

# NARRATIVAS DE VIDA E MEMÓRIA EMPREENDEDORA: UM ESTUDO DE CASO COM EMPREENDEDORES LGBTQIA+ EM PORTO ALEGRE (RS)

Caroline Alves <sup>1</sup>

## RESUMO

Este trabalho buscou compreender as motivações que levaram pessoas LGBTQIA+ a empreender na cidade de Porto Alegre (RS), bem como as dificuldades enfrentadas nesse percurso. Realizou-se uma pesquisa qualitativa e exploratória, sendo realizada em duas etapas: revisão bibliográfica e entrevistas em profundidade com sete empreendedores e empreendedoras LGBTQIA+ atuantes em diferentes ramos de negócio na capital gaúcha. Para a análise dos resultados seguiu-se a Análise de Conteúdo Temática. Os resultados mostraram que, enquanto o ingresso e a permanência no mercado de trabalho formal foram marcados por discriminação explícita e velada, essa mesma barreira não se repetiu no momento de empreender, o que levou o negócio próprio a representar, para os entrevistados, um espaço de proteção e pertencimento. Observou-se, ainda, que a necessidade de desempenho redobrado como estratégia de compensação ao estigma, vivenciada no vínculo empregatício, permanece presente no empreendedorismo, mas se reconfigura em função da relação com clientes. O estudo contribui para ampliar a compreensão sobre o empreendedorismo LGBTQIA+, evidenciando a autonomia conquistada pelo negócio próprio como instrumento de resistência e transformação do ambiente de trabalho.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo LGBTQIA+, Mercado de trabalho, Preconceito, Diversidade.

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil registrou a abertura de 1,4 milhões de pequenos negócios no primeiro trimestre de 2025<sup>2</sup>, evidenciando um crescimento de 35% em comparação com o mesmo período de 2024. Estudos recentes na área da Administração acerca de empreendedorismo (Bandeira 2023; Bremm 2024) apontam que as motivações mais citadas que levam as pessoas a iniciarem um negócio são: a busca pela autorrealização; o desejo de independência; a autonomia para tomar decisões; o aumento de renda; a busca de novos desafios, como mudanças de carreira ou reorientações pós-aposentadoria; e, em alguns casos, a ausência de alternativas diante do desemprego (Dornelas, 2018).

No entanto, quando o olhar se direciona para a comunidade LGBTQIA+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Queers, Intersexuais, Assexuais e outros), estudos apontam que o empreendedorismo surge potencialmente como uma resposta

---

<sup>1</sup> Discente do Curso de Administração da Universidade La Salle, e-mail: Caroline.202211271@unilasalle.edu.br. Artigo desenvolvido em caráter de Trabalho de Conclusão de Curso sob orientação do Prof. Dra. Vanessa Amaral Prestes. Data de Entrega: 10 de julho de 2026.

<sup>2</sup> SEBRAE. Primeiro trimestre do ano registra a abertura de mais de 1,4 milhão de pequenos negócios. Agência Sebrae de Notícias, 10 abr. 2025. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/primeiro-trimestre-do-ano-registra-a-abertura-de-mais-de-14-milhao-de-pequenos-negocios/>. Acesso em: abril. 2026.

à dificuldade de adaptação dessa comunidade a um ambiente sócio normativo, predominante no mercado de trabalho, ou seja, aos padrões organizacionais historicamente construídos sem perspectiva de inclusão das minorias (Carlos, 2023). Segundo Menezes, Nascimento e Oliveira (2020, p. 419), “a população LGBTQIA+ vivencia constantes situações preconceituosas e discriminatórias que abrange desde o seu processo de inserção, permanência, até sua demissão e após a demissão do ambiente laboral”. A LGBTfobia, pode ser compreendida como um conjunto de práticas sociais e institucionais, explícitas ou veladas, que marginalizam pessoas LGBTQIA+ no ambiente de trabalho (Coelho; Desidério; Rocha, 2023).

