IX CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

GÊNERO E MIGRAÇÃO BRASILEIRA: O EMPREENDEDORISMO COMO CARREIRA SUSTENTÁVEL

VICTORIA BARBOZA DE CASTRO CUNHA[1]
THIAGO CAVALCANTE NASCIMENTO[2]
ROBERTO PESSOA DE QUEIROZ FALCÃO[3]
EDUARDO PICANÇO CRUZ[4]

[1]*Universidade Tecnológica Federal do Paraná – victoriacunha@alunos.utfpr.edu.br*
[2]*Universidade Tecnológica Federal do Paraná – thiagoc@utfpr.edu.br*
[3]*UNIGRANRIO – roberto.falcao@unigranrio.edu.br*
[4]*Universidade Federal Fluminense – epicanco@id.uff.br*

Resumo
A migração internacional impõe obstáculos à sustentabilidade de carreiras, especialmente entre grupos étnicos minorizados, a exemplo de mulheres negras do Sul Global, imigrantes num país do Norte Global. Como alternativa, muitas acabam recorrendo ao empreendedorismo, formal ou informalmente, na tentativa de se manterem economicamente ativas e continuarem a desenvolver suas carreiras no exterior, ainda que precisem engajar-se na construção de uma identidade empreendedora até então inexistente. Assim, este artigo propõe-se a analisar a relação entre a construção de identidade empreendedora por imigrantes de minoria em resposta a obstáculos institucionais encontrados no país de destino. O estudo conduz uma análise narrativa de nove entrevistas em profundidade com brasileiras empreendedoras na Alemanha, tendo como referencial a teoria da interseccionalidade de Kimberlé Crenshaw. Os resultados revelam como gênero, raça, etnia, classe e maternidade moldam identidades empreendedoras em meio a barreiras institucionais do contexto alemão. A compreensão do fenômeno em tela é fundamental para apoiar práticas mais inclusivas, fortalecendo vínculos entre comunidades étnicas, redes de negócios e famílias de imigrantes.

Palavras-chave: Identidade empreendedora. Afroempreendedorismo. Empreendedorismo de minoria. Migração feminina. Interseccionalidade.

Introdução

O número de migrantes internacionais cresceu nas últimas décadas, atingindo aproximadamente 281 milhões de pessoas em 2024, ou 3,6% da população mundial (OIM – Organização Internacional para as Migrações, 2024). Desse total, 86 milhões residem em países europeus, tornando o continente um dos principais destinos dos fluxos migratórios contemporâneos. No caso brasileiro, a emigração também se consolidou como um tema significativo de estudo acadêmico, como visto em pesquisas pioneiras focadas nos Estados Unidos (por exemplo, Martes, 2000; Margolis, 2013). Nas últimas duas décadas, a Europa também se tornou um foco de pesquisa (por exemplo, Martins Junior; Dias, 2013; Bogus; Bassanezzi, 2016), onde se estima que 1,6 milhão de brasileiros residam atualmente. A Alemanha emergiu como o terceiro maior destino, com uma população de cerca de 170.400 brasileiros (MRE, 2024).

Entre os principais fatores que impulsionam essa emigração brasileira estão a busca por melhores oportunidades profissionais, educacionais e de qualidade de vida, bem como a insatisfação com a violência e a instabilidade política no Brasil (Sasaki, 2016; Cruz; Falcão; Santos, 2022). No entanto, não é improvável que as mulheres migrantes brasileiras compartilhem com outras comunidades migrantes barreiras institucionais que limitam a continuidade de suas carreiras profissionais no país de acolhimento — por exemplo, desafios para ter suas credenciais acadêmicas reconhecidas e atender aos requisitos de proficiência linguística (Feijó, 2021; Cruz; Falcão; Leite, 2022) — o que, em última instância, motiva grande parte delas a se tornarem empreendedoras (Lemos et al., 2025).

No entanto, apesar de um crescente conjunto de estudos que se concentra na Alemanha como um contexto de particular atipicidade para o estudo das mulheres migrantes brasileiras empreendedoras (ver, por exemplo, Cruz ; Falcão, 2026; Cruz, Falcão ; Santos, 2022; Cruz, Falcão e Leite, 2022; Lemos et al., 2025; Lidola, 2014, 2021), ainda pouco se sabe sobre a realidade das mulheres negras migrantes empreendedoras na comunidade diaspórica brasileira. Até o momento, estudos regionais sobre o empreendedorismo de migrantes brasileiros enfatizaram normas socioculturais de gênero relacionadas à inclusão social das empreendedoras mulheres (Feijó, 2021; García ; Villares-Varela, 2023; Lidola, 2014; Lidola, 2021; Malheiros ; Padilla, 2015), mas negligenciaram as experiências específicas que os brasileiros sub-representados podem enfrentar ao desenvolver seus negócios no exterior. Considerando que 56% da população brasileira se identifica como negra ou parda na Pesquisa Nacional por Amostra Contínua de Domicílios (PNAD) de 2022 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2022), é impressionante como a composição étnica dos migrantes brasileiros no mundo varia tão significativamente em relação à produção científica geral sobre o tema.

Reconhecendo que tal sub-representação epistêmica reproduz estruturas mais amplas de discriminação racial e xenofobia (Muzanenhamo; Chowdhury, 2023), este artigo tem como objetivo examinar os processos de identidade específicos com os quais empreendedoras negras brasileiras se envolvem ao enfrentar as barreiras encontradas no ambiente institucional de seus países de destino. Ao fazê-lo, parte-se de uma lente interseccional, herdada de uma tradição acadêmica que investiga o empreendedorismo de mulheres pertencentes a minorias — incluindo migrantes de uma ampla gama de nacionalidades (ver, por exemplo, Barrett; Vershinina, 2017; Essers; Benschop, 2007; Kacar; Essers, 2019; Yeröz, 2019) —, utilizando a teoria seminal da interseccionalidade de Kimberlé Crenshaw (1991).

A autora, uma acadêmica americana negra, propôs a teoria da interseccionalidade como um meio de compreender como estruturas institucionais e categorias de identidade interseccionais, como raça, classe e gênero, se combinam de maneira única como fenômenos interligados, moldando os processos de identidade subjacentes pelos quais passam os grupos sociais minoritários (Crenshaw, 1991). Essa lente teórica reconhece que mesmo empreendedores com um histórico semelhante (por exemplo, um grupo que compartilha o mesmo gênero e origem étnica, como as “mulheres brasileiras”) podem se envolver em processos de identidade distintos, uma vez que podem interpretar e enquadrar as restrições e oportunidades situacionais nos níveis sociocultural e político-institucional de maneiras diferentes (Kacar ; Essers, 2019).

Isto posto, este estudo traz uma contribuição tripla para os estudos sobre gênero e migração internacional, bem como sobre empreendedorismo migrante. Em primeiro lugar, desenvolve-se uma análise interseccional de múltiplas categorias de identidade de inclusão e exclusão produzidas em relação a diversas estruturas contextuais em um dos principais países europeus que acolhem requerentes de asilo e refugiados, precisamente num momento em que

a busca ativa da Alemanha por talentos em STEM é colocada em evidência (Angenendt, Knapp e Kipp, 2023). Em segundo lugar, o artigo endereça vários apelos recentes por mais diversidade e inclusão na literatura sobre empreendedorismo feminino (Henry et al., 2021; Corrêa et al., 2022; Corrêa et al., 2024; Deng et al., 2025; Vershinina, 2025).

Em terceiro lugar, contrariando as técnicas positivistas dominantes de análise de dados qualitativos, este artigo emprega a análise narrativa de entrevistas em profundidade. Tal metodologia é ideal para examinar a concepção de Giddens (1984) sobre a interdependência entre estrutura e agência, demonstrando que os migrantes atuam de forma autônoma na reconstrução de sua identidade para se opor às políticas nacionalistas europeias que têm polarizado as opiniões dos cidadãos nativos a respeito de sua presença no território estrangeiro, em vez de realmente possibilitar a integração das minorias étnicas na sociedade receptora (Cederberg; Villares-Varela, 2019).

