RELISE

# RESISTIR PARA RE-EXISTIR: COMPREENSÃO DOS DISCURSOS SOBRE GÊNERO E EMPREENDEDORISMO A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA CRÍTICA E INTERSECCIONAL[1]

*RESIST TO RE-EXIST: UNDERSTANDING DISCOURSES ON GENDER AND ENTREPRENEURSHIP FROM A CRITICAL AND INTERSECTIONAL PERSPECTIVE*

*Amanda Zambelli Ferretti*[2]

*Eloisio Moulin de Souza*[3]

## RESUMO

Os discursos que circulam sobre o empreendedorismo são socialmente construídos em um determinado tempo e espaço, influenciados por contextos econômicos, sociais e culturais. Apesar dos discursos contemporâneos abordarem temas relacionados a gênero e empreendedorismo, a perspectiva econômica neoliberalista ainda figura como a mais utilizada. Portanto, o contexto empreendedor é reproduzido por meio de discursos que o apresentam como uma atividade econômica desejável, inquestionavelmente positiva, além de uma alternativa para a desaceleração econômica e o desemprego. Trata-se de discursos que contribuem para a reprodução normalizadora de quem pode se tornar empreendedor, reforçando um viés de gênero que demonstra quais espaços empreendedores podem ou não ser ocupados por mulheres. Entretanto, nos últimos anos, formas alternativas de estudar o tema têm contribuído para o avanço no debate sobre gênero e empreendedorismo, especialmente a partir de uma abordagem crítica. Dessa forma, este ensaio teórico busca problematizar os aspectos teóricos que circulam o tema empreendedorismo, considerando as perspectivas econômica, social e crítica, em busca de uma compreensão diferenciada no tema gênero e empreendedorismo, a partir da lente dos Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo, com uma característica adicional para a realização de

[1] Recebido em 27/10/2021. Aprovado em 16/02/2022.
[2] Universidade Federal do Espírito Santo. amandazambelli@gmail.com
[3] Universidade Federal do Espírito Santo. eloisiomoulin@gmail.com

pesquisas sobre o tema no Brasil, a importância de considerar a interseccionalidade.

**Palavras-chave**: gênero, empreendedorismo feminino, estudos críticos sobre empreendedorismo, estudos críticos de gestão, interseccionalidade.

## ABSTRACT

The discourses that circulate about entrepreneurship are socially constructed in a given time and space, influenced by economic, social and cultural contexts. Despite contemporary discourses approaching themes related to gender and entrepreneurship, the neoliberal economic perspective still figures as the most used. Therefore, the entrepreneurial context is reproduced through discourses that present it as a desirable, unquestionably positive economic activity, in addition to an alternative economic slowdown and unemployment. These are discourses that contribute to the normalizing reproduction of those who can become an entrepreneur, reinforcing a gender vias that demonstrates which entrepreneurial spaces may or may not be occupied by women. However, in recent years, alternative ways of studying the subject have contributed to advance the debate on gender and entrepreneurship, especially from a critical approach. Therefore, this conceptual paper has the purpose to problematize aspects that circulate the theme of entrepreneurship, considering the economic, social and critical perspectives, in search for an alternative understanding of the theme gender and entrepreneurship, from the lens of Critical Entrepreneurship Studies, with an additional feature for conducting research on the subject in Brazil: the intersectionality aspects.

**Keywords**: gender, female entrepreneurship, critical entrepreneurship studies, critical management studies, intersectionality.

## INTRODUÇÃO

Os contextos empresarial e acadêmico tradicionalmente têm apresentado os discursos que circulam sobre o campo empreendedor com foco no mercado e como um fenômeno individual, atividade economicamente desejável, percebido como algo inquestionavelmente positivo (HAUGH, 2007; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; DY; MARLOW; MARTIN, 2017; GIMENEZ, 2017). Diferentes lentes teóricas têm sido utilizadas para explicar o fenômeno do

empreendedorismo ao longo dos anos, com destaque para as perspectivas econômica e social. Mesmo atualmente o empreendedorismo ainda é amplamente valorizado dentro de sua abordagem de crescimento econômico (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011) ou articulado à noção de uma economia solidária e centrada no bem-estar comum (DEY; TEASDALE, 2013).