Nesse cenário, o empreendedorismo pode aparecer como uma alternativa para a conquista de autonomia e de um espaço de trabalho mais inclusivo. Estudos qualitativos com empreendedores LGBTQIA+ relatam que 24% dos entrevistados que já empreendem, 19% têm no empreendedorismo a principal atividade, além disso, a criação de negócios próprios são uma resposta ao preconceito enfrentado nas organizações formais, visto que a falta de adaptação às diferenças faz com que gays, lésbicas e, principalmente, pessoas trans optem pelo empreendimento como uma estratégia de sobrevivência frente à sociedade capitalista e heteronormativa (Cavalcanti; Ferreira, 2022; Agência Brasil, 2024).

Além disso, pesquisas demonstram que, dos três espaços sociais onde indivíduos desenvolvem sua vida, familiar, social e profissional, é no profissional que a discriminação com pessoas LGBTQIA+ se torna mais evidente (Bastos; Pinheiro; Lima, 2016). Desde o processo de recrutamento e seleção os indivíduos já são atravessados por preconceitos relativos à sexualidade: quando candidatos são percebidos como homossexuais, podem ser segregados e invisibilizados nas etapas iniciais, comprometendo suas chances de inserção e crescimento. Tal realidade agrava-se quando a pessoa LGBTQIA+ não performatiza o gênero considerado socialmente adequado ao seu sexo, o que intensifica as situações de exclusão por conta da não passabilidade (Souza; Honorato; Beiras 2021).

Apesar do aumento das pesquisas sobre diversidade e inclusão nas organizações (Saraiva, 2019), o tema do empreendedorismo LGBTQIA+ ainda é incipiente no Brasil. Poucos estudos investigam as motivações para empreender, os desafios estruturais e as estratégias de enfrentamento dessa população ao empreender. Em busca realizada nas plataformas Google Scholar e Spell entre os anos de 2015 e 2025, pelas palavras chaves "empreendedorismo" + "diversidade", "LGBTQIA", "LGBT", “transexuais”, “queer”, “gays”, “transgênero”, “gay” encontrou-se apenas dois artigos publicados em língua portuguesa. Estes abordam as formas precárias de inserção no mercado de trabalho e estratégias de sobrevivência de pessoas LGBTQIA+, assim como o empreendedorismo de pessoas transgêneras no Brasil, demonstrando que estas buscam se inserir economicamente através de negócios próprios como alternativa ao acesso econômico negado pelo mercado formal tradicional.

Diante disso, este estudo pretende preencher essa lacuna e se propõe a responder à seguinte questão de pesquisa: quais as motivações que levaram pessoas LGBTQIA+ a empreender na cidade de Porto Alegre (RS) e as dificuldades enfrentadas nesse percurso? **Para responder a pergunta de pesquisa definiu-se como objetivo geral identificar quais as motivações que levaram pessoas LGBTQIA+ a empreender na cidade de Porto Alegre (RS) e as dificuldades enfrentadas nesse percurso.** Como objetivos específicos definiu-se:

- Identificar os principais fatores que motivam pessoas LGBTQIA+ a empreender;
- Compreender os desafios enfrentados por empreendedores LGBTQIA+ no ambiente de trabalho formal;
- Investigar como experiências de discriminação influenciam as trajetórias empreendedoras dessa comunidade.

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa e exploratória, com base em 7 entrevistas semiestruturadas realizadas com empreendedores LGBTQIA+ de diferentes setores em Porto Alegre (RS), no período de Março de 2026 à Junho de 2026. Em pesquisa realizada pelo IBGE, Porto Alegre destaca-se entre às capitais com maior percentual de pessoas autodeclaradas homossexual ou bissexual (5,1%).

Este estudo se justifica pela necessidade de ampliar o debate sobre a inserção da população LGBTQIA+ no ecossistema empreendedor brasileiro, um campo ainda pouco explorado na literatura nacional. Considerando os desafios de empregabilidade e a persistência da discriminação no mercado formal, compreender o empreendedorismo como espaço de resistência e autonomia é essencial para promover políticas de inclusão e fortalecer a diversidade nas práticas de gestão e inovação. Além disso, a pesquisa contribui para o campo da Administração ao integrar as discussões de diversidade e empreendedorismo sob uma perspectiva social e territorial.

