



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

**DESIGUALDADES DE GÊNERO, INTERSECCIONALIDADE E TEORIA QUEER:
(in)visibilidades e novas possibilidades de existência de mulheres empreendedoras
negras brasileiras**

AMANDA SOARES ZABELLI FERRETTI
FUCAPE BUSINESS SCHOOL

ELOISIO MOULIN DE SOUZA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO (UFES)

DESIGUALDADES DE GÊNERO, INTERSECCIONALIDADE E TEORIA QUEER: (in)visibilidades e novas possibilidades de existência de mulheres empreendedoras negras brasileiras

1 Introdução

A hegemonia de homens nos empreendimentos tende a provocar uma reflexão sobre os aspectos sociais contemporâneos que reforçam a normalização de discursos que criam desigualdades invisíveis nas práticas de trabalho (Vilela, Hanashiro & Costa, 2020). Considerando como as desigualdades de gênero impactam o contexto empreendedor, Brandão, Marques e Lamela (2019) apontam que essas invisibilidades têm início nas instituições de ensino, com discursos que circulam nas universidades e que também reproduzem um padrão segregado por gênero. Mesmo as mulheres altamente qualificadas possuem dificuldades em atingir a legitimidade social de seu papel empreendedor, associado às barreiras que enfrentam para criar e sustentar seus próprios empreendimentos (Bertolami, Gonçalves, Hashimoto & Lazarini, 2018), o que demanda um planejamento maior sobre a decisão de se tornarem empreendedoras, entre outros aspectos.

Acker (2006) apresenta o termo “regimes de desigualdade” para explicar a interlocução entre práticas e processos que resultam na continuidade das desigualdades em vários contextos organizacionais. Para a autora, as teorias e pesquisas sobre desigualdades, dominância e opressão precisam levar em consideração as interseccionalidades, especialmente as relacionadas a raça/etnia, gênero e classe (Acker, 2006). Pulido (2017) considera que o capitalismo é generificado e racializado, ao reforçar as diferenças entre homens e mulheres, brancos e negros, países desenvolvidos e em desenvolvimento, além de uma tendência a atribuir maior valor a homens (e à masculinidade), branquitude e ao norte global. Para Amis, Munir, Lawrence, Hirsch e McGahan (2018), as desigualdades entre grupos sociais tendem a persistir e aumentar de geração para geração. Assim, negros, latinos e outros públicos minorizados tendem a enfrentar barreiras maiores em comparação a pessoas brancas. Essas dinâmicas implicam a existência de mecanismos subjacentes que mantêm a desigualdade ao longo do tempo.

Apesar da existência de pesquisas sobre desigualdades nas organizações (Amis et al., 2020; Amis et al., 2018; Suddaby et al., 2018; Bapuli et al., 2020), há uma oportunidade de compreender as desigualdades de gênero considerando os aspectos interseccionais, tais como a influência dos aspectos de classe, raça e sexualidade, para citar alguns, assim como as invisibilidades que atravessam as práticas empreendedoras no Brasil (Romero & Valdez, 2016). Creenshaw (2002) define interseccionalidade como um conceito que busca compreender as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos de subordinação. Por sua vez, Davis (2016) pontua a importância dos aspectos interseccionais para as lutas feministas, antirracistas e anticlassistas, ao refletir sobre as relações de poder que existem na sociedade, bem como as invisibilidades e desigualdades que se originam do sexismo e do racismo, como efeito das hierarquias raciais e da lógica da superioridade versus inferioridade.

No Brasil, Akotirene (2018) demonstra que a interseccionalidade permite às feministas a crítica da compreensão sobre as desigualdades de gênero, uma vez que permite a compreensão da fluidez das identidades vistas como ‘subalternas’, que são impostas a práticas de preconceito. Subordinações de gênero, raça e classe, além das opressões estruturais da matriz colonial moderna. Considerando o contexto empreendedor, Romero e Valdez (2016) sugerem que estudos interseccionais aplicados ao empreendedorismo devem ir além do aspecto unidimensional relacionado à perspectiva econômica individual, indo para a compreensão das múltiplas identidades e complexidades sobre o que significa se tornar um empreendedor (Imas; Wilson & Weston, 2012). Dessa forma, este artigo tem o objetivo de compreender como as

invisibilidades das desigualdades são influenciadas prioritariamente pela interseccionalidade de gênero e de raça, ao analisar as possibilidades de existência de mulheres negras empreendedoras em negócios tradicionalmente dominados por homens.