Entretanto, na visão de Dey, Steyaert e Hjorth (2007), esses conceitos contribuem para uma visão binária do empreendedorismo, categorizado em social ou econômico. Em outras palavras, estabelece polos opostos entre empreendedores que visam o desenvolvimento econômico x empreendedores que visam tornar o mundo um lugar melhor. 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), alternativa à cultura masculinizada de grandes organizações (MAVIN, 2008), em que há a diferença temporal na ascensão profissional de homens e mulheres, além da possibilidade de liderar e gerenciar uma empresa com a qual se identifica.

Adicionalmente, em termos de gênero e empreendedorismo, estudos demonstram a naturalidade dos discursos que reproduzem ser “normal” considerar o homem como principal figura empreendedora de sucesso e a mulher como ‘exceção à regra’ (AHL, 2004; BRUNI, 2006). Carmo, Assis, Gomes e M.B.M. Teixeira (2021) ressaltam a lógica neoliberal relacionada aos discursos empreendedores, demonstrando a existência de regras de conduta de gênero que devem ser seguidas sem questionamentos.

Outros 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, MARLOW; MARTIM, 2017) têm avançado nas

discussões que ultrapassam a questão econômica, ao apresentar um viés oculto relacionado à identidade de gênero, ideologia e relações de poder (STEYAERT; KATZ, 2004; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; TEDMANSON et al., 2012; DY; MARLOM; MARTIM, 2017).

Apesar disso, muitos ainda apresentam a mulher empreendedora como alguém incompleto e com menos habilidades, reproduzindo uma relação de subordinação heteronormativa (BUTLER; 1990; BUTLER, 1993; 2004) em uma lógica de comparação binária entre homens e mulheres. Apesar dos avanços e contribuições de pesquisas sobre o empreendedorismo, é possível perceber que os discursos que circulam sobre este fenômeno ainda tendem a reproduzi-lo como algo com foco individual, centrado em conquistas pessoais e em um ambiente de trabalho dominado pela figura do empreendedor de sucesso (homem branco heterossexual) (MOLE; RAM, 2011).

Em contraposição a estes discursos emergem as abordagens críticas como alternativa para os estudos sobre gênero e empreendedorismo, considerando que a lente dos estudos críticos em empreendedorismo pode contribuir para retratar cenários mais amplos e revelar as constituições de relações de poder, por meio da perspectiva de participantes que ocupam posições não dominantes nos discursos (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009).

Embora o Brasil apresente proporções similares entre homens e mulheres empreendedores em negócios iniciantes, os dados demonstram que o percentual de homens em empreendimentos com mais de três anos e consolidados continua sendo maior (GEM, 2020). Tal fator pode ser explicado pelos aspectos interseccionais, uma vez que, conforme explicam Romero e Valdez (2016), gênero, raça, classe e sexualidade estão diretamente relacionados à facilidade ou dificuldade de acessos existentes no empreendedorismo, mas tais discussões tendem a ser invisibilizadas pelas lógicas de opressão (AKOTINERE, 2018).

Assim, este ensaio teórico tem o propósito de problematizar aspectos sobre os discursos que circulam na sociedade a respeito de gênero e empreendedorismo, considerando as perspectivas econômica, social e crítica, de forma a apresentar uma alternativa de análise do empreendedorismo, a partir dos Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo (CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; COSTA; SARAIVA, 2012; TEDMANSON et al., 2012; VERDUYN et al., 2014; DASHTIPOUR; RUMENS, 2018) e dos aspectos interseccionais que permitem enxergar estruturas de opressão em nível macro e micro social e suas influências no empreendedorismo (ALMEIDA; DIAS, SANTOS, 2021).

Este ensaio teórico está estruturado em cinco partes. Após a introdução, apresenta-se o empreendedorismo na perspectiva econômica e o contexto histórico de reprodução do discurso do empreendedor normal. Posteriormente, considera-se como a emergência de novos discursos traz à tona o empreendedor social, ainda que seguindo o contexto do heroísmo e da "salvação" da sociedade. Por fim, apresenta-se os estudos críticos de empreendedorismo como alternativa ao mainstream que vem sendo debatido sobre este fenômeno, bem como possibilidades de pesquisas futuras que provoquem a reflexão e apresentem a perspectiva do não hegemônico em busca de uma nova forma de empreender. E por último são apresentadas as considerações finais.