Teoria da Interseccionalidade e Identidades Empreendedoras de Grupos Minorizados

Os empreendedores constroem ativamente sua identidade por meio do que está ou não à sua disposição e do que é ou não possível no contexto em que atuam (Barrett ; Vershinina, 2017; Cederberg ; Villares-Varela, 2019). Assim, a identidade empreendedora pode ser definida como parte da "supraidentidade" de um indivíduo, em constante interação com fatores contextuais que influenciam o seu comportamento (Newbery et al., 2018; Jones et al., 2019).

Por exemplo, Essers e Benschop (2007) e Yeröz (2019) observam o impacto das normas religiosas e étnicas, bem como do ambiente sociopolítico, sobre as experiências e identificações empreendedoras de mulheres migrantes. Entendendo as redes sociais como facilitadoras de identificações empreendedoras, é provável que mulheres migrantes negras se reúnam com aquelas com quem se identificam em termos de raça, estética capilar e cultura (Prieto; Phipps ; McKoy Jr., 2022). Ao mesmo tempo, os laços criados por meio de identificações de classe visam buscar visibilidade e reconhecimento dentro da comunidade racializada. A visibilidade e o reconhecimento são construídos por meio de um discurso coletivamente compartilhado de empoderamento racial, levando à afirmação de uma nova identidade política que permite que as mulheres negras se tornem agentes ativas de mudança (Collins, 2022).

Por meio de narrativas, os indivíduos refletem sobre suas experiências e dão sentido ao mundo, construindo múltiplas identidades sociais (Chasserio; Pailot ; Poroli, 2014; Lewis, Rumens ; Simpson, 2021). Apesar dessa suposta variedade de identidades, não é incomum que mulheres que se identificam como empreendedoras se alinhem ao discurso masculino predominante sobre o empreendedorismo (García ; Welter, 2011; Braches ; Elliott, 2016; Lewis, Rumens ; Simpson, 2021). Enraizado no arquétipo do homem branco ocidental, um tom sexista permeia o ambiente empresarial internacional, fazendo com que as mulheres empreendedoras vivenciem conflitos emocionais que influenciam negativamente seu processo empreendedor (Nassif et al., 2020).

Mas, além das emoções contingentes, as mulheres empreendedoras também constroem suas identidades ligadas a um lugar específico (Jones et al., 2019; Welter, 2020; Gupta ; Etzkowitz, 2021). Nesse sentido, a noção de "ser empreendedor" surge de um entendimento compartilhado de eventos passados/históricos dentro de um determinado contexto nacional ou regional, bem como das comunidades e grupos relevantes aos quais os indivíduos pertencem (Jones et al., 2019; García ; Welter, 2011). Portanto, a autodefinição no empreendedorismo é construída de forma dinâmica e relacional, levando em consideração as diversas estruturas dos

ecossistemas presentes em uma região ou nação em relação à religião, política, sociedade, mídia e cultura.

No entanto, o processo de construção identitária tende a se tornar um pouco mais complexo no âmbito do empreendedorismo migratório, já que o "lugar" costuma ser sem fronteiras, ligado tanto ao país de origem quanto ao de destino. Refletindo essa categoria de análise abstrata e subjetiva, o termo "lugar", no caso das mulheres migrantes, frequentemente implica que elas são levadas a priorizar ou equilibrar estruturas político-institucionais de diferentes contextos, seja rejeitando ou aderindo a normas de gênero e étnicas concorrentes em suas identidades empreendedoras (Webster ; Kontkanen, 2021). Nesse sentido, James, Xiong e Anderson (2022) constataram que as mulheres migrantes empreendedoras tendem a sobrepor uma característica de sua identidade às demais, por exemplo, abraçando sua etnia enquanto rejeitam sua feminilidade, ou vice-versa.

Quando os contextos político-institucionais alemão e brasileiro são colocados em paralelo, as relações coloniais históricas parecem complicar ainda mais essa escolha. Às vezes, mulheres migrantes negras empreendedoras realizam seus processos de (re)construção de identidade em detrimento da identificação racial (Fernandes, 2016; Rodrigues, 2022; Bruton et al., 2023). Enquanto a branquitude (ou seja, identidades racialmente categorizadas como brancas) envolve privilégios simbólicos, subjetivos e objetivos que contribuem para o preconceito racial por parte dos "colonizadores" europeus (da Silva, Nova e Carter, 2016), os estereótipos negativos associados à cor — e reforçados entre os "colonizados" — levam pessoas mestiças e afrodescendentes a negar a estética negra (Munanga, 2006; Souza et al., 2019), ou mesmo a evitar se identificar como negras (Costa Melo ; Schucman, 2022). Esse fenômeno é evidente em processos históricos como o clareamento, nos quais a adoção generalizada de técnicas de alisamento capilar, clareamento da pele e cirurgias plásticas entre mulheres negras é um sinal de conformidade com o padrão de beleza hegemônico aceito pela sociedade dominante branca (Mady, Biswas, Dadzie, Hill, ; Paul, 2023).

Ao transpor isso para o empreendedorismo praticado no Brasil, é justo afirmar que as mulheres negras são mais uma vez estigmatizadas sob o rótulo do empreendedorismo motivado pela necessidade, o que impõe novos desafios ao desenvolvimento de identidades empreendedoras racializadas positivas. Embora representem 17% dos empreendedores no país (ou seja, cerca de 4,7 milhões de mulheres de negócios brasileiras), acredita-se que 49% dessa parcela desenvolva um negócio devido a dificuldades financeiras (Sebrae, 2023). Isso significa que, além de serem migrantes, mulheres e cidadãs de um país em desenvolvimento, as mulheres negras brasileiras empreendedoras na Alemanha podem enfrentar uma quadrupla desvantagem. Pior ainda, tal desvantagem múltipla é legitimada por processos de identificação social e cultural arraigados no contexto institucional de seu país de origem. Dessa forma, mulheres migrantes negras frequentemente reconhecem que tais processos de identificação só podem ser ratificados ou contestados após a imigração para uma nação europeia, onde os ideais raciais dominantes se originaram e ainda influenciam as relações transfronteiriças pós-coloniais.

Este artigo, então, enquadra gênero, etnia e classe como processos simultâneos de identidade em relação aos recursos contextuais dos ambientes institucionais, ligados a construções sociais, históricas e a lugares fluidos e subjetivos. O gênero recupera uma interpretação cultural das identidades masculina e feminina e suas práticas decorrentes dentro de um sistema de relações de gênero (Acker, 2006). Por outro lado, a etnia é enquadrada como uma construção ideológica que enfatiza múltiplas formas de pertencimento a um determinado grupo (Acker, 2006; Feijó, 2021). A raça, por sua vez, diz respeito a diferenciações socialmente construídas, enraizadas em atributos físicos, bem como em

aspectos culturais, refletindo um determinado contexto histórico de dominação e subjugação, cristalizado em convicções modernas e profundamente arraigadas (Acker, 2006; Bruton et al., 2023). Por fim, a classe é uma construção social que gira em torno do estabelecimento de status hierárquico e da aceitação em grupo (Acker, 2006; Gupta ; Etzkowitz, 2021).

Embora esse aspecto tenda a ser negligenciado na literatura sobre empreendedorismo feminino, a classe social continua sendo relevante, na medida em que empreendedores de diferentes estratos percebem e interpretam as estruturas do empreendedorismo de maneiras distintas, moldando suas identidades empreendedoras de acordo com isso. Assim, para realmente levar em conta uma leitura interseccional das identidades empreendedoras de mulheres negras migrantes, classe, raça, bem como gênero e etnia, devem ser tratadas como categorias centrais de inclusão ou exclusão (Yeröz, 2019; Gupta ; Etzkowitz, 2021).

Método

Desenho da pesquisa e coleta de dados

Dada a natureza interpretativa do estudo, foram realizadas nove entrevistas em profundidade de caráter exploratório (Saunders; Lewis; Thornhill, 2019) com empreendedoras negras brasileiras migrantes residentes na Alemanha. As entrevistadas foram recrutadas por meio de uma pesquisa geral publicada no Facebook, LinkedIn e WhatsApp entre março de 2019 e março de 2026, em grupos que reúnem expatriados brasileiros na Alemanha. Essas três redes sociais foram utilizadas para evitar o viés de seleção inerente ao objetivo principal de cada uma delas. Por exemplo, alcançar empreendedoras apenas por meio do LinkedIn poderia envolver um viés de classe relacionado à sua finalidade profissional, o que significa que as mulheres recrutadas por lá poderiam estar buscando ativamente mobilidade social por meio de suas construções de identidade empresarial e empreendedora (Kacar ; Essers, 2019).