Por fim, este artigo divide-se em quatro seções: a primeira apresenta o referencial teórico sobre empreendedorismo, diversidade nas organizações e empreendedorismo LGBTQIA+; a segunda descreve os procedimentos metodológicos da pesquisa; a terceira expõe e analisa os resultados obtidos; e a quarta traz as considerações finais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo no Brasil

O primeiro conceito relevante para este estudo é a definição de empreendedorismo. Segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, criado para oferecer suporte, capacitação e orientação a empreendedores e pequenos negócios, o “empreendedorismo é a capacidade de identificar problemas e oportunidades e desenvolver soluções, envolvendo a aplicação de tempo, esforço e recursos financeiros” (SEBRAE, 2023). Esse processo implica diferentes tipos de riscos, como financeiros, psicológicos e sociais, por parte do indivíduo, que busca, por meio da atividade empreendedora, alcançar não apenas retornos econômicos, mas também realização pessoal e satisfação profissional (Da Silva, 2026). De forma complementar, Dolabela (2008) apresenta uma visão humanista, considerando o empreendedorismo como o ato de transformar sonhos em realidade, agregando valor tanto para o indivíduo quanto para a sociedade.

O termo empreendedorismo deriva da palavra francesa *entrepreneur*, que significa “aquele que assume riscos”. Historicamente, o conceito surgiu no século XVIII com o economista Richard Cantillon, que utilizava o termo para descrever indivíduos capazes de assumir riscos e criar novos negócios, especialmente em períodos de transformação econômica e social (Vale, 2014; Costa, 2011). Ao longo

do tempo, essa definição ampliou-se, abrangendo não apenas a criação de empresas, mas também a inovação e a capacidade de gerar valor social (Costa, 2011).

A partir da década de 1990, a cultura empreendedora ganhou mais força no país, impulsionada pelo contexto pós-ditadura, pela entrada de empresas estrangeiras e pelo aumento da concorrência (Deus, 2024). Já entre os anos 2000 e 2010, observa-se uma mudança nesse cenário, com a redução da informalidade e a ampliação do acesso a direitos trabalhistas, resultado de um período de estabilidade econômica e da implementação de políticas públicas voltadas à formalização de pequenos negócios, além do incentivo ao acesso à previdência social (INSS), especialmente entre trabalhadores autônomos. No entanto, a partir de 2015, com a crise econômica e, posteriormente, com a pandemia de COVID-19, parte desses avanços foi comprometida e a informalidade ainda é uma característica marcante do mercado de trabalho (Ansiliero, 2024; Da Silva, 2026).

Nesse contexto, destaca-se a criação do Microempreendedor Individual (MEI), como uma das principais políticas públicas voltadas à formalização no Brasil. Inserido no regime tributário do Simples Nacional, o MEI foi desenvolvido com o objetivo de facilitar a regularização de pequenos negócios, promover a inclusão previdenciária de trabalhadores autônomos e ampliar a inclusão social (Ansiliero, 2024).

O crescimento de registros de MEI ocorreu de forma acelerada ao longo das últimas décadas, passando de aproximadamente 47 mil registros em seu primeiro ano para mais de 13 milhões em 2021. No entanto, é importante destacar que esse crescimento não está associado exclusivamente à criação de novos empreendimentos, mas também ao processo de formalização de atividades já existentes. Dessa forma, parte significativa da expansão do número de empreendedores no país pode ser compreendida como resultado da inclusão desses trabalhadores no sistema formal, e não apenas como o surgimento de novos negócios (Ansiliero, 2024).

No contexto brasileiro contemporâneo, observa-se o crescimento expressivo da atividade empreendedora. De acordo com o SEBRAE (2024), dois em cada cinco brasileiros entre 18 e 64 anos possuem um negócio próprio ou estão envolvidos na criação de um, representando um aumento de aproximadamente 50% em relação a períodos anteriores. Esse cenário coloca o Brasil como um dos países com maior número de empreendedores do mundo, com predomínio das micro e pequenas empresas.

