo em participar da pesquisa.

Vitória, ES, _____ de _____ de _____

Nome legível da participante

Assinatura da participante (ocorrerá por meio de consentimento via Google Forms)



Amanda Soares Zambelli Ferretti - Pesquisadora

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Informações ao participante:

Prezada,

Você foi convidada a participar como voluntária da pesquisa intitulada Empreendedorismo crítico e práticas de liberdade: relações de poder e possibilidades de resistência a partir do empreender feminino das mulheres empreendedoras radicais. Essa pesquisa está sob responsabilidade da pesquisadora Amanda Soares Zambelli Ferretti se propõe a compreender como o empreender das mulheres empreendedoras radicais pode gerar possibilidades de resistência por meio das práticas de liberdade.

A contribuição deste estudo está na sustentação do argumento de que as mulheres empreendedoras radicais, a partir de suas subjetividades, contribuem para desconstruir a forma de fazer o empreendedorismo, por meio de alternativas no empreender, tornando-o um processo contínuo de fazer e desfazer, um *entrepreneurship*.

A pesquisa buscará como resultados a produção de artigos para publicação em revistas científicas nacionais e internacionais; ampliação do entendimento teórico para o contexto analisado, de maneira que contribua para o avanço técnico e metodológico em pesquisas desta natureza, bem como a construção de conhecimentos e um histórico sobre as possibilidades existentes para mudanças nos discursos que circulam sobre as mulheres no Brasil. Enquanto participante, a pesquisa traz benefícios indiretos, como a possibilidade de dar visibilidade a práticas empreendedoras que podem servir de exemplo para outras mulheres com lutas e desafios semelhantes.

O estudo será feito por meio de entrevistas com empreendedoras que adotam um conjunto de atitudes e comportamentos antagonista aos valores tradicionais do empreendedorismo, desenvolvendo iniciativas para promover os interesses de outras mulheres e de categorias consideradas minoritárias pela sociedade tradicional. Em função da COVID-19 e das orientações da Organização Mundial de Saúde (OMS) para que se mantenha o isolamento social, a pesquisa será realizada por meio virtual, via plataformas de reuniões online ou telefone. A entrevista possui duração média de 1h a 1h30.

Sobre a participação na pesquisa:

Sua participação é anônima, voluntária e confidencial. Não haverá, por parte da pesquisadora, qualquer incentivo financeiro, uma vez que a finalidade exclusiva da pesquisa é contribuir para o aprofundamento do tema Gênero e Empreendedorismo, por meio da produção de artigos técnico-científicos e demais produções acadêmicas.

Sua colaboração ocorrerá de forma anônima, por meio de entrevista individual, a ser gravada em áudio, por meio de sua autorização prévia. Os materiais obtidos nas entrevistas serão transcritos e, posteriormente, analisados através do método de análise do discurso. Todo esse material será utilizado exclusivamente para fins desta pesquisa, não sendo compartilhado ou divulgado para nenhuma outra finalidade. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardados o sigilo e o anonimato.

Garantimos o direito à liberdade de retirar o seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, independentemente do motivo e sem quaisquer prejuízos. Ressaltamos que, como participante, não haverá nenhuma despesa, bem como nenhuma remuneração, destacando que eventuais gastos na pesquisa, caso haja, serão ressarcidos pelo pesquisador.

As informações obtidas por meio de sua participação não permitirão a identificação de sua pessoa, exceto à responsável pelo estudo, e a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto.

A sua participação poderá envolver riscos mínimos, a saber: insegurança quanto a melhor resposta a ser fornecida; conflitos entre o que pensa e o que imagina que deva ser respondido; desconforto por ser perguntado sobre assuntos que podem lhe gerar constrangimento ou tristeza. Para sanar tais riscos, resalto que a participante tem o direito de não responder a toda e qualquer pergunta que gere algum tipo de desconforto, bem como solicitar a parada da gravação ou desistir de participar da entrevista, sem qualquer constrangimento ou dano posterior. No caso de eventual dano decorrente da pesquisa, a participante possui o direito de buscar indenização.