Posteriormente, as entrevistas em profundidade foram realizadas online via Google Meet com entrevistadas que declararam ter iniciado um negócio na survey. As selecionadas para esta pesquisa precisavam se autoidentificar como negras e ser a principal administradora do negócio na Alemanha, não apenas a proprietária. Nenhum critério relativo à idade das participantes, tempo de permanência na Alemanha, status socioeconômico ou formação acadêmica antes da migração foi pré-especificado. Vale ressaltar que as entrevistas em profundidade são particularmente úteis para revelar a natureza processual da construção de identidade (Delmotte, 2020). Como gênero, etnia e classe, bem como as estruturas contextuais, são categorias sociais formadas discursiva e historicamente, elas explicam a reflexão sobre experiências passadas transmitidas para as construções das identidades atuais.

As entrevistadas residiam principalmente em cidades do sul da Alemanha, uma vez que estas abrigam as populações de migrantes brasileiros mais densas do país (Cruz; Falcão; Leite, 2022; Cruz; Falcão; Santos, 2022). A maioria das entrevistadas era de meia-idade e provinha das regiões Nordeste e Sudeste do Brasil, respectivamente. Todas as entrevistas foram realizadas em português do Brasil, gravadas digitalmente e transcritas. O Quadro 1 sintetiza o perfil sociodemográfico das participantes.

Quadro 1 –Perfil sociodemográfico das entrevistadas

Código da Entrevista	Cidade e estado de origem (Brasil)	Cidade e província de destino (Alemanha)	Idade em anos (à época da coleta)	Tipo de negócio	Ano de abertura do negócio no exterior

Int.1	Salvador, Bahia	Hamburgo, Hamburgo e depois Munique, Bavaria	42	Restaurante	Não informado
Int.2	São Paulo, São Paulo	Böblingen, Baden-Württemberg	40	Consultoria hoteleira e depois culinária (brigaderia gourmet)	2015/2019
Int.3	São João de Meriti, Rio de Janeiro	Munique, Bavaria e depois Maisach, Bavaria	34	Fotografia	2011
Int.4	Feira de Santana, Bahia	Munique, Bavaria	55	Salão de beleza	2010
Int.5	Camaçari, Bahia	Oettingen, Bavaria	37	Instrutora de dança (Zumba) e culinária	2010/2012
Int.6	Salvador, Bahia	Munique, Bavaria	52	Editoração de livros	2013
Int.7	Rio de Janeiro, Rio de Janeiro	Mannheim, Baden-Württemberg e depois Erden, Bernkastel-Wittlich	45	Editoração de livros	2013
Int.8	Salvador, Bahia	Munique, Bavaria	51	Educação infantil	1998
Int.9	Itabuna, Bahia	Munique, Bavaria	48	Fotografia	1999

Fonte: elaborado pelos autores.

Reflexividade e posicionalidade dos pesquisadores

A identidade dos entrevistadores — pesquisadores de origem brasileira, uma mulher e três homens autoidentificados como brancos — pode ter facilitado a construção narrativa das participantes. Como compartilhavam a mesma nacionalidade e língua materna, isso contribuiu para um clima mais descontraído e permitiu que as identidades atuais fossem retratadas em comparação com aquelas vividas durante o tempo em que moraram no Brasil, lançando luz sobre a dimensão processual pretendida da construção contínua da identidade. Além disso, a presença de uma entrevistadora mulher permitiu que o preconceito de gênero fosse revelado com mais facilidade, já que as entrevistadas buscavam um entendimento mútuo entre as duas partes.

No que diz respeito ao preconceito racial, as entrevistadas demonstraram certa facilidade em criticar as atitudes racistas de brasileiros brancos e alemães nativos. Às vezes, os pesquisadores sentiram que os participantes esperavam que fossem criados mais espaços seguros para que os brasileiros brancos pudessem aprender a perspectiva do "outro" e as mulheres migrantes (atuais ou futuras) pudessem ter um vislumbre de suas "verdadeiras histórias de migração". Essas impressões aumentaram significativamente o compromisso social e o valor deste estudo, bem como o potencial da pesquisa de proporcionar tais encontros entre brancos e negros, homens e mulheres, por meio dos quais as categorias sociais são debatidas, contestadas e, eventualmente, resignificadas. Curiosamente, os participantes

não foram questionados diretamente sobre questões raciais ou experiências com racismo em suas histórias de vida. No que diz respeito às dinâmicas de poder e ética, os pesquisadores deixaram que esses temas surgissem naturalmente durante as entrevistas, o que aumentou a reflexão sobre as práticas coloniais preconceituosas herdadas do passado colonial do Brasil e perpetuadas nos dias de hoje.

Protocolo da análise narrativa dos dados

A análise narrativa de dados empregada neste estudo utilizou transcrições de entrevistas como unidades de análise (McAdams, 2012) e foi realizada à maneira de estudos anteriores sobre as construções de identidade de empreendedoras imigrantes (ver, por exemplo, García ; Welter, 2011; Alkhaled ; Berglund, 2018; Kacar ; Essers, 2019). De acordo com esse protocolo de análise, os pesquisadores realizam várias leituras do conjunto de dados, dependendo do número de conceitos nos quais pretendem se concentrar. Para esta pesquisa, a primeira leitura de todas as transcrições teve como objetivo rastrear a influência das estruturas contextuais (por exemplo, políticas que regem a atividade empreendedora e o envolvimento das entrevistadas com o ambiente institucional do país de destina) na construção da identidade empreendedora de cada participante.

A segunda leitura das transcrições envolveu a identificação de temas comuns emergentes de todas as entrevistas sobre a mesma interação entre a construção de identidade e as estruturas contextuais. Por exemplo, as participantes comentaram com maior frequência sobre gênero por meio de uma mudança na imagem das mulheres brasileiras na sociedade anfitriã e na mídia, ou seja, de meras donas de casa e profissionais não qualificadas ligadas à migração econômica, elas passaram a ser vistas como empregadoras/empreendedoras altamente qualificadas em sua comunidade étnica. Em segundo lugar, comentaram sobre o preconceito de classe e raça sofrido por serem “negras de um país do terceiro mundo em uma nação neocolonialista”.

Então, na terceira leitura, a atenção foi voltada para como as participantes construíram discursivamente suas identidades como atores centrais dentro do ambiente institucional alemão. Nesse caso, a análise concentrou-se em como as entrevistadas e as “personagens” a que se referiam em suas narrativas se situavam dentro de uma metanarrativa do contexto vivido, e como seus papéis sociais e identidades autoatribuídas como mulheres migrantes negras e brasileiras empreendedoras moldavam suas experiências, interações e senso de agência. Para ilustrar cada um desses aspectos, os trechos mais representativos foram adicionados a cada tema discutido na seção de Resultados.

Resultados

Narrativas sobre os obstáculos institucionais do contexto alemão

A tentativa de compreender as regulamentações e leis alemãs refletiu a preocupação das brasileiras negras em construir uma identidade que demonstrasse sua capacidade de adaptação ao ambiente empresarial. A articulação de novas habilidades e conhecimentos locais por parte das brasileiras para ingressar no mundo dos negócios, seja de forma ativa (por exemplo, buscando educação empreendedora formal no país de destino) ou passiva (por exemplo, contando com seus parceiros locais para aprender sobre questões tributárias e contábeis), enfatizou como elas enquadravam as estruturas de empreendedorismo como forças

antagônicas à sua participação equitativa em empreendimentos, em comparação com os nativos.

Uma estrutura antagônica recorrente em suas narrativas foi a burocracia na legislação para validar seus diplomas, a fim de exercerem suas atividades profissionais do país de origem, particularmente tendo em vista que elas eram percebidas como recursos humanos "qualificados" no Brasil. Os obstáculos à obtenção de uma certificação universitária no país de destino dependem do grau de qualificação com que as empreendedoras emigram. Quando saem do Brasil com qualificações do ensino médio e/ou superior, sua atuação profissional na Alemanha é regida pela Lei Federal de Reconhecimento (também conhecida como *Anerkennungsgesetz*), que determina que todo trabalhador qualificado estrangeiro que pretenda exercer atividade autônoma remunerada na Alemanha deve ter sua qualificação profissional examinada para fins de equivalência (Sommer, 2021).