Contudo, importa ressaltar que o efeito do empreendedorismo varia de acordo com a realidade econômica de cada país. Segundo Barros e Pereira (2008, p. 980) “o empreendedorismo por necessidade é maior nos países menos desenvolvidos em comparação com os países desenvolvidos. Consequentemente, o impacto da atividade empreendedora sobre o desempenho econômico pode ser diferente e dependente do estágio de desenvolvimento do país”. Em contextos socioeconômicos desiguais, como o brasileiro, o empreendedorismo motivado pela falta de emprego ou renda, tende a ter menor impacto sobre o crescimento econômico. Por outro lado, em países onde a economia é mais consolidada e com maior acesso a recursos o empreender é impulsionado por inovação e oportunidade, e observa-se uma relação positiva com o desenvolvimento (Barros; Pereira, 2008).

As razões que levam uma pessoa a empreender podem variar entre as circunstâncias pessoais e as oportunidades disponíveis no ambiente em que se inserem. Segundo Dornelas (2021), existem dois perfis de empreendedores: os que empreendem por oportunidade e os que empreendem por necessidade.

Os empreendedores por oportunidade são aqueles que identificam no mercado uma possibilidade de crescimento, inovação ou lucro e decidem agir de forma proativa para aproveitá-la. Esse grupo pode ser motivado pela paixão empreendedora, uma força emocional que motiva o empreendedor a agir, persistir e inovar ou também pela busca de autonomia, realização pessoal e desenvolvimento profissional (Silva, 2020; Dornelas, 2021; Silva, 2023). Em geral, possuem maior planejamento, capacidade de investimento e uma visão estratégica sobre o negócio, sendo impulsionados por fatores positivos, como o desejo de independência e a identificação de um nicho promissor. (Dornelas, 2021)

Por outro lado, os empreendedores por necessidade surgem em contextos de vulnerabilidade social, econômica ou profissional. Esse tipo de empreendedorismo é movido pela ausência de alternativas de trabalho formal, pela busca de renda e sobrevivência diante de situações adversas, como experiências de humilhação e desvalorização no ambiente de trabalho ou a exclusão no mercado de trabalho (Da Silva, 2026; Dornelas, 2021). Nesse caso, o ato de empreender não está ligado ao desejo de inovação, mas à necessidade de garantir sustento e autonomia diante da falta de oportunidades.

Essa distinção é essencial para compreender o cenário do empreendedorismo no Brasil, país em que a cada dois negócios abertos, pelo menos um foi pela necessidade de empreender (SEBRAE, 2023). Nesse contexto, dentro da população LGBTQIA+, diferentes grupos enfrentam desafios específicos no mercado de trabalho. Observa-se que o empreendedorismo LGBTQIA+ não se configura apenas como uma iniciativa baseada na identificação de oportunidades de mercado, mas emerge, como uma resposta à exclusão estrutural vivenciada por essa população. Assim, estudos apontam para uma estratégia de sobrevivência, voltada à geração de renda, mas também à conquista de autonomia e à reivindicação de direitos, configurando-se, como uma forma de resistência frente às ações preconceituosas em relação a esses indivíduos nas organizações (De Souza, 2021; Marlow 2018). A partir dessa perspectiva, torna-se possível compreender como o empreendedorismo também pode se manifestar como uma resposta às desigualdades estruturais e às limitações de acesso a oportunidades, tema que se torna ainda mais evidente quando analisado sob o olhar da comunidade LGBTQIA+.

Diante disso, compreender o empreendedorismo em suas dimensões históricas e conceituais permite reconhecer que essa prática não é uniforme, mas atravessada por diferentes contextos e realidades. Importa ressaltar que a interseccionalidade importa, e marcadores como raça, classe, geração também influenciam o modo como as pessoas vivenciam o empreendedorismo. Neste estudo, no entanto, o foco recai sobre como gênero e orientação sexual influenciam as motivações, oportunidades e desafios de quem empreende. Para a compreensão de como se dá essa dinâmica no cenário do empreendedorismo, é necessário revisar conceitos acerca de diversidade e inclusão nas organizações.