Para isso, foram realizadas 14 entrevistas semiestruturadas com mulheres negras empreendedoras brasileiras da região sudeste do Brasil que possuem empreendimentos em negócios dominados por homens. Os dados foram analisados por meio da Análise do Discurso Foucaultiana (ADF). Os resultados demonstraram que no contexto estudado, é fundamental compreender como as identidades das participantes de pesquisa são influenciadas por aspectos interseccionais, tais como gênero, classe e sexualidade. As invisibilidades tendem a se apresentar para essas mulheres empreendedoras seguindo uma lógica de outridade e seu sucesso ou fracasso influenciado por sua raça, gênero, classe e, em alguns casos, sexualidade.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Interseccionalidade e desigualdade de gênero: marcadores sociais, atravessamentos discursivos e as consequências para o empreendedorismo

Embora seja inegável a contribuição dos movimentos feministas para a luta pela igualdade de gênero (Calás & Smircich, 2006), por muitos anos as reivindicações estavam associadas a um padrão de mulher (branca, de classe média, privilegiada), como se essas mulheres representassem todas indistintamente. Uma vez que os indivíduos são atravessados por discursos e que esses contribuem para se tornar sujeitos a partir de identidades específicas (gênero, raça, classe e sexualidade, por exemplo), o feminismo negro surge a partir dos movimentos sociais para fazer emergir o questionamento sobre a padronização da categoria mulher (Lorde, 1984), especificamente considerando raça e demonstrando as diferenças sobre o que significa ser uma mulher branca e uma mulher negra na sociedade.

O conceito de interseccionalidade foi inicialmente sistematizado pela feminista norte-americana Kimberlé Crenshaw em 1989, por meio de um documento intitulado “*Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics*” (Crenshaw, 1989). A autora define interseccionalidade como uma forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam posições relativas que mulheres, pessoas negras e indígenas, pessoas desfavorecidas, entre outras identidades, podem enfrentar (Crenshaw, 2002).

Considerando o contexto brasileiro, Akotirene (2018) afirma que a interseccionalidade não deve ser compreendida como a narrativa dos excluídos, o que significa que todos devem entender como raça, classe e sexualidade se constituem de marcadores sociais que influenciam as experiências das mulheres. Gonzalez (1984) se utiliza do termo “amefricanidade” para promover uma discussão geopolítica sobre a importância das experiências de mulheres e homens negros norte-americanos para a luta antirracista. Entretanto, é importante pensar também no impacto das experiências locais relacionadas ao feminismo negro a partir da perspectiva de mulheres negras brasileiras e suas práticas do dia a dia (Cardoso, 2014).

Sueli Carneiro é uma das precursoras no pensamento sobre a condição da mulher negra no Brasil. Mesmo sem usar o termo interseccionalidade, a autora propõe uma crítica de como o movimento feminista é visto, mostrando que no contexto das sociedades multirraciais, pluriculturais e racistas, tais como as latino-americanas, o principal eixo articulador é o racismo e seus impactos nas relações de gênero, uma vez que determina a própria hierarquia de gênero na sociedade (Carneiro, 2003).

Para Acker (2006), a desigualdade nas organizações pode ser definida como disparidades sistemáticas entre os participantes no poder e controle sobre objetivos, recursos e

resultados. A base da desigualdade nas organizações varia, embora os processos de classe, gênero e raça geralmente estejam presentes. Amis et al. (2018) demonstram que esses processos onde as desigualdades são ocultadas e até mesmo aceitas ocorrem de várias maneiras. Os argumentos tendem a não abordar como as desigualdades estão ligadas a gênero, raça e classe, são mantidas e, especialmente, como elas são aceitas na vida organizacional e cotidiana. No contexto empreendedor, Almeida et al. (2021) explicaram, a partir da perspectiva interseccional, a existência de estruturas de opressão em nível micro e macro, especialmente considerando gênero, raça e classe.