No entanto, a equivalência dessa qualificação secundária ou técnica só pode ser avaliada desde que a profissão do migrante esteja incluída na lista de profissões de referência do país. Embora isso se aplique tanto a profissões não regulamentadas quanto regulamentadas, existem leis específicas para a maioria das profissões regulamentadas (por exemplo, médicos e farmacêuticos), o que significa que o sistema regulatório do país é bastante fragmentado. Além disso, existem disposições especiais relativas aos cidadãos da UE e do Espaço Econômico Europeu (EEE) (Sommer, 2021), o que significa que os migrantes de origem latina inevitavelmente enfrentarão alguma desvantagem no processo.

Acrescente-se a isso o fato de que muitas profissões (por exemplo, arquitetos, professores e educadores) estão sujeitas à jurisdição dos estados federais, aos quais se aplica a legislação estadual correspondente (Sommer, 2021). A narrativa de Int.4 exemplificou tal desvantagem, pois ela não pôde exercer a mesma profissão que tinha no Brasil até aprender alemão para passar em um teste de equivalência que não levava em consideração sua experiência prática, sendo puramente teórico.

> […] Eu tinha muitos anos de experiência no Brasil e havia enviado todos os meus diplomas. Tive que traduzir toda essa documentação para o alemão para ter a chance de trabalhar na mesma profissão. No entanto, deixaram bem claro que eu não poderia exercer todas as funções que costumava desempenhar no meu país, porque não possuía o título alemão. (Int. 4)

Por outro lado, a narrativa da Int. 7 acrescentou uma contra-narrativa a essa estrutura antagônica no contexto alemão ao comentar que algumas profissões exigem níveis de escolaridade mais avançados para serem exercidas. Isso não se referia a uma barreira regulatória, mas sim a uma barreira normativa, já que migrantes de certas profissões supostamente ingressam no mercado de trabalho após terem suas qualificações de graduação reconhecidas (Stumpf et al., 2020). Nas políticas de migração, migrantes qualificados são convidados sob a narrativa dominante de que, desde que a natureza de seu futuro trabalho esteja relacionada à sua formação acadêmica, não será um pré-requisito possuir um diploma universitário para obter um visto de trabalho na Alemanha; uma formação profissional adequada seria suficiente para tal fim (Damelang; Ebensperger; Stumpf, 2020). No entanto, essa normativa se aplica apenas a cidadãos da UE, do EEE e da Suíça que trabalham em profissões não regulamentadas (Sommer, 2021).

Na prática, os empresários europeus de alto escalão — especialmente os de origem alemã — tendem a ter mais anos de formação acadêmica, já que muitos jovens profissionais de diversos setores de atividade buscam cursos de pós-graduação imediatamente após concluir a graduação. No Brasil, no entanto, isso não é uma exigência normativa do mercado, mas sim uma expectativa sociocultural: os estudantes geralmente só fazem um mestrado depois de

acumular alguns anos de experiência profissional em um setor específico. Essa experiência é geralmente suficiente para a progressão na carreira. Em outras palavras, investir mais em educação formal continua sendo opcional, e não uma pressão normativa para o exercício da profissão no Brasil. Conforme observou uma empresária:

> Já ouvi várias histórias de pessoas que não conseguiram ter seus diplomas reconhecidos. Nunca fui uma aluna brilhante. Minha média na universidade foi 7,8. Mas meu diploma foi reconhecido imediatamente e fiquei superanimada, pensando que poderia trabalhar na minha área. Mas quando tentei ingressar no mercado de trabalho formal, apenas quem tinha mestrado podia trabalhar com administração. (Int. 7)

Assim, as estruturas contextuais identificadas no país posicionam as identidades empreendedoras como narrativas ambíguas às quais se atribuem tanto superioridade quanto inferioridade. Por um lado, identidades profissionais superiores estão ligadas a uma narrativa na qual migrantes altamente qualificados de países em desenvolvimento competem em "pé de igualdade" com trabalhadores nativos, demonstrando um perfil exemplar. Para garantir cargos tipicamente reservados a alemães, os imigrantes são obrigados não apenas a se adequar às expectativas regulatórias e normativas (por exemplo, cursar pós-graduação no exterior, demonstrar desempenho acadêmico excepcional e ser aprovado em exames teóricos complexos), mas também a elevar suas qualificações profissionais a um nível que supere o dos cidadãos comuns.

Em outras palavras, uma identidade empreendedora superior não é construída meramente pela imitação dos nativos em um sentido técnico. Em vez disso, ela implica transcender a categoria inferiorizada de etnia por meio de avanço baseado em classe, de modo que os migrantes assumam a responsabilidade social de superar as barreiras estruturais incorporadas em suas identidades.

Essa metanarrativa está profundamente enraizada nos discursos históricos capitalistas relativos à aptidão dos indivíduos para alcançar a supremacia nas sociedades ocidentais brancas por meio da aquisição de competências técnicas derivadas do conhecimento produzido por sujeitos ocidentais brancos (Zawislak, 1995; Muzanenhamo; Chowdhury, 2021). Assim, a "injustiça epistêmica e a provação hegemônica" (Muzanenhamo; Chowdhury, 2021, p. 3) podem ser entendidas como incorporadas aos valores liberais que as sociedades são estruturadas para reproduzir, na medida em que o capitalismo opera em um contexto no qual contratos sociais — tais como contratos culturais e raciais — influenciam os resultados de mercado ao normalizar, legitimar e perpetuar a exploração e a marginalização de indivíduos não brancos (Nguyen, 2020), neste caso, mulheres negras migrantes pertencentes a minorias étnicas.

Por outro lado, as identidades empreendedoras inferiorizadas são marcadas por dinâmicas desiguais entre o centro e a periferia dentro da União Europeia. Como explica Castellani (2020), tais dinâmicas decorrem do "chauvinismo assistencialista", na medida em que o status legal de cidadãos europeus, por si só, não garante proteção social a indivíduos de nações periféricas que migram para países centrais (por exemplo, Alemanha, França, Países Baixos), a fim de assegurar as melhores perspectivas possibilitadas pela liberdade de circulação no Espaço Schengen.

Dessa forma, os imigrantes do sul da Europa podem enfrentar dificuldades semelhantes às apontadas nas narrativas dessas empreendedoras negras: serem empurrados para segmentos inferiores do mercado de trabalho alemão e enfrentarem desafios de acesso a uma "educação válida" decorrente do fato de terem sido criados em um país periférico não do Sul Global, mas

nas relações intra-bloco europeu, o que também está frequentemente ligado à associação entre categorias de identidade étnica, racial e de classe.

Dessa forma, traços étnicos (por exemplo, sotaque) na Alemanha passam a refletir um status de classe social mais baixa ou mais alta. Schmaus e Kristen (2021) observaram isso em seu experimento. Eles descobriram que desvios de pronúncia do idioma local podem ser mais relevantes do que os nomes dos indivíduos na avaliação da competência técnico-profissional, o que significa que múltiplos indícios étnicos são avaliados em diferentes etapas do processo de integração.

Consequentemente, as diferenças no tratamento e acesso a recursos por empreendedores potencialmente qualificados não se devem a considerações objetivas de produtividade e competência linguística, como a inteligibilidade da comunicação (ou seja, o quão bem os estrangeiros conseguem ser compreendidos pelos nativos, apesar de seus sotaques). A discriminação étnico-racial decorre não necessariamente de processos de dominação linguística (Bourdieu, 1998; Castelló-Cogollos; Monzó-Nebot, 2023), mas sobretudo da influência do ambiente institucional alemão na formação e reprodução de uma metanarrativa sobre a construção de uma identidade empreendedora "superior" inatingível para os empreendedores migrantes específicos que estão historicamente sujeitos a essas barreiras estruturais.