## 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 80 (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 Richard Cantillon (2002), Jean Baptiste Say (1983), Sombart (1998) e, por fim, Joseph 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 Richard Cantillon 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 homens[4] e das coisas” (SAY, 1983, p. 312-313). 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 de exemplo para toda a sociedade, cujos discursos se seguiram em biografias como as de Robert Bosch e Henry Ford, por exemplo.

Em sua grande maioria, a definição mais utilizada atualmente na perspectiva econômica 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; FERRAZ, 2021). 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).

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

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 consequentemente, 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).

A perspectiva 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. Consequentemente, os discursos que circulavam sobre o conceito de empreendedorismo e empreendedor se limitaram por muitos anos aos estudos de personalidade (GOMES et al., 2014).

Até os dias atuais, o termo empreendedor é atrelado 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 (OGBOR, 2000). Bruni, Gherardi e Poggio (2004) consideram que historicamente o empreendedorismo está localizado no universo masculino, sendo essa

hegemonia da masculinidade atrelada 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) consideram 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, competividade, além de precisar reagir a um cenário de insegurança e incerteza. Assim, a construção discursiva sobre quem é o empreendedor normal e ideal 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), tornando-se 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).

Contudo, 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 por serem normalizadores, devem ser questionados. Essa lógica binária do certo versus errado, influenciada historicamente pela construção discursiva do ‘homem empreendedor’, passa a ser reproduzida nos discursos sobre homens e mulheres no empreendedorismo. Para Campos e Soeiro (2016), as narrativas do empreendedorismo constroem não apenas os ritos, como as figuras heroicas, sendo por exemplo a apresentadora Oprah Winfrey considerada um dos exemplos do que deveria ser o empreendedorismo feminino.

Conforme pontuam Marlow et al. (2009), a heteronormatividade de gênero no contexto empreendedor gera uma eterna comparação entre homens

e mulheres, de acordo com indicadores comportamentais, em que as mulheres são posicionadas como inferiores, 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 empreendedorismo feminino, o discurso do empreendedorismo como normalização persiste, considerando a necessidade de resolver o problema da presença da mulher no empreendedorismo, buscando para isso aproximá-la do homem empreendedor (AHL; MARLOW, 2012).

Assim, o discurso do empreendedor normal posiciona o gênero masculino como algo neutro e a mulher empreendedora como uma categoria discreta e separada do empreendedorismo de uma forma geral (MARLOW, 2014). Wynarcyzk 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, Wynarcyzk 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 estereótipos que buscam interpretar ou explicar esses reconhecimentos, minimizando os resultados obtidos. Assim, as discussões

sobre empreendedorismo e heterormatividade 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.

## EMPREENDEDORISMO SOCIAL: O DISCURSO DO EMPREENDEDOR HEROICO EM PROL DO BEM-ESTAR DE TODOS

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 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).

Entretanto, esses conceitos, na visão de Dey, Steyaert e Hjorth (2007) contribuem mais uma vez para uma visão binária do empreendedorismo, categorizado em social ou econômico, ou em outras palavras, empreendedores que visam o desenvolvimento econômico versus empreendedores que visam tornar o mundo um lugar melhor para se viver. Yujuico (2008) demonstra que os

discursos que circulam sobre o empreendedor social 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 às mídias tradicionais (televisão e jornais), e às publicações científicas reproduz uma lógica de que o empreendedor social é uma figura inquestionavelmente positiva.

Uma vez que 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) este tende a ser visto como algo favorável e que 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 estratégica 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 passam 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 estereótipos, 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 de mercado. Diante da falência do Estado Social, considerada a realidade de países da Europa ou da inexistência histórica do Estado de Bem-Estar Social (Wellfare 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).

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 estereótipos 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 maternais, 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’, ‘auto-confiança’ 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). Isso foi enfatizado também nos estudos de Brandão et al. (2019), ao demonstrar que nos setores inovadores e intensivos de conhecimento estão mais presentes nas escolhas dos homens, ao passo que as escolhas das mulheres recaem preferencialmente em empreendimentos ligados à lógica do cuidado.