## **2.2 Diversidade e Inclusão nas Organizações**

A compreensão da diversidade e da inclusão no contexto organizacional parte de conceitos complementares e interdependentes. No que se refere à diversidade, Fleury (2000) foi uma das precursoras nos estudos da área e a define como a convivência de pessoas com identidades distintas que interagem em um mesmo sistema social, no qual coexistem grupos majoritários e minoritários, uma convivência que pode se manifestar de diversas formas, influenciada por fatores sociais, culturais

e históricos. Ampliando essa perspectiva, Nkomo; Cox Jr A (*apud* Alves e Galeão-Silva) ressalta:

A diversidade inclui todos, não é algo que seja definido por raça ou gênero. Estende-se à idade, história pessoal e corporativa, formação educacional, função e personalidade. Inclui estilo de vida, preferência sexual, origem geográfica, tempo de serviço na organização, status de privilégio ou de não privilégio e administração ou não administração.

Torres e Pérez-Nebra (2004) entendem que os indivíduos tendem a se identificar e se classificar em categorias sociais a partir de fatores variados, sendo que algumas dessas categorias tornam-se mais evidentes em determinados contextos. Além disso, o contato com grupos distintos é fundamental para o processo de identificação social: ao reconhecer seu pertencimento a um grupo, o indivíduo passa a assumir não apenas os aspectos positivos desse grupo, mas também seus desafios, sofrimentos e estigmas.

A inclusão, que pode ser compreendida como um passo além da inserção da diversidade nas organizações, segundo Torres (2004), refere-se à forma como os membros de diferentes grupos são tratados dentro das organizações. Significa que indivíduos pertencentes a todos os grupos sejam tratados de maneira justa, sintam-se pertencentes ao ambiente organizacional, possuam igualdade de oportunidades e estejam representados em diferentes funções e níveis hierárquicos. É nesse ponto que reside a distinção essencial: a diversidade, por si só, não é suficiente. A maneira como a organização lida com ela é determinante para que se torne um benefício ou um fator prejudicial (Saraiva; Irigaray, 2009).

Nesse sentido, a gestão da diversidade surge como uma abordagem estratégica diferenciada. Alves e Galeão-Silva (2004) argumenta que ela pode ser defendida por dois ângulos: o primeiro, por ser mais justa do que a ação afirmativa imposta por lei, que pode ser percebida como favorecimento a grupos historicamente discriminados, uma vez que a gestão da diversidade se baseia em programas internos fundamentados na meritocracia; o segundo, por gerar ganhos concretos ao desempenho organizacional. Ao criar ambientes multiculturais, as organizações reúnem pessoas com experiências e habilidades distintas, ampliando o repertório de ideias e perspectivas e gerando vantagem competitiva em relação às demais.

Contudo, essa perspectiva não está isenta de críticas. O Brasil apresenta profundas desigualdades sociais, nas quais grupos historicamente marginalizados ainda encontram dificuldades de exercer plenamente sua cidadania. Embora existam políticas públicas voltadas à inclusão, sua eficácia é questionada, pois não resolvem completamente o problema (Alves e Galeão-Silva, 2004). Diante desse cenário, a gestão da diversidade nas empresas é frequentemente apresentada como uma alternativa promissora de inclusão social. No entanto, levantam-se questionamentos sobre sua real capacidade de combater a exclusão, já que pode funcionar como uma estratégia ideológica que mascara conflitos sociais e preconceitos estruturais (Alves e Galeão-Silva, 2003).

Essa tensão se manifesta quando se observa a realidade das relações dentro das organizações. Indivíduos que não se enquadram nos padrões estabelecidos pelos grupos majoritários definidos como aqueles que historicamente detêm maiores vantagens em relação a recursos econômicos e poder, enfrentam desafios relacionados à convivência, à aceitação e à ascensão profissional (Siqueira, 2006). De acordo com o mesmo autor, gays e lésbicas figuram entre os grupos que mais sofrem preconceito no ambiente de trabalho, realidade associada ao heterossexismo

e à homofobia ainda predominantes nas normas sociais vigentes, o que leva muitos indivíduos a optarem por não revelar sua identidade sexual por receio de prejuízos profissionais. A pessoa homossexual frequentemente carrega estereótipos socialmente construídos e uma carga de preconceito que contribuem para sua marginalização, tanto no ambiente organizacional quanto fora dele.