Narrativas sobre a construção da identidade empreendedora

O controle excessivo do Estado alemão e a falta de formação empresarial para orientar as empreendedoras imigrantes em relação à burocracia comercial fizeram com que elas tivessem de recorrer aos seus parceiros nativos alemães ou, quando eram casadas com brasileiros, às redes co-étnicas para desenvolver habilidades empreendedoras e ter acesso a informações sobre o funcionamento do contexto institucional alemão. Nesse sentido, as brasileiras negras criaram associações onde outras empreendedoras brasileiras, independentemente de raça e classe, pudessem aprender as habilidades necessárias para expandir seus empreendimentos migrantes. Essa manifestação de sua capacidade de agência emergiu como uma contra-narrativa a barreiras estruturais de estereotipização cultural e de gênero sofridas coletivamente. As narrativas das Int. 3 e 9 refletem sobre essa estereotipização de suas identidades empreendedoras migrantes:

> A maioria dos alemães acredita que os imigrantes qualificados vão roubar seus empregos e que os não qualificados, especialmente as mulheres, vão roubar os maridos alemães. Existe o preconceito entre as alemãs de que não somos boas o suficiente para os homens alemães. Há também a crença de que os homens resgatam as mulheres brasileiras da pobreza. Então, você precisa constantemente ficar lembrando de tudo o que tem no seu currículo para se valorizar. (Int. 3)

> A sociedade praticamente te obriga a ter um homem do teu lado para validar o que tu dizes. O gênero vem em primeiro lugar nesse caso. Se você for um homem alemão branco, ganha cinco estrelas. Se for um alemão negro, ganha apenas três. Se for homem, mas não for nativo, ganha duas. Quando chega na mulher imigrante, se ela ganhar alguma, é porque está casada com um alemão. (Int. 9)

Tais narrativas ecoam o fato de que a sociedade alemã continua, implicitamente, a perceber o mundo dos negócios e as empresas como predominantemente masculinos, não sendo as mulheres empresárias uma exceção a essa norma (Welter, 2004). Walkenhorst, Sturm e Westarp (2021), por exemplo, demonstram como múltiplas formas de neo-institucionalização do preconceito de gênero ainda impedem que mais mulheres ingressem no

mundo dos negócios no país. Da mesma forma, no cenário empresarial, não é incomum que conselhos compostos predominantemente por homens prejudiquem a representação feminina entre novos membros do conselho, a fim de proteger o valor de monopólio gerado por seu status masculino de elite (Huang; Diehl ; Paterlini, 2019).

Conforme informam Hoffmann e Musch (2019), a prevalência do preconceito de gênero pode estar velada nas contra-narrativas dos homens sobre o favoritismo de gênero quando, na verdade, a homofilia contra mulheres líderes continua a ser socialmente desejável. Como um todo, esses achados empíricos mostram como os estereótipos tradicionais de gênero ainda prevalecem na Alemanha, apesar da criação de múltiplas políticas de igualdade (OCDE, 2021). Tais normas culturais geram papéis profissionais de gênero distintos, na medida em que determinam que as mulheres sejam percebidas como mais afetuosas e emocionais do que os homens e que os homens sejam mais competentes do que as mulheres, mesmo que estes passem por processos de auto-favorecimento ao associarem seu próprio gênero à competência (Ebert; Steffens ; Kroth, 2014).

Nesse sentido, sua capacidade de agência também foi mobilizada quando mulheres migrantes negras se tornaram mães e não contaram com políticas que garantissem o acesso a creches para a primeira infância, o que as levou a mobilizar estrategicamente recursos pessoais e comunitários para conciliar as atividades empreendedoras com a responsabilidade socialmente atribuída de cuidar dos filhos. Mätzke (2018) explica que existem dois sistemas diferentes de assistência infantil nas regiões leste e oeste do país.

Assim como o desenvolvimento divergente do sistema empreendedor da Alemanha, os recursos abundantes (por exemplo, a capacidade administrativa local) na parte oriental não são suficientes para atender à maior demanda por necessidades parentais e creches públicas. Como resultado, quase todas as participantes comentaram como consideravam injustas as políticas de migração por favorecerem a imigração de jovens trabalhadores para lidar com os problemas sociais de baixas taxas de natalidade e escassez de mão de obra em áreas técnicas críticas; no entanto, as mulheres migrantes, embora ajudassem o país a lidar com o primeiro problema, eram automaticamente excluídas da chance de ajudar no segundo. Como aponta a Int. 7:

> A sociedade alemã precisa de crianças. Então, eu faço um favor à sociedade e tenho filhos, mas não tenho nenhuma rede de apoio quando abro um negócio. […] Os alemães nos pedem para vir, nos dão dinheiro. Se você tem filhos aqui, recebe um auxílio de 250 euros. Mas eu não quero 250 euros. Quero um lugar onde meu filho possa ficar para que eu possa trabalhar. Sou jovem demais para não produzir. (Int. 7)

A empresária se refere ao abono por filho (também conhecido como *Kindergeld*), concedido pelo sistema de previdência social alemão, que pode ser solicitado até a criança completar 18 anos. Essa política estabelece que todos os responsáveis alemães e da União Europeia, independentemente de sua renda, têm direito a receber um abono mensal para compensar as despesas decorrentes da criação de seus filhos, desde que sejam residentes na Alemanha. Cidadãos estrangeiros também podem receber esse benefício se possuírem uma autorização de residência temporária ou permanente válida. Inspirado no modelo de bem-estar social nórdico (Spiess ; Wrohlich, 2008), ele garante que uma série de benefícios, isenções fiscais e deduções estejam disponíveis para pais solteiros, responsáveis por crianças adotadas e casais, desde que não recebam qualquer outro benefício de seu país de origem ou de qualquer outro local.

No entanto, a política assume uma narrativa controversa em relação aos papéis de gênero ao declarar que apenas um dos pais tem permissão para solicitar o abono infantil, o que

significa que os casais precisarão “chegar a um acordo” sobre quem receberá o pagamento. Assim, existe uma narrativa implícita de que um dos pais deve ter a guarda principal da criança, o que costuma ser o caso das mulheres que não trabalham, pois elas “têm tempo disponível”.

O conservadorismo alemão, portanto, se inscreve como uma metanarrativa sociocultural, inclusive na forma como as representações de mulheres empresárias na mídia de massa (por exemplo, jornais) frequentemente enquadram discursivamente o equilíbrio entre trabalho e família como um tema “exclusivamente feminino” (Achtenhagen ; Welter, 2011). Ao retratar as mulheres empresárias primeiro como mães e depois como empresárias, o sucesso profissional passa a ficar subordinado à imagem de uma “boa pessoa de família” (Achtenhagen ; Welter, 2011; Braches ; Elliott, 2016). Como observa a Int. 7:

> Quando você se torna empreendedora após a maternidade, parece que você é mulher novamente. Porque essa é a verdade: qualquer conversa se resume a mamadeiras, fraldas e chupetas. Quando você se torna mãe, perde a sua identidade. E, às vezes, apenas o trabalho autônomo pode restaurá-la. Mas se você procura trabalho formal, parece que está empregada só para pagar uma creche particular e ter onde deixar seu filho. Ao se tornar empreendedora, você obtém o melhor dos dois mundos, porque não deixa de dar apoio em casa e também ajuda a pagar as contas. (Int. 7)

A partir deste trecho, concluímos que a construção de identidades empreendedoras funciona como um elemento de reconciliação entre as identidades materna e de gênero das participantes, dada a falta de apoio estrutural às mulheres de negócios por parte das estruturas regulatórias e normativas do ambiente institucional. Assim, as próprias identidades empreendedoras podem ser interpretadas como contra-narrativas que contestam as categorias de identidade de gênero e de classe que lhes são atribuídas. Em outras palavras, as mulheres migrantes negras utilizam suas identidades empreendedoras para promover uma mudança na narrativa dominante atribuída às imigrantes brasileiras. De “donas de casa” e “profissionais não qualificadas” ligadas à migração econômica ou por casamento internacional (ou seja, as narrativas dominantes que lhes são atribuídas), elas se posicionam como empreendedoras altamente qualificadas em sua comunidade étnica (ou seja, estabelecem suas identidades empreendedoras como uma contra-narrativa).

Discussão

As conclusões deste artigo contribuem para o debate sobre como as identidades empreendedoras das brasileiras imigrantes são construídas na interseção entre as categorias de gênero, raça, etnia, classe social e maternidade, em respostas às estruturas político-institucionais e socioculturais do contexto alemão, complementando os estudos de Alkhaled e Berglund (2018), Barrett e Vershinina (2017), Bruton et al. (2023), Chasserio et al. (2014), Essers e Benschop (2007), Kacar e Essers (2019).