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.

Casaqui (2016) reforça que o projeto de sociedade empreendedora social ainda se configura como mítico, uma vez que se baseia na crença de que esta é a única via para mudar o mundo, mesmo sem produzir transformações efetivas no sistema capitalista. Dey e Steyaert (2010) corroboram com este pensamento, ao demonstrar, por meio de textos acadêmicos, as origens normalizadoras existentes por trás significados da palavra social no empreendedorismo. Esses discursos delineiam o empreendedorismo social a atores sociais que reproduzem noções de ordem e controle, contribuindo para a visão de que a mudança social pode ser conquistada sem debate, tensões ou desarmonia social (DEY; STEYAERT, 2012).

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 (ECE) se tornam uma alternativa para a compreensão do fenômeno a partir de suas complexidades e das subjetividades a partir de uma nova forma de empreender pelas mulheres e das interseccionalidades que as atravessam discursivamente.

## ESTUDOS CRÍTICOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO: RELAÇÕES DE PODER, RESISTÊNCIA E RE-EXISTÊNCIA A PARTIR DO ENTREPRENEURING E DA ABORDAGEM INTERSECCIONAL

Perspectivas alternativas para os estudos sobre o empreendedorismo têm sido discutidas desde o início dos anos 90 (FOURNIER; GREY, 2000; OGBOR, 2000), tendo suas origens nos Estudos Críticos de Gestão (ECG), também conhecidos como Critical Management Studies (CMS) (GERMAIN; JACQUEMIN, 2017). Em 1992, Alvesson e Willmott se utilizaram desses 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 80 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 por 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 ECG são formados por um corpo heterogêneo que compartilha temas em comum, mas que nunca é internamente homogêneo (SOUZA; SOUZA; SILVA, 2013). Fournier e Grey (2000) chamam a atenção para a pluralidade de tradições intelectuais abrigadas no guarda-chuva dos ECG, 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 ECG, 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 ECG, segundo Fournier e Grey (2000; 2006), são a não preocupação com questões performativas relacionadas às organizações; o compromisso com a desnaturalização; e a reflexividade. Autores críticos não buscam a verdade absoluta, mas o questionamento sobre o porquê tais verdades são perpetuadas, privilegiadas e posicionadas de acordo com contextos determinados. 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 inquestionável 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 (ECE) 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 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 visto: um fenômeno individual baseado na lógica de mercado em que os indivíduos possuem características que os tornam diferenciados na criação de valor, consequentemente 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; STEAYERT, 2014; FERRAZ, 2021) 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, consequentemente, 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 sociais 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 et al (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 (GAMLIN; PASTOR, 2009; IMAS; WILSON; WESTON, 2012; DEY; STEAYERT, 2014). Ao abordar os personagens menos óbvios do conto do empreendedor hegemônico 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 reais (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 reposta para os grandes problemas do mundo ou até mesmo fazendo as perguntas erradas" (IMAS; WILSON; WESTON, 2012, p. 579, tradução própria).

Na ótica das teorias feministas e nos estudos queer o empreendedorismo crítico contribui para problematizar as relações de gênero existentes nos discursos sobre o tema que geram estereótipos e a eterna comparação entre homens e mulheres, posicionando-as como inferiores (ACHTENHAGEN; WELTER, 2011; ESSERS; TEDMANSON, 2014) e reforçando a lógica heteronormativa e a performatividade de gênero hegemônica 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), consequentemente, subvertendo a orientação tradicionalista de pesquisas sobre o tema. Portanto, ao buscar a compreensão do empreendedorismo como entrepreneuring (FERRETTI; SOUZA, 2021), abre-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 suas possibilidades de emancipação (RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009; WEBB et al.; 2009) de

acordo com as atitudes adotadas por sujeitos vistos como minorizados na literatura.

A expressão entrepreneuring refere-se a compreensão do empreendedorismo não como uma atividade, um substantivo, mas como um processo, um verbo (STEYAERT, 2007; RINDOVA; BARRY; KETCHEN, 2009; BRUNI, PERROTA, 2014; GERMAIN; JACQUEMIN, 2017; FERRETTI; SOUZA, 2021). Em seus estudos, Steyaert (2007) demonstrou diversas possibilidades no uso do termo e seu potencial de desenvolver novos significados, a partir de uma abordagem que busca expor as possíveis contradições nos desafios existentes no dia a dia do empreendedor.