Uma vez que as entrevistas ocorrerão por via online ou telefone, gostaria de esclarecer que o seu consentimento ocorrerá de duas formas. Após a pesquisadora detalhar objetivos, riscos e demais esclarecimentos contidos neste Termo, a participante, caso queira participar da pesquisa, a participante dará o seu de acordo de forma oral, tanto para a participação quanto para autorizar que esta seja gravada. Posteriormente, peço que formalize a sua aprovação neste formulário eletrônico, formalizando, assim, o uso das informações conforme detalhamento neste Termo.

Este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será disponibilizado a você em formato PDF e via formulário eletrônico no Google Forms, para que você possa formalizar o seu consentimento ao concordar com os termos da pesquisa e aceitar participar. A via em PDF será posteriormente enviada a você assinada pela pesquisadora. O seu De Acordo no formulário do Google Forms ficará de posse da pesquisadora, estabelecendo, assim, duas vias de formulário assinadas, uma física e uma eletrônica.

Em caso de dúvidas ou esclarecimentos sobre a pesquisa, entre em contato pelo telefone (27) 99262 6565 ou e-mail amandazambelli@gmail.com.

O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) deverá ser contatado para o caso de denúncias ou intercorrências na pesquisa. Este contato poderá ser feito pelo telefone (27) 3145 9820 ou e-mail cep.goiabeiras@gmail.com, pessoalmente ou via Correios no seguinte endereço: avenida Fernando Ferrari, 514, Campus Universitário, sala 07 do Prédio Administrativo do CCHN, Goiabeiras, Vitória – ES, CEP 29.075-910.

Declaro que fui esclarecida e recebi todas as informações sobre a pesquisa Empreendedorismo crítico e práticas de liberdade: relações de poder e possibilidades de resistência a partir das mulheres empreendedoras radicais e os seguintes direitos relacionados: garantia de receber informações a qualquer dúvida relacionada com a pesquisa; liberdade de deixar de participar da pesquisa a qualquer momento; segurança de não ser identificado, mantendo o anonimato das informações e a garantia de que estas serão mantidas e utilizadas somente para fins de pesquisa; conhecimento que não receberei qualquer incentivo financeiro pela minha participação na pesquisa; ciência de que haverá gravação de áudio da entrevista e segurança de que não terei nenhum prejuízo ou punição, de qualquer natureza, por participar ou não desta pesquisa.



amandazambelli@gmail.com (não compartilhado)



[Alternar conta](#)

*Obrigatório

Termo de Aceite da Pesquisa *

Declaro que tenho ciência do exposto e manifesto, livremente, meu desejo em participar da pesquisa.

Declaro também que recebi uma cópia da transcrição de minha entrevista e estou ciente de minhas respostas.

Enviar

Limpar formulário

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

APÊNDICE C – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Empreendedorismo crítico e práticas de liberdade: relações de poder e possibilidades de resistência a partir das mulheres empreendedoras radicais

Pesquisador: Amanda Zambelli

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 42000720.8.0000.5542

Instituição Proponente: Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.699.207

Apresentação do Projeto:

Tradicionalmente, os discursos que circulam sobre o campo empreendedor têm sido abordados com foco no mercado e em um fenômeno individual, atividade econômica desejável, algo inquestionavelmente positivo.