De modo geral, os resultados mostraram que mulheres migrantes negras empreendedoras tendem a construir “identidades contra-narrativas” com base em sua capacidade de adaptação e na conciliação entre maternidade e trabalho, a fim de evitar categorizações externas e a autoidentificação com “identidades antagônicas” encontradas no país de destino, ligadas às identidades tradicionais de gênero, etnia e raça. Tal reconfiguração identitária passa a ser compreendida tanto por seus elementos objetivos e rastreáveis (por exemplo, o exercício de sua agência em reação a políticas migratórias discriminatórias, condições de mercado desiguais e normas culturais conservadoras), quanto como uma categoria de análise mais subjetiva e fluida, pois é enquadrada através dos pontos de vista narrativos das participantes,

conforme recomendado por Welter (2020). Dessa forma, torna-se possível reconhecer como as empreendedoras, neste caso mulheres racializadas, se relacionam com múltiplas identidades sociais.

Conquanto as categorias de gênero, raça e maternidade tenham emergido como centrais na construção da identidade empreendedora feminina, o eixo de migração Sul-Norte Global evidenciou que muito dessa construção está centrada nas categorias de etnia e classe, confirmando as descobertas anteriores de Chasserio et al. (2014), Cederberg e Villares-Varela (2019), Yeröz (2019), e Oltramari, Rainho e Oliveira (2022) a respeito das marcas de colonialidade influírem nas condições de carreira e trabalho de imigrantes.

Uma vez que as escolhas sobre como as brasileiras empreendedoras apresentam suas identidades empreendedoras estão ligadas ao ambiente institucional do país de destino, nota-se que as políticas de migração alemãs e as condições de entrada no mercado sujeitam a sustentabilidade de carreira dessas mulheres a relações de poder enquadradas dentro de uma perspectiva eurocêntrica, como a obtenção de um diploma universitário em um país do primeiro mundo (Sommer, 2021), ou a assimilação de papéis de gênero que posicionam as mulheres como prestadoras de cuidados (Welter, 2004, 2007; Achtenhagen; Welter, 2011).

Assim, os resultados demonstraram que a etnia se mistura com categorias de classe por meio de processos complexos de identificação por parte das minorias do Sul em contato com cidadãos nativos ocidentais. Consequentemente, as reflexões aqui apresentadas provavelmente podem ser generalizadas para contextos de pesquisa semelhantes (por exemplo, considerando mulheres migrantes negras empreendedoras de primeira geração da classe média baixa) de fluxos migratórios Sul-Norte.

Considerações Finais

Este estudo demonstrou que a relação entre os obstáculos institucionais e a construção de uma identidade empreendedora pela mulher imigrante do Sul Global complexifica uma imediata dicotomia entre autoidentificação e categorização externa. A análise de nove entrevistas em profundidade com mulheres negras brasileiras empresárias na Alemanha incluiu a interação interseccional entre gênero, raça, classe, etnia e as macroestruturas do país de destino. Nesse contexto específico, a compreensão das identidades empreendedoras está intimamente ligada às diversas metanarrativas sobre papéis de gênero na mídia, políticas de migração e discursos políticos no país de residência. Consequentemente, as identidades empreendedoras de mulheres migrantes devem ser entendidas a partir de lentes interseccionais, ajustadas às estruturas contextuais.

Algumas limitações deste trabalho envolvem a necessidade de um recorte temporal longitudinal para aprofundar as interações analisadas até o momento. Dessa forma, estudos futuros poderiam mapear mudanças nas estruturas das instituições que afetam as identidades empreendedoras. Além disso, um estudo comparativo que avalie a influência das categorias de construção de identidade em várias gerações de imigrantes poderia trazer uma contribuição oportuna ao conhecimento existente sobre a interseccionalidade geracional, relacionando o crescimento das comunidades étnicas, condições de atuação no mercado e a integração das famílias de imigrantes na sociedade.

No que diz respeito às contribuições deste artigo para a teorização da interseccionalidade nos estudos sobre empreendedorismo de migrantes, deve-se observar que a literatura sobre o empreendedorismo de migrantes evoluiu como um campo intrinsecamente dualista. Por um lado, ela tende a enfatizar as estruturas em nível macro para facilitar comparações entre países (Kloosterman, 2010; Ojong, Simba ; Dana, 2021). Por outro lado, apresenta integração

limitada com outro conjunto substancial de literatura que examina empreendedores migrantes no nível individual (Barrett ; Vershinina, 2017; García ; Villares-Varela, 2023).

Consequentemente, focar exclusivamente nas motivações, no desempenho ou nas características individuais dos empreendedores migrantes oferece uma visão incompleta de como forças mais amplas em nível macro — tais como políticas e barreiras institucionais — moldam a construção da sua identidade (Barrett ; Vershinina, 2017; Chasserio, Pailot ; Poroli, 2014; Jones et al., 2019). Essa lacuna torna-se ainda mais pronunciada em estudos sobre processos de gênero e raça no empreendedorismo de imigrantes, nos quais tanto atores individuais quanto fatores contextuais influenciam o significado do empreendedorismo, ou seja, como ele é definido, vivenciado e praticado (Welter, 2020; Bruton et al., 2023).

Em termos de contribuições práticas, este estudo reconhece que, até o final da década de 1990, os formuladores de políticas públicas alemães tratavam o empreendedorismo como um fenômeno neutro em termos de gênero (OCDE, 2021). Nas últimas décadas, no entanto, as mulheres alemãs passaram a dedicar menos tempo às tarefas domésticas com a introdução de políticas incipientes de igualdade de gênero no âmbito do empreendedorismo (OCDE, 2021). Ainda assim, tais políticas não se alinham com a realidade vivida pelas mulheres migrantes que buscam seguir uma trajetória empreendedora no país.

Na realidade, as atuais políticas de igualdade de gênero representam barreiras ao crescimento de seus negócios e à construção de identidades empreendedoras menos tensionadas e contestadas. Isto posto, as conclusões ora debatidas podem orientar melhor as políticas governamentais relacionadas à equivalência de diplomas, ao apoio a mães empreendedoras (por exemplo, maior disponibilidade de creches) e às mudanças na representação feminina na política e na mídia. Dessa forma, a inclusão e a integração das minorias étnicas também podem fazer parte da agenda nacional para favorecer aqueles que desejam contribuir para o desenvolvimento social e econômico do país.

Referências

ACHTENHAGEN, L.; WELTER, F. “Surfing on the ironing board” – the representation of women’s entrepreneurship in German newspapers. **Entrepreneurship & Regional Development**, [*s. l.*], v. 23, n. 9-10, p. 763–786, 2011. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2010.520338.

ACKER, J. Inequality Regimes: Gender, Class, and Race in Organizations. **Gender & Society**, [*s. l.*], v. 20, n. 4, p. 441–464, 2006. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0891243206289499.

ALKHALED, S.; BERGLUND, K. “And now I’m free”: Women’s empowerment and emancipation through entrepreneurship in Saudi Arabia and Sweden. **Entrepreneurship & Regional Development**, [*s. l.*], v. 30, n. 7-8, p. 877–900, 2018. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2018.1500645.

ALY, M.; GALAL-EDEEN, G. Why is Germany less entrepreneurial? A behavioral reasoning perspective. **The Journal of Technology Transfer**, [*s. l.*], v. 46, p. 1376–1416, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s10961-020-09823-4.

BARRETT, R.; VERSHININA, N. Intersectionality of Ethnic and Entrepreneurial Identities: A Study of Post-War Polish Entrepreneurs in an English City. **Journal of Small Business**

Management, [*s. l.*], v. 55, n. 3, p. 430–443, 2017. Disponível em: https://doi.org/10.1111/jsbm.12246.

BRACHES, B.; ELLIOTT, C. Articulating the entrepreneurship career: A study of German women entrepreneurs. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 35, n. 5, p. 535–557, 2016. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0266242616651921.

BRUTON, G. *et al.* A Racialized View of Entrepreneurship: A Review and Proposal for Future Research. **Academy of Management Annals**, [*s. l.*], v. 17, n. 2, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.5465/annals.2021.0185.

CASTELLANI, S. On the Fringes of Social Protection: New Southern European Labour Migration to Germany. **International Migration**, [*s. l.*], 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1111/imig.12760. Acesso em: 30 dez. 2023.