Já Romero e Valdez (2016) consideram que estudos enraizados na interseccionalidade contribuem para o reconhecimento de que raça, classe e gênero estão diretamente relacionados às facilidades ou dificuldades de acessos no empreendedorismo. A abordagem interseccional aplicada aos estudos de empreendedorismo vai além do retrato unidimensional associado à perspectiva individual e ao sucesso financeiro, a partir da compreensão das múltiplas identidades e complexidades do que significa ser empreendedor (Imas et al., 2012). No Brasil, a visão interseccional do empreendedorismo tende a demonstrar a existência de estruturas de opressão nos níveis macro e micro social, especialmente no contexto de gênero, raça e classe (Almeida et al., 2021).

O empreendedorismo realizado por mulheres negras e periféricas ainda é visto como condição de sobrevivência e inclusão social. Seus empreendimentos também são marcados pela lógica da falta de oportunidades de trabalho, o que leva à construção discursiva do empreendedorismo como única forma possível de existir nas organizações (Vale, 2014). Entretanto, para Knight (2016), ainda que em condições de adversidade, algumas mulheres podem resistir às desigualdades e invisibilidades de gênero que a normalização nas práticas empreendedoras apresenta. Essas possibilidades alternativas de existência podem ser compreendidas por meio do que McWhorter (2012) chama de *queering business*.

2.2 Queering a economia, queering business: compreensões alternativas de gênero e empreendedorismo por meio da teoria queer

De acordo com Alexander (2003), o uso do termo “teoria queer” foi utilizado pela primeira vez como uma provocação. Terese de Lauretis utilizou a expressão como título de uma conferência de estudos *gays* e *lésbicos* em fevereiro de 1990, na Universidade da Califórnia. No contexto organizacional, um dos primeiros autores a utilizar a teoria queer foi Parker (2001), ao problematizar as influências da teoria queer nos processos de gestão. Para Rumens, Souza e Brewis (2018), queer é um termo polissêmico que pode ser utilizado como um substantivo (ao descrever alguém como queer); como um adjetivo (ao apresentar políticas queer); ou como um verbo (*queering* gênero, *queering* a gestão, *queering* empreendedorismo, por exemplo).

Miskolci (2009) explica que a teoria queer parte de uma “desconfiança” dos sujeitos sexuais como estáveis e se concentra em processos sociais classificatórios, hierárquicos, ou seja, em estratégias sociais que normalizam o comportamento. Trata-se de algo que possui um significado sempre aberto, incompleto ou não finalizado. Entretanto, conforme Souza (2017) explica, essa abertura e incompletude não se constitui de sua fraqueza, mas afirma sua força e capacidade de resistir ao normal. Tornar algo queer, então, permite 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, os aspectos identitários tais como a sexualidade são considerados social e culturalmente construídos, historicamente variáveis e com um aspecto político em detrimento de ser determinado biologicamente. Assim, identidade não é produto de uma escolha (Butler, 1990).

Adicionalmente, Cohen (2020) afirma que o foco da teoria queer não é apenas na construção cultural das identidades, mas na análise sob a qual o poder é atribuído assimetricamente dentro dessas categorias. O autor também destaca que as identidades são constantemente construídas e contidas por múltiplas práticas de categorização e regulação. No entanto, uma vez que constituem uma relação de forças que operam no discurso por meio do poder e da resistência, essas identidades tornam-se fluidas, heterogêneas e até paradoxais (Cohen, 2020). A teoria queer não procura substituir proposições e questionamentos, mas tornar o normal permanentemente aberto ao questionamento e à contestação (Epstein, 1996). Para a teoria queer, o discurso age de forma normativa, moldando fronteiras e construindo identidades e hierarquias entre as próprias categorias identitárias (Souza, 2017).