Apresentado também como alternativa à desaceleração econômica, especialmente para mulheres, esses discursos contribuem para a (re)produção normalizadora de quem pode se tornar empreendedor, reforçando uma lógica binária de gênero, além de um viés oculto relacionado a ideologia. Tal lógica pode ser potencializada pelas mídias tradicionais e mídias sociais, uma vez que essas contribuem para formar a imagem do empreendedor 'ideal' ou 'de sucesso'. Entretanto, nos últimos anos, formas alternativas de compreensão do empreendedorismo têm contribuído para o avanço no debate sobre este fenômeno, especialmente a partir de uma perspectiva crítica e sob a ótica de sujeitos tradicionalmente considerados marginalizados na literatura, entre eles as mulheres empreendedoras radicais. Assim, com base nos Estudos Críticos sobre Empreendedorismo (ECE) e no conceito de heterotopia proposto por Foucault, este projeto de tese tem o objetivo de compreender como os discursos que circulam nas mídias tradicionais e nas mídias sociais sobre a identidade da mulher empreendedora radical podem gerar relações de emancipação ou normalização. Para isso, será realizada uma pesquisa qualitativa com triangulação de dados, por meio de entrevistas em profundidade, pesquisa documental e netnografia.

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
Bairro: Goiabeiras **CEP:** 29.075-910
UF: ES **Município:** VITORIA
Telefone: (27)3145-9820 **E-mail:** cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 4.699.207

Posteriormente, os dados produzidos serão analisados por meio da Análise do Discurso Foucaultiana e Análise do Discurso Mediada por Computador (ADMC). Estudar mulheres empreendedoras que adotam um conjunto de atitudes antagonista aos valores tradicionais e desenvolvem iniciativas para promover o interesse de outras mulheres pode contribuir para gerar espaços alternativos e de subversão, por meio da compreensão do tema não como algo fixo e estático, mas como um processo em constante transformação, o *entrepreneurship*, tomando *queer entrepreneurship* e *entrepreneur*.

A realização das entrevistas está prevista para abril/2021 em diante, a partir do cumprimento da etapa de aprovação junto ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) para o início das atividades. O contato com as participantes será feito por meio de uma rede de *entrepreneurship* feminino via mídias sociais, para identificação e convite dessas profissionais. O protocolo de entrevistas em desenvolvimento abordará os seguintes temas: fatores que as levaram a abrir uma empresa; escolha pelo tipo de empresa a ser gerida; dificuldades e facilidades anteriores à abertura da empresa e no dia a dia de sua condução. As entrevistas serão gravadas com autorização prévia das participantes e, posteriormente, transcritas e analisadas.

Critérios de inclusão das participantes: ser mulher e se identificar como tal, possuir uma empresa há pelo menos 1 ano, participar de alguma rede de apoio ao *entrepreneurship*, possuir uma empresa ou um tipo de negócio geralmente dominado pelo universo masculino (restaurante, oficina mecânica, empresas de tecnologia).

Critérios de exclusão das participantes: não se identificar como mulher (exemplo: ser um homem trans, travesti ou drag queen), possuir uma empresa há menos de 1 ano e atuar em ramos de negócios comumente vistos como do universo feminino (ex.: salões de beleza, creches, docerias, loja de roupas femininas.)

O contato com as participantes será feito por meio de uma rede de *entrepreneurship* feminino via mídias sociais, para identificação e convite dessas profissionais. O protocolo de entrevistas em desenvolvimento abordará os seguintes temas: fatores que as levaram a abrir uma empresa; escolha pelo tipo de empresa a ser gerida; dificuldades e facilidades anteriores à abertura da empresa e no dia a dia de sua condução. As entrevistas serão gravadas com

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
 Bairro: Goiabeiras CEP: 29.075-910
 UF: ES Município: VITORIA
 Telefone: (27)3145-9820 E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 4.699.207

autorização prévia das participantes e, posteriormente, transcritas e analisadas.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Compreender como o empreender das mulheres empreendedoras radicais pode gerar possibilidades de resistência por meio das práticas de liberdade.