No contexto empreendedor, Rindova, Barry e Ketchen (2009) demonstram que o desejo de emancipação tem sido um fator de motivação para que os indivíduos exerçam essa atividade. Entretanto, Ogbor (2000) ressalta que, para que haja emancipação, é necessário não apenas examinar até que ponto a ideologia e 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 emancipatórios 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).

Para além da compreensão do empreendedorismo como um processo, um verbo, ação, sugere-se considerar os aspectos interseccionais na compreensão deste fenômeno e dos aspectos relacionados à identidade de gênero. O conceito de interseccionalidade foi sistematizado inicialmente pela feminista norte-americana Kimberlé Crenshaw, em 1989, por meio do artigo Desmarginalizando a intersecção raça e sexo: uma crítica feminista negra da doutrina antidiscriminação, teoria feminista e política antirracistas. A autora

define a 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).

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 de 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.

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 à 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).

Adicionalmente, o olhar interseccional no empreendedorismo tende a demonstrar que 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 de falta de oportunidades no mercado, que leva ao empreendedorismo como uma das possíveis alternativas para re-existir no contexto ocupacional (VALE, 2014). Entretanto, a não problematização desses aspectos e a normalização dos discursos contribui para reforçar a lógica dominante e linear do empreendedorismo feito por homens e por mulheres, o que, em função do processo de construção histórica e social

do Brasil, não reflete a realidade dos estudos empreendedores (ALMEIDA; DIAS; SANTOS, 2021).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este ensaio teórico buscou problematizar aspectos referentes aos discursos que circulam na sociedade a respeito de gênero e empreendedorismo, a partir da apresentação de duas abordagens teóricas tradicionais (econômica e social) e uma alternativa aos estudos sobre o tema (Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo). Mais do que apresentar estudos e autores que se utilizam de perspectivas que reproduzem a lógica binária de gênero por meio dos discursos, o objetivo deste trabalho é promover uma reflexão sobre diferentes formas de pensar o empreendedorismo e o empreendedor, demonstrando o potencial de compreensão do fenômeno a partir de um olhar não hegemônico e do empreender por meio das práticas do dia a dia.

Conforme sugerido por Tedmanson et al. (2012), este estudo se propôs 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). Os Estudos Críticos sobre o Empreendedorismo (ECE) têm avançado nas discussões a respeito de formas alternativas de pensar este fenômeno, apresentando-o como o processo de empreender para gerar mudança social e emancipação, 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.

Apesar da existência de uma significativa quantidade de estudos envolvendo a ótica do empreendedorismo feminino (AHL, 2004; 2006; CALÁS; SMIRCICH; BOURNE, 2009; ESSERS, 2009), 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 Martinez Dy, 2018; Pullen, Lewis e Ozkazanc-Pan, 2019).

Em termos práticos, este ensaio buscou provocar a reflexão, por meio de uma problematização sobre os discursos tradicionais que circulam sobre gênero e 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, masculino e heroico, que supera as adversidades, personalidades míticas, reprodutoras de um sistema sem falhas e sempre positivo. Adicionalmente, propõe-se estudar gênero e empreendedorismo no Brasil a partir dos aspectos interseccionais e das influências das identidades de gênero, raça, classe e orientação sexual para as facilidades ou dificuldades de acesso no empreendedorismo.

## 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**. Malmo: 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.

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

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.; WILLMOTT, H. **Making sense of management: A critical introduction**. Sage, 2012.

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

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

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.

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

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. 'Have you got a boyfriend or are you single?': on the importance of being 'straight'in organizational research. **Gender, work & organization**, v. 13, n. 3, p. 299-316, 2006.

BUTLER, J. **Gender, Feminism and the subversion of identity**. New York: Roudledge, 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.

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

CAMPOS, A.; SOEIRO, J. **A falacia do empreendorismo**. 1a. ed. Lisboa: Bertrand Editora, 2016.