McWhorter (2012) sugere que queering business pode se tornar possível a partir de três perspectivas. A primeira é a ressignificação da linguagem, ao adotar termos e expressões que diferem da linguagem “comum” utilizada no empreendedorismo, que tende a fugir da visão do empreendedorismo como atividade econômica. Isso influencia a posição marginal que a teoria queer provoca nos negócios e na gestão, bem como as rupturas com o normativo (Butler, 2004; Rumens, 2017). A segunda perspectiva proposta por McWhorter (2012) sobre queering business se refere aos desejos e prazeres não baseados no mercado e no valor de mercado. Isso significa que apesar de não haver um plano para tornar queer as economias e a gestão, Rumens (2017) considera a necessidade de pensar caminhos que permitam a ruptura das designações e oposições existentes relacionadas a gênero, raça, classe e sexualidade.

A terceira perspectiva sobre queering business sugerida por McWhorter (2012) diz respeito à auto-compreensão sobre as próprias ações das mulheres negras empreendedoras brasileiras relacionadas ao seu dia a dia no empreendedorismo e na relação com os outros. Essas compreensões alternativas podem ressignificar as relações empreendedoras, por meio da forma como as empreendedoras negras brasileiras se posicionam no contexto empreendedor. As perspectivas de análise, as definições dos participantes da pesquisa e os caminhos metodológicos são apresentados na próxima seção.

3 Metodologia

O objetivo deste artigo foi compreender como as invisibilidades das desigualdades são influenciadas prioritariamente pela interseccionalidade de gênero e de raça, ao analisar as possibilidades de existência de mulheres negras empreendedoras em negócios tradicionalmente dominados por homens. Para isso, após buscas em sites, Instagram, páginas no Facebook e contato com demais pesquisadores sobre gênero e empreendedorismo para identificação do perfil, chegou-se a um Instituto fundado em 2015, na cidade de Vitória, Espírito Santo. Trata-se de 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).

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. Assim, o convite foi realizado para empreendedoras que de alguma forma tenham se envolvido em iniciativas do Instituto, desde que atendidos este critério relacionado ao tipo de empreendimento que possuem. 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 possuírem 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.

Vinte e duas participantes foram identificadas como mulheres empreendedoras que possuem empreendimentos em segmentos de mercado dominados por 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 em função dos desdobramentos da COVID-19. Dessa forma, o contato com as participantes foi feito por meio de mensagens via aplicativo de celular e mensagens via direct da rede social Instagram. As entrevistas foram realizadas no período de setembro a novembro de 2020.

Foram gravadas digitalmente com autorização prévia das participantes e transcritas em sua totalidade. Cada participante foi entrevistada individualmente e adotou-se uma abordagem exploratória, as perguntas da entrevista foram amplas e abertas, com ênfase nas participantes conduzindo os autores por avenidas de discussão de sua escolha. É importante afirmar também que as participantes aparecem neste artigo sob pseudônimos para preservar o anonimato. Posteriormente, as entrevistas foram tratadas com a ajuda do software qualitativo de análise de dados MAXQDA. O perfil das participantes pode ser identificado na tabela 1, a seguir.

Tabela 1. Características descritivas das participantes e seus empreendimentos

Nome*	Gênero/Raça	Orientação Sexual	Idade	Ramo no Empreendedorismo	Tempo de Empreendedorismo
Alzira	Mulher negra	Heterossexual	33	Oficina Mecânica	14 anos
Ana Maria	Mulher negra	Heterossexual	30	Educação e Tecnologia	4 anos
Carolina	Mulher negra	Heterossexual	49	Educação e Tecnologia	5 anos
Cidinha	Mulher negra	Lésbica	40	Vinhos e bebidas finas	4 anos
Cristiane	Mulher negra	Heterossexual	20	Bodypiercing	3 anos
Conceição	Mulher parda	Lésbica	30	Hamburgueria Gourmet	3 anos
Elizandra	Mulher negra	Lésbica	21	Design e venda de camisetas periféricas	6 anos
Esmeralda	Mulher negra	Lésbica	29	Design e venda de camisetas periféricas	6 anos
Geni	Mulher negra	Heterossexual	31	Finanças	2 anos
Jarid	Mulher negra	Heterossexual	36	Ecoquímica	7 anos
Sônia	Mulher indígena	Lésbica	18	Barbearia	2 anos
Lia	Mulher negra	Lésbica	40	Construção Civil	7 anos
Lélia	Mulher negra	Heterossexual	28	Finanças	3 anos
Mel	Mulher negra	Heterossexual	30	DJ	10 anos

* Os pseudônimos escolhidos são referências a mulheres negras que contribuíram com a literatura brasileira.