Objetivo Secundário:

- 1) Identificar como as identidades de gênero e empreendedora se constituem na visão das empreendedoras radicais;
- 2) Analisar como a constituição das subjetividades das mulheres empreendedoras radicais contribui para uma construção alternativa do que significa empreender;
- 3) Analisar as possíveis formas de resistência exercidas pelas mulheres empreendedoras radicais no dia a dia do empreender;
- 4) Compreender as possíveis ressignificações do empreendedorismo feminino produzidas pelas práticas empreendedoras exercidas pelas mulheres empreendedoras radicais, a partir dos estudos críticos sobre o empreendedorismo;
- 5) Compreender se e como ocorrem as práticas de liberdade das mulheres empreendedoras radicais.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Conforme registra o protocolo de pesquisa nº 42000720.8.0000.5542 os riscos e benefícios são:

Riscos:

Ao pesquisador:

- Dificuldade em encontrar mulheres que se enquadrem na categoria identitária proposta e defendida no projeto.

Às participantes:

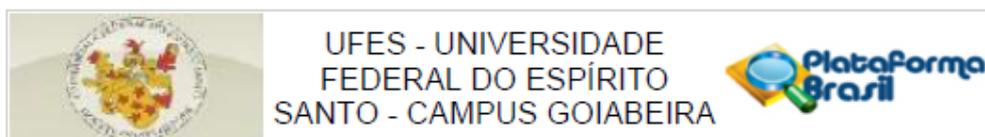
- Constrangimento por partilhar informações pessoais e detalhamento de atividades empreendedoras.

Formas de sanar os riscos:

- Informar à participante e formalizar em Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que se trata de uma pesquisa para fins única e exclusivamente acadêmicos, que a participação é individual e anônima e que os dados não serão revelados.

- Garantir o direito à liberdade de a participante retirar o seu consentimento em qualquer fase da

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
 Bairro: Goiabeiras CEP: 29.075-910
 UF: ES Município: VITORIA
 Telefone: (27)3145-9820 E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 4.699.207

pesquisa, independentemente do motivo e sem quaisquer prejuízos.

Benefícios:

Benefícios às participantes:

- Benefício indireto de contribuir com a ampliação de conhecimento a respeito dos estudos críticos sobre o empreendedorismo, uma vez que se constituem de um campo acadêmico em constante evolução e ainda pouco explorados na literatura

acadêmica;

- Enquanto participante, a pesquisa traz benefícios indiretos, como a possibilidade de dar visibilidade a práticas empreendedoras que podem servir de exemplo para outras mulheres com lutas e desafios semelhantes.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa apresenta relevância científica e social e está fundamentada no aspecto teórico e metodológico.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Com base nas resoluções nº 466/20 e nº 510/2016, foram analisados os seguintes termos:

1. Folha de rosto: sem pendências;
2. Projeto de pesquisa: sem pendências;
- 3) TLCE: sem pendências;
- 4) Cronograma: sem pendências;
- 5) Orçamento: sem pendências;
- 6) Carta de anuência: apresentou justificativa para a não apresentação da carta, uma vez que o Instituto das Pretas não será mais o alvo da pesquisa. A pesquisa será realizada com mulheres empreendedoras, independente de atuar junto ao instituto.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_P ROJETO_1346634.pdf	23/03/2021 11:01:23		Aceito

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
 Bairro: Goiabeiras CEP: 29.075-910
 UF: ES Município: VITORIA
 Telefone: (27)3145-9820 E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 4.699.207

TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Justificativa_Ausencia_de_Carta_de_Anuencia.pdf	23/03/2021 11:00:50	Amanda Zambelli	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Brochura_AmandaZambelli_Rev4.pdf	19/03/2021 15:39:40	Amanda Zambelli	Aceito
Cronograma	Cronograma_tese_rev4.pdf	19/03/2021 15:39:10	Amanda Zambelli	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_assinada_AmandaZambelli0401.pdf	04/01/2021 14:44:33	Amanda Zambelli	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Tese_Amanda_Zambelli_rev2.pdf	04/01/2021 10:44:06	Amanda Soares	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

VITORIA, 07 de Maio de 2021

Assinado por:

KALLINE PEREIRA AROEIRA
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Fernando Ferrari,514-Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
Bairro: Goiabeiras CEP: 29.075-910
UF: ES Município: VITORIA
Telefone: (27)3145-9820 E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com