Para compreender essas dinâmicas, recorre-se ao conceito de estigma proposto por Goffman (1988). Para o autor, o estigma é uma característica que a sociedade considera negativa ou fora do padrão, fazendo com que a pessoa que a possui seja vista como menos válida do que as demais, mesmo quando essa característica não tem relação alguma com sua capacidade ou competência. Goffman (1988) distingue duas condições possíveis para quem carrega um estigma: a de desacreditado, quando essa característica já é conhecida ou visível para os outros, e a de desacreditável, quando ela ainda não foi percebida, mas existe o receio constante de que venha a ser descoberta.

Diante dessa condição, Goffman (1988) descreve diferentes formas como o indivíduo estigmatizado costuma reagir socialmente. Uma delas, que o autor chama de resposta indireta, ocorre quando a pessoa não busca alterar aquilo que a diferencia, mas passa a se dedicar de forma redobrada a alguma área de sua vida, buscando um desempenho acima do esperado, como forma de mostrar que, apesar do estigma, ela é tão capaz quanto qualquer outra pessoa. Essa estratégia ajuda a entender por que, muitas vezes, o mérito não é percebido pelo próprio sujeito estigmatizado como algo suficiente, levando-o a buscar uma comprovação constante de sua competência que pessoas não estigmatizadas não precisam demonstrar.

Esse achado também é identificado empiricamente por Drummond e Versiani (2022), em pesquisa com profissionais homossexuais no mercado de trabalho formal, na qual um dos entrevistados relata a percepção de que precisa "provar muito mais o seu valor" profissional do que um colega heterossexual para alcançar as mesmas oportunidades. Esse resultado reforça que a exigência de desempenho superior como estratégia de legitimação é um padrão entre profissionais LGBTQIA+ no mercado de trabalho formal.

Quando as organizações, por outro lado, oferecem espaço para que mulheres, pessoas negras, indígenas, homossexuais e pessoas com deficiência expressem suas percepções sobre o trabalho, a forma de estruturar processos, alcançar metas, comunicar ideias e exercer a liderança ampliam-se as possibilidades de crescimento e melhoria organizacional (Torres; Pérez-Nebra, 2004). Nesse sentido, a diversidade cultural, quando acompanhada de práticas efetivas de inclusão e de uma liderança preparada, converte-se em potencial transformador; quando não, pode resultar em conflitos interpessoais e dificuldades de comunicação no ambiente organizacional.

### **2.2.1 Carreira, Mercado de Trabalho e Diversidade**

Carreira e gênero são temáticas que se conectam naturalmente, uma vez que o mundo do trabalho, a educação e a política historicamente direcionaram oportunidades com base em questões de gênero. As esferas que organizam a vida social, o mercado de trabalho, o sistema de ensino e a política, são todas sexualmente segmentadas, envolvendo diretamente o campo das trajetórias pessoais e profissionais (Fraga; Gemelli; Rocha-de-Oliveira, 2019). Nesse sentido, as oportunidades de carreira de uma pessoa não são neutras: elas são atravessadas por marcadores sociais de diferença como gênero, sexualidade, raça, classe social e etnia, que delimitam e direcionam as possibilidades reais de cada indivíduo.