Fonte: elaborada pelos autores.

O processo de tratamento dos dados ocorreu por três etapas de codificação: aberta, axial e seletiva (Corbin & Strauss, 1990). Após a transcrição e processo de codificação, as entrevistas foram analisadas por meio da Análise do Discurso Foucaultiana (ADF). Embora o debate sobre se a obra de Foucault se constitui de um ‘método’ de análise de dados (Cheek, 2008), foram implementadas algumas técnicas de análise do discurso com base em aproximações do trabalho de Foucault. A análise dos dados foi realizada por meio de um processo iterativo de anotação, codificação, leitura e releitura dos dados em busca de traços e fragmentos de discurso que

considerem desigualdades de gênero, interseccionalidades, invisibilidades e possibilidades alternativas de existência de mulheres negras empreendedoras brasileiras. Assim, após a transcrição das entrevistas e de uma leitura e releitura das transcrições, é apresentada na Tabela 2 a dimensão de análise e categoria identificada para responder ao objetivo proposto neste artigo.

Tabela 2. Dimensão de análise e categorias discursivas identificadas.

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

Fonte: elaborada pelos autores.

4 Análise dos Resultados

Nesta seção, são apresentadas as duas categorias discursivas que emergiram e contribuíram para explicar o objetivo deste artigo, por meio da dimensão de análise intitulada Identidades. A primeira considera a interseccionalidade como fundamental para a compreensão das desigualdades e invisibilidades de gênero enfrentadas por mulheres negras empreendedoras brasileiras quem atuam em empreendimentos dominados por homens. A segunda categoria diz respeito ao uso do termo queer como verbo, ação, *queering empreendedorismo*. Assumindo que o discurso possui uma série de elementos que operam no interior dos mecanismos gerais de poder (Foucault, 1996) e que discursivamente os sujeitos são vistos como em constante construção, os resultados demonstraram que raça e classe interseccionam a gênero e influenciam nas posições assumidas pelas mulheres empreendedoras nos discursos que circulam sobre empreendedorismo.

4.1 “A empreendedora que sou”: articulando raça e classe 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 (2020) 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 (2020) 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 conseqüentemente 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.

[...] 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, 1990). A visão da performatividade implica que todo discurso possui uma história que influencia e é influenciado pela contemporaneidade (Butler, 1990). 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 (2020) 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 Tedmanson et al. (2012), a problematização sobre os discursos dominantes que circulam nas descrições do dia a dia empreendedor 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 queimadinho 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 (2020) 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.

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

Ao considerar as visibilidades e possibilidades alternativas de existência de mulheres negras empreendedoras brasileiras em segmentos dominados pelo masculino, este artigo se utiliza dos estudos de Rumens (2017) sobre queering a economia e nas perspectivas de McWhorter (2012) relacionadas a queering business, em que os autores consideram que mais do que tornar queer uma identidade normalizada, é necessário tornar o neoliberalismo queer, neste caso, a compreensão da sociedade sobre o que significa empreendedorismo. Essas possibilidades emergiram a partir de três aspectos: 1) pela ressignificação da linguagem; 2) pelos desejos e prazeres não baseados no mercado e no valor de mercado; e 3) pela autocompreensão das ações do dia a dia relacionadas ao empreendedorismo e à relação das empreendedoras com os outros.

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).

Para McWhorter (2012), para resistir às tecnologias disciplinadoras, é necessário desafiar a redução neoliberal que posiciona os indivíduos como “empreendedores de si mesmos”. O terceiro aspecto relacionado à reconstrução da identidade da mulher negra empreendedora diz respeito 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, ressignificam 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.