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

CARMO, L. J. O.; ASSIS, L. B. D.; GOMES JÚNIOR, A. B.; TEIXEIRA, M. B. M. O empreendedorismo como uma ideologia neoliberal. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 19, n. 1, p. 18–31, mar. 2021. https://doi.org/10.1590/1679-395120200043.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

DEY, P. Governing the social through ‘social entrepreneurship': a Foucauldian view of ‘the art of governing'in advanced liberalism. 2013.

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. 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.; HJORTH, D. 6. **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.

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

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.

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.** [s.l: s.n.].

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 'O thers' in the N etherlands: narratives of M uslim Turkish migrant businesswomen at the crossroads of ethnicity, gender and religion. **Gender, work & organization**, v. 21, n. 4, p. 353-367, 2014.

FERRAZ, J. de M. **Para além da prática empreendedora no capitalismo brasileiro**. São Paulo: Actual, 2021.

FERRETTI, Amanda Soares Zambelli; DE SOUZA, Eloisio Moulin. Teoria queer e os discursos sobre empreendedorismo: desigualdades de gênero e alternativas de análise a partir do entrepreneuring. **Cadernos EBAPE. BR**, 2021.

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

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.

GAMLIN, Jennie; PASTOR, Maria Eugenia. Child labour in Latin America: theory, policy, practice. **International Journal of Sociology and Social Policy**, 2009.

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.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Curitiba, Paraná, Brasil: IBQP, 2020. Disponível em: https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf. Acesso em: 20 out. 2021.

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

GIMENEZ, F. A. P. **Empreendedorismo bibliografia de artigos publicados em periódicos brasileiros**. Curitiba, Paraná, Brasil: Ed. do Aut., 2017.

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.

HARDING, Nancy Helen; FORD, Jackie; LEE, Hugh. Towards a performative theory of resistance: Senior managers and revolting subject(ivitie)s. **Organization Studies**, v. 38, n. 9, p. 1209-1232, 2017.

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

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

HJORTH, D. Public entrepreneurship: desiring social change, creating sociality. **Entrepreneurship & regional development**, v. 25, n. 1-2, p. 34-51, 2013.

IMAS, J. M.; WILSON, N.; WESTON, A. Barefoot entrepreneurs. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 563-585, 2012.

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.

JONES, C.; SPICER, A. The sublime object of entrepreneurship. **Organization**, v. 12, n. 2, p. 223-246, 2005.

JONES, C.; MURTOLA, A. Entrepreneurship and expropriation. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 635-655, 2012.

JONES, D.; STABLEIN, R. Diversity as resistance and recuperation. In: KONRAD, A. M.; PUSHKALA, P.; PRINGLE, J. K. **Handbook of Workplace Diversity**. London: Sage, 2006. p. 145-167

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.; 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.

MARTIN, R. L.; OSBERG, S. **Social entrepreneurship**: the case for definition. London: Spring, 2007.

MAVIN, S. Queen bees, wannabees and afraid to bees: no more 'best enemies' for women in management?. **British journal of management**, v. 19, p. S75-S84, 2008.

MOLE, K.; RAM, M. (ed.) **Perspectives in entrepreneurship: a critical approach**. New York: Macmillan International Higher Education, 2011.

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 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.

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.

RINDOVA, V.; BARRY, D.; KETCHEN, D. Introduction to Special Topic Forum: Entrepreneuring as Emancipation. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 477–491, 2009.

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**, p. 1-20, 2018.

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.

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.

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, n. março/abril, p. 198–217, 2013.

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. 'Entrepreneuring' 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.

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.

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. 2021.

VERDUYN, K. Entrepreneuring and process: a lefebvrian perspective. **International small business journal**, v. 33, n. 6, p. 638-648, 2015.

VERDUYN, K.; DEY, P.; TEDMANSON, D. A critical understanding of entrepreneurship. **Revue de lEntrepreneuriat**, v. 16, n. 1, p. 37-45, 2017.

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.

WYNARCZYK, Pooran; MARLOW, Susan. Setting the scene: A perspective on the contribution of women to scientific and technological advancement. In: **Innovating women: contributions to technological advancement**. Emerald Group Publishing Limited, 2010.

YUJUICO, E. Connecting the dots in social entrepreneurship through the capabilities approach. **Socio-economic review**, v. 6, n. 3, p. 493-513, 2008.