CASTELLÓ-COGOLLOS, R.; MONZÓ-NEBOT, E. Legitimized inequalities: Language rights and ideology. **Just. Journal of Language Rights & Minorities, Revista de Drets Lingüístics i Minories**, [*s. l.*], v. 2, n. 2, p. 7, 2023. Disponível em: https://eari.uv.es/index.php/JUST/article/view/27509. Acesso em: 30 jan. 2024.

CEDERBERG, M.; VILLARES-VARELA, M. Ethnic entrepreneurship and the question of agency: the role of different forms of capital, and the relevance of social class. **Journal of Ethnic and Migration Studies**, [*s. l.*], v. 45, n. 1, p. 115–132, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1459521.

CHASSERIO, S.; PAILOT, P.; POROLI, C. When entrepreneurial identity meets multiple social identities. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, [*s. l.*], v. 20, n. 2, p. 128–154, 2014. Disponível em: https://doi.org/10.1108/ijebr-11-2011-0157.

CHREIM, S. *et al.* Constructing and Sustaining Counter-Institutional Identities. **Academy of Management Journal**, [*s. l.*], v. 63, n. 3, p. 935–964, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.5465/amj.2017.0528. Acesso em: 17 maio 2021.

CORRÊA, V. S. *et al.* Female entrepreneurship in emerging and developing countries: a systematic literature review. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 14, n. 3, p. 300–322, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2021-0142.

CORRÊA, V. S. *et al.* Female entrepreneurship in emerging and developing countries: a systematic review of practical and policy implications and suggestions for new studies. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, [*s. l.*], v. 16, n. 2, p. 366–395, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2022-0115.

CRUZ, E. P.; FALCÃO, R. P. de Q.; LEITE, J. G. L. Mixed Embeddedness de Brasileiros na Alemanha: Evidências Empíricas e Elementos para o Debate. **Revista Organizações em Contexto**, [*s. l.*], v. 18, n. 36, p. 129–160, 2022. Disponível em: Acesso em: 8 abr. 2023.

CRUZ, E. P.; FALCÃO, R. P. de Q.; SANTOS, A. J. dos. Brasileiros na Alemanha: motivações, perfil dos imigrantes e questões para debate. **População e Sociedade**, [*s. l.*], v. 38, p. 118–141, 2022.

DAMELANG, A.; EBENSPERGER, S.; STUMPF, F. Foreign Credential Recognition and Immigrants' Chances of Being Hired for Skilled Jobs—Evidence from a Survey Experiment Among Employers. **Social Forces**, [*s. l.*], v. 99, n. 2, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1093/sf/soz154. Acesso em: 8 mar. 2020.

DELMOTTE, F. Identity, identification, habitus: A process sociology approach. *In*: MCCALLUM, D. (org.). **The Palgrave Handbook of the History of Human Sciences**. [*S. l.*]: Springer Nature Singapore, 2020. p. 1–24. *E-book*. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-981-15-4106-3%E2%82%853-1.

DENG, W. *et al.* Female entrepreneurship: systematic literature review and research framework. **Chinese Management Studies**, [*s. l.*], v. 19, n. 6, p. 1752–1784, 2025. Disponível em: https://doi.org/10.1108/CMS-04-2024-0279.

EBERT, I. D.; STEFFENS, M. C.; KROTH, A. Warm, but Maybe Not So Competent?—Contemporary Implicit Stereotypes of Women and Men in Germany. **Sex Roles**, [*s. l.*], v. 70, n. 9-10, p. 359–375, 2014. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s11199-014-0369-5.

ESSERS, C.; BENSCHOP, Y. Enterprising Identities: Female Entrepreneurs of Moroccan or Turkish Origin in the Netherlands. **Organization Studies**, [*s. l.*], v. 28, n. 1, p. 49–69, 2007. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0170840606068256.

FEIJÓ, G. V. Pertencimento, classe e gênero em narrativas de imigrantes brasileiros/as na Alemanha e em Portugal. **Il Segno e le Lettere**, [*s. l.*], v. 9788879169707, p. 313–329, 2021. Disponível em: Acesso em: 15 nov. 2021.

FERNANDES, D. de A. O gênero negro: apontamentos sobre gênero, feminismo e negritude. **Revista Estudos Feministas**, [*s. l.*], v. 24, n. 3, p. 691–713, 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ref/a/TgpBQ9JHwvj7VfvHJPgxnyP/?format=pdf&lang=pt.

FORSON, C. Contextualising migrant black business women' s work-life balance experiences. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, [*s. l.*], v. 19, n. 5, p. 460–477, 2013. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1108/IJEBR-09-2011-0126. Acesso em: 2 jun. 2020.

GARCÍA, C.; VILLARES-VARELA, M. Contesting the boundaries of marianismo and entrepreneurial identity: meanings of motherhood amongst Latin American migrant women entrepreneurs. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 15, n. 2, p. 149–169, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1108/IJGE0620220102. Acesso em: 16 maio 2023.

GARCÍA, M.-C. D.; WELTER, F. Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 31, n. 4, p. 384–404, 2011. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0266242611422829.

GEBHARDT, C.; POHLMANN, M. C. Managing the organisation 2.0: Entrepreneurial spirit and general management competences as early indicators for cluster success and sustainable regional development. **The Journal of High Technology Management Research**, [*s. l.*], v. 24, n. 2, p. 153–160, 2013. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.hitech.2013.09.007. Acesso em: 4 ago. 2020.

GIDDENS, A. **The constitution of society: outline of the theory of structuration**. Berkeley: University Of California Press, 1984-.

GOUVÊA, J. B.; OLIVEIRA, J. S. de. Por que branquitudes, por que (somente) agora? **Caderno de Administração**, [*s. l.*], v. 28, n. 2, p. 5–14, 2021. Disponível em: http://dx.doi.org/10.4025/cadm.v28i2.57245. Acesso em: 8 abr. 2021.

GUPTA, N.; ETZKOWITZ, H. Women founders in a high-tech incubator: negotiating entrepreneurial identity in the Indian socio-cultural context. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 13, n. 4, p. 353–372, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1108/IJGE-11-2020-0181.

HENRY, C. *et al.* Richness in diversity: Towards more contemporary research conceptualisations of women's entrepreneurship. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 39, n. 7, p. 609–618, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1177/02662426211020608.

HIPP, L. Do Hiring Practices Penalize Women and Benefit Men for Having Children? Experimental Evidence from Germany. **European Sociological Review**, [*s. l.*], v. 36, n. 2, p. 250–264, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1093/esr/jcz056.

HOFFMANN, A.; MUSCH, J. Prejudice against Women Leaders: Insights from an Indirect Questioning Approach. **Sex Roles**, [*s. l.*], v. 80, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s11199-018-0969-6.

HOPP, C.; MARTIN, J. Does entrepreneurship pay for women and immigrants? A 30 year assessment of the socio-economic impact of entrepreneurial activity in Germany. **Entrepreneurship & Regional Development**, [*s. l.*], v. 29, n. 5-6, p. 517–543, 2017. Disponível em: https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1299224.

HUANG, J.; DIEHL, M.-R.; PATERLINI, S. The Influence of Corporate Elites on Women on Supervisory Boards: Female Directors' Inclusion in Germany. **Journal of Business Ethics**, [*s. l.*], v. 165, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s10551-019-04119-6.

JAMES, I.; XIONG, L.; ANDERSON, A. R. Mobilising Identity; Entrepreneurial Practice of a "Disadvantaged" Identity. **European Management Review**, [*s. l.*], v. 19, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1111/emre.12451.

JONES, P. *et al.* Entrepreneurial identity and context: Current trends and an agenda for future research. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, [*s. l.*], v. 20, n. 1, p. 3–7, 2019.

KACAR, S. O.; ESSERS, C. The interplay between identity construction and opportunity structures: Narratives of Turkish migrant women entrepreneurs in the Netherlands. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 37, n. 7, p. 713–731, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0266242619856809.

KLOOSTERMAN, R. C. Matching opportunities with resources: A framework for analysing (Migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. **Entrepreneurship & Regional Development**, [*s. l.*], v. 22, p. 25–45, 2010. Disponível em: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985620903220488. Acesso em: maio 2022.

LEWIS, P.; RUMENS, N.; SIMPSON, R. Postfeminism, hybrid mumpreneur identities and the reproduction of masculine entrepreneurship. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. 40, n. 1, p. 026624262110137, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1177/02662426211013791.