5 Conclusão

Este artigo teve o objetivo de compreender como as invisibilidades das desigualdades são influenciadas prioritariamente pela interseccionalidade de gênero e de raça, ao analisar as possibilidades de existência de mulheres negras empreendedoras em negócios tradicionalmente dominados por homens. Uma das contribuições diz respeito à necessidade de articular os aspectos interseccionais do empreendedorismo ao considerar a realidade de mulheres empreendedoras negras em comparação à realidade de mulheres empreendedoras brancas. Além disso, quando se fala em mulheres empreendedoras negras, é fundamental discutir os atravessamentos discursivos que permeiam o empreendedorismo dessas mulheres. Mulheres negras empreendedoras enfrentam preconceitos, barreiras e invisibilidades nas oportunidades ocupacionais devido ao seu gênero e raça, uma vez que não se posicionam nem como o Outro no empreendedorismo, mas como o Outro do Outro, também chamado de Outridade, em processo de se tornar o Outro, mas posicionado em um terceiro espaço, entre gênero e raça.

Outra contribuição do artigo é o uso da teoria queer para compreender possibilidades alternativas de existência para mulheres empreendedoras negras brasileiras, considerando suas subjetividades e queering empreendedorismo (Butler, 2004; McWhorter, 2012; Rumens, 2017). Pullen, Lewis e Ozkazanc-Pan (2019) consideram que os estudos de gênero em abordagens das teorias feministas devem direcionar esforços para pesquisas que mostrem a perspectiva das mulheres como sujeitos reais de suas histórias coletivas em detrimento das Mulheres como construção cultural que as posiciona como o Outro através dos discursos dominantes.

Referências Bibliográficas

- Acker, J. (2006). Inequality regimes: Gender, class, and race in organizations. *Gender & Society*, 20(4), 441-464.
- Akotirene, C. (2018). Interseccionalidade. Pólen Produção Editorial LTDA.
- Amis, J.M., Mair, J., & Munir, K.A. (2020): “The organizational reproduction of inequality.” *Academy of Management Annals*, 14 (1), 195–230.
- Amis, J.M., Munir, K.A., Lawrence, T.B., Hirsch, P., & McGahan, A. (2018): “Inequality, institutions and organizations.” *Organization Studies*, 39 (9), 1131–1152.
- Alexander, B. (2003). Querying queer theory again (or queer theory as drag performance). *Journal of Homosexuality*, 45(2-4), 349-352.
- Bapuji, H., Ertug, G., & Shaw, J.D. (2020): “Organizations and societal economic inequality: A review and way forward.” *Academy of Management Annals*, 14 (1), 60–91.
- Bertolami, M., Artes, R., Gonçalves, P. J., Hashimoto, M., & Lazzarini, S. G. (2018). Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero. *Revista de Administração Contemporânea*, 22, 311-335.
- Brandão, A. M., Marques, A. P., & Lamela, R. (2019). Gênero, empreendedorismo e autonomização profissional. *Gestão e Sociedade*, 13(35), 2963-2991.
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), 256–268.
- Butler, J. (1990). Gender trouble, feminist theory, and psychoanalytic discourse. *Feminism/postmodernism*, 327, 324-340.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Psychology Press.

- Calás, M. B., & Smircich, L. (2006). 1.8 From the ‘woman’s point of view’ ten years later: Towards a feminist organization studies. In *The Sage Handbook of Organization Studies* (p. 284). Sage.
- Cardoso, C. P. (2014). "Amefricanizing" the Feminism: the thought of Lélia Gonzalez. *Revista Estudos Feministas*, 22(3), 965-986.
- Carneiro, S. (2003). Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. *Racismos contemporâneos*. Rio de Janeiro: Takano Editora, 49, 49-58.
- Carneiro, G. M., & Gomes, I. M. (2022). A corporeidade “das pretas”: identidade e consumo nas estratégias políticas de empoderamento em um coletivo de mulheres negras na cidade de vitória. *Movimento*, 24, 1063-1076.
- Cheek, J. (2008). *The practice and politics of funded qualitative research* (Doctoral dissertation, Sage Publications).
- Cohen, C. J. (2020). Punks, bulldaggers, and welfare queens: The radical potential of queer politics?. In *Feminist Theory Reader* (pp. 311-323). Routledge.
- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.
- Crenshaw, K. (2002). Background paper for the expert meeting on the gender-related aspects of race discrimination. *Revista Estudos Feministas*, 10(1), 171-188.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *u. Chi. Legal f.*, 139.
- Davis, A. (2016). *Women, race and class*. Boitempo Editorial.
- Dreyfus, H., & Rabinow, P. (1995). O sujeito e o poder. _____.(Org.). *Michael Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 231-249.
- Epstein, S. (1996). 1994. “A Queer Encounter: Sociology and the Study of Sexuality.
- Foucault, M. (1979). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, M. (1996). A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Edições Loyola.
- GONZALEZ, L. (1984). Racismo e sexismo na cultura brasileira. *Revista Ciências Sociais Hoje—Anuário de Antropologia, Política e Sociologia*.
- Imas, J.M., Wilson, N., & Weston, A. (2012): “Barefoot entrepreneurs.” *Organization*, 19 (5), 563–585.
- Jones, C., & Spicer, A. (2009). Is the Marquis de Sade an entrepreneur?. In *The Politics and Aesthetics of Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Kilomba, G. (2020). *Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano*. Editora Cobogó.
- Knight, M. (2016). Race-ing, classing and gendering racialized women's participation in entrepreneurship. *Gender, Work & Organization*, 23(3), 310-327.
- Lorde, A. (1984). **Age, race, class, and sex: Women redefining difference** (pp. 191-198). Routledge.
- McWhorter, L. (2012). Queer economies. *Foucault Studies*, 14, 61.
- Miskolci, R. (2009). A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. *Sociologias*, 150-182.
- Ozkazanc-Pan, B. (2014). Postcolonial feminist analysis of high-technology entrepreneuring. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Parker, M. (2001). *Fucking management: queer, theory and reflexivity*. *Ephemera*, 1(1), 36-53.
- Parker, M. (2016). Queering queer. *Gender, Work & Organization*, 23(1), 71-73.
- Pulido, L. (2017). Geographies of race and ethnicity II: Environmental racism, racial capitalism and state-sanctioned violence. *Progress in Human Geography*, 41(4), 524-533.

- Pullen, A., & Lewis, P. (2019). A critical moment: 25 years of Gender, Work and Organization. *Gender, Work & Organization*, 26(1), 1-8.
- Romero, M., & Valdez, Z. (2016). Introduction to the special issue: Intersectionality and entrepreneurship. *Ethnic and Racial Studies*, 39(9), 1553-1565.
- Rumens, N. (2017). *Queer business: Queering organization sexualities*. Routledge.
- Rumens, N., De Souza, E. M., & Brewis, J. (2018). Queering queer theory in management and organization studies: Notes toward queering heterosexuality. *Organization Studies*, 40(4), 593-612.
- Souza, E. M. D. (2017). A teoria queer e os estudos organizacionais: revisando conceitos sobre identidade. *Revista de Administração Contemporânea*, 21, 308-326.
- Suddaby, R., Bruton, G., & Walsh, J. (2018): "What we talk about when we talk about inequality: An Introduction to the Journal of Management Studies Special Issue." *Journal of Management Studies*, 55 (3), 381–393.
- Tedmanson, D., Verduyn, K., Essers, C., & Gartner, W. B. (2012). Critical perspectives in entrepreneurship research. *Organization*, 19(5), 531-541.
- Vale, G. M. V. (2014). Entrepreneurship, marginality and social stratification. *Revista de Administração de Empresas*, 54(3), 310-321.
- Vilela, N. G. S., Hanashiro, D. M. M., & Costa, L. D. S. (2020). (DES) IGUALDADE DE GÊNERO NO LOCAL DE TRABALHO E PRÁTICAS DE RECURSOS HUMANOS. *Revista Alcance*, 27(3), 382-398.