LIDOLA, M. Civilizing the Other: Beauty, Intimate Labor, and Affective Encounters in Berlin's Brazilian Waxing Studios. **Cadernos Pagu**, [*s. l.*], v. 63, n. 63, p. 1–18, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1590/18094449202100630002.

LIDOLA, M. Negotiating Integration in Berlin's Waxing Studios: Brazilian Migrants' Gendered Appropriation of Urban Consumer Spaces and "Ethnic" Entrepreneurship. **Journal of Contemporary History**, [*s. l.*], v. 49, n. 1, p. 228–251, 2014. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0022009413505664. Acesso em: 20 maio 2020.

MALHEIROS, J.; PADILLA, B. Can stigma become a resource? The mobilisation of aesthetic–corporal capital by female immigrant entrepreneurs from Brazil. **Identities**, [*s. l.*], v. 22, p. 687–705, 2015. Disponível em: http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1070289X.2014.950970. Acesso em: maio 2022.

MÄTZKE, M. Comparative Perspectives on Childcare Expansion in Germany: Explaining the Persistent East–West Divide. **Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice**, [*s. l.*], v. 21, n. 1, p. 47–64, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1080/13876988.2017.1416817.

MUZANENHAMO, P.; CHOWDHURY, R. Epistemic injustice and hegemonic ordeal in management and organization studies: Advancing Black scholarship. **Human Relations**, [*s. l.*], v. 76, n. 1, p. 001872672110148, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1177/00187267211014802.

MUZANENHAMO, P.; CHOWDHURY, R. Epistemic injustice and hegemonic ordeal in management and organization studies: Advancing Black scholarship. **Human Relations**, [*s. l.*], p. 001872672110148, 2021. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00187267211014802. Acesso em: 9 nov. 2021.

NASSIF, V. M. J. *et al.* Influência das Ameaças de Gênero e Comportamento de Superação na Satisfação de Empreendedoras. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, [*s. l.*], v. 12, n. 3, p. 416–437, 2020. Disponível em: https://future.emnuvens.com.br/FSRJ/article/view/540. Acesso em: 24 out. 2021.

NEWBERY, R. *et al.* Entrepreneurial identity formation during the initial entrepreneurial experience: The influence of simulation feedback and existing identity. **Journal of Business Research**, [*s. l.*], v. 85, p. 51–59, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.013.

NGUYEN, C. The Relationship Between White Supremacy and Capitalism: A Socioeconomic Study on Embeddedness in the Market and Society. **SUURJ: Seattle University Undergraduate Research Journal**, [*s. l.*], v. 4, n. 1, 2020. Disponível em: https://scholarworks.seattleu.edu/suurj/vol4/iss1/6/. Acesso em: 30 jan. 2024.

OJONG, N.; SIMBA, A.; DANA, L.-P. Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. **Journal of Business Research**, [*s. l.*], v. 132, n. 132, p. 233–

248, 2021. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296321002708.

PISCITELLI, A. Looking for New Worlds: Brazilian Women as International Migrants. **Signs: Journal of Women in Culture and Society**, [*s. l.*], v. 33, n. 4, p. 784–793, 2008. Disponível em: Acesso em: 24 fev. 2020.

RAIBLE, S.; MIDDLETON, K. W. Entrepreneurial Prototypes: Identity Construction in Entrepreneurship Education. *In*: , 2019, Gothenburg, Sweden. **Proceedings of the ECSB Entrepreneurship Education Conference**. Gothenburg, Sweden: [*s. n.*], 2019. p. 1–19. Disponível em: https://research.chalmers.se/en/publication/514345.

REZENDE, A. F.; PEREIRA, J. J. Kandandu: Black Women's Identity, Racism, and the Street Carnival. **Journal of Contemporary Administration**, [*s. l.*], v. 27, n. 6, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023220341.en. Acesso em: 8 fev. 2024.

RODRIGUES, L. Negra de pele clara: embranquecimento e afirmação da negritude no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, [*s. l.*], v. 30, n. 2, p. 1–13, 2022. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ref/a/nRQkM4Vs7WSVX4TF6tdxhBt/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 9 set. 2022.

SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNHILL, A. **Research Methods for Business Students**. 8. ed. New Delhi: Pearson, 2019-.

SCHMAUS, M.; KRISTEN, C. Foreign Accents in the Early Hiring Process: A Field Experiment on Accent-Related Ethnic Discrimination in Germany. **International Migration Review**, [*s. l.*], v. 56, n. 2, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1177/01979183211042004.

SJÖBERG, O. The Role of Family Policy Institutions in Explaining Gender-Role Attitudes: A Comparative Multilevel Analysis of Thirteen Industrialized Countries. **Journal of European Social Policy**, [*s. l.*], v. 14, n. 2, p. 107–123, 2004. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1177/0958928704042003.

SLUSS, D. M.; ASHFORTH, B. E.; GIBSON, K. R. The search for meaning in (new) work: Task significance and newcomer plasticity. **Journal of Vocational Behavior**, [*s. l.*], v. 81, n. 2, p. 199–208, 2012. Disponível em: Acesso em: 7 jul. 2021.

SOMMER, I. Recognition of foreign qualifications in Germany: Selectivity and power in re-making professionals. **International Migration**, [*s. l.*], v. 59, n. 4, p. 26–41, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1111/imig.12831. Acesso em: 14 jun. 2021.

SOUZA, I. S. I. *et al.* A identidade negra através da estética. **Revista Aú**, [*s. l.*], v. 1, n. 01, 2019. Disponível em: https://publicacoes.degase.rj.gov.br/index.php/revistaau/article/view/25. Acesso em: 31 jan. 2024.

SPIESS, C. K.; WROHLICH, K. The Parental Leave Benefit Reform in Germany: Costs and Labour Market Outcomes of Moving towards the Nordic Model. **Population Research and Policy Review**, [*s. l.*], v. 27, n. 5, p. 575–591, 2008. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s11113-008-9086-5. Acesso em: 11 jul. 2019.

STUMPF, F. *et al.* How National Institutions Shape Skilled Immigrants' Chances of Getting Hired: Evidence from Harmonised Factorial Surveys with Employers in Germany and England. **KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie**, [*s. l.*], v. 72, n. S1, p. 351–373, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s11577-020-00682-3. Acesso em: 5 out. 2020.

VERSHININA, N. Gender, diversity, and entrepreneurship: insights from feminist theories. *In*: LASSALLE, P.; YAMAMURA, S. (org.). **Research Handbook on Entrepreneurship and Diversity**. [*S. l.*]: Edward Elgar Publishing, 2025. p. 31–45. *E-book*. Disponível em: https://doi.org/10.4337/9781803924151.00012. Acesso em: 4 abr. 2026.

WALKENHORST, A.; STURM, C.; WESTARP, N. Female Founding: An Institutional Theory Perspective on the Effect of Gender-Specific Prejudices in Germany. *In*: EUROPEAN CONFERENCE ON INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP, 2021, Reading. **Anais [...]**. Reading: [*s. n.*], 2021. Disponível em: https://www.proquest.com/openview/74ec952f75d0f6f16a26f2f21e912158/1?pq-origsite=gscholar&cbl=396494. Acesso em: 30 jan. 2024.

WELTER, F. Contexts and gender – looking back and thinking forward. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, [*s. l.*], v. ahead-of-print, n. ahead-of-print, p. 27–38, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2019-0082. Acesso em: 20 mar. 2020.

WELTER, F. Entrepreneurship in West and East Germany. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, [*s. l.*], v. 4, n. 2, p. 97, 2007. Disponível em: https://doi.org/10.1504/IJESB.2007.011838. Acesso em: 30 nov. 2019.

WELTER, F. The environment for female entrepreneurship in Germany. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, [*s. l.*], v. 11, n. 2, p. 212–221, 2004. Disponível em: https://doi.org/10.1108/14626000410537155. Acesso em: 21 jul. 2023.

YERÖZ, H. Manifestations of social class and agency in cultural capital development processes: An empirical study of Turkish migrant women entrepreneurs in Sweden. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, [*s. l.*], v. 25, n. 5, p. 900–918, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1108/IJEBR0320180146. Acesso em: 16 jan. 2023.