Cabe destacar, no entanto, que o tema do gênero é frequentemente tratado de forma reduzida na literatura, sendo abordado quase exclusivamente como uma questão relacionada às dificuldades enfrentadas pelas mulheres para ocupar cargos de liderança. Essa abordagem ignora a abrangência que o conceito carrega, deixando de lado discussões sobre identidade de gênero, sexualidade, masculinidades e feminilidades (Fraga; Gemelli; Rocha-de-Oliveira, 2019). Como aponta Joan Scott apud Fraga; Gemelli; Rocha-de-Oliveira, 2019:

(1) o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos e (2) o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder” (Scott, 1995, p. 96). De tal modo, gênero envolve quatro elementos principais: símbolos culturais; interpretações dos significados de tais símbolos – que virão a traduzir-se em regras normativas nos espaços sociais; sistemas de parentesco – que também envolvem o sistema político e econômico; e a identidade subjetiva, criada com a perspectiva psicanalítica.

Para compreender como o gênero atravessa as trajetórias profissionais, é necessário, primeiro, entender o próprio conceito de carreira. Na literatura, destacam-se três teorias contemporâneas de grande influência. A primeira, desenvolvida por Hall (1976), é a carreira proteana, na qual a trajetória é guiada pelos valores e objetivos do próprio indivíduo, e não pela organização. A segunda, proposta por Arthur (1994), é a chamada carreira sem fronteiras, segundo a qual o profissional não fica preso a uma única organização, mas constrói sua trajetória de forma mais fluida e independente, transitando entre empresas e contextos. Por fim, Sullivan e Mainiero (2008) propõem a carreira caleidoscópica, voltada especialmente para a carreira das mulheres, buscando equilibrar três parâmetros centrais: autenticidade, equilíbrio e desafio. Essa última teoria representa um esforço de incluir as questões femininas na discussão, reconhecendo que as mulheres precisam conciliar diferentes demandas ao longo de suas trajetórias profissionais e pessoais.

Contudo, Fraga, Gemelli e Rocha-de-Oliveira (2019) elaboram uma crítica importante a essas abordagens. Para os autores, essas teorias colocam o indivíduo como herói da própria trajetória profissional, como se qualquer pessoa pudesse construir a carreira que almeja simplesmente se esforçando para isso, desconsiderando o fator desigualdade. Além disso, mesmo a teoria caleidoscópica, que tenta incorporar a perspectiva das mulheres, permanece centrada na comparação entre homens e mulheres e na adaptação aos diferentes papéis socialmente atribuídos, sem aprofundar questões mais amplas sobre gênero, identidade e sexualidade. Ou seja, as teorias são omissas quanto à diversidade de experiências que marcam as trajetórias profissionais de diferentes grupos sociais.

Diante dessas limitações, os autores propõem uma compreensão de carreira que vai além da perspectiva individual e meritocrática. Para eles, a carreira é, ao mesmo tempo, uma trajetória individual e coletiva, objetiva e subjetiva, profundamente influenciada pelo contexto social, histórico e cultural. Em suas palavras, “carreira é, ao mesmo tempo, uma trajetória retrospectiva e projetada, dinâmica e mutável, de um indivíduo ou coletividade, revelando negociações entre objetividades e subjetividades” (Luca; Rocha-de-Oliveira; Chiesa, apud Fraga; Gemelli; Rocha-de-Oliveira, 2019). Essa definição reconhece que as escolhas profissionais não são feitas por acaso, mas a partir de um campo de possibilidades moldado por condições sociais que precedem e condicionam o indivíduo.

Essa perspectiva torna-se ainda mais evidente quando se observa carreiras com forte marcação de gênero como a engenharia, as forças armadas ou outros



campos historicamente masculinos. Nessas áreas, existe um modelo ideal de profissional que carrega características e atitudes socialmente construídas como pertencentes aos homens, o que implicitamente restringe o acesso e a permanência de quem não corresponde ao padrão esperado (Fraga; Gemelli; Rocha-de-Oliveira, 2019). Como consequência, a sobrevivência e o avanço nessas carreiras dependem não apenas de competência técnica, mas da capacidade de adequação a normas implícitas que refletem relações de poder historicamente constituídas.

Esse fenômeno se vincula diretamente com a estrutura do mercado de trabalho. Rocha-de-Oliveira e Piccinini (2011) demonstram que o mercado não constitui um espaço neutro ou igualitário, mas sim um campo segmentado no qual existem barreiras estruturais de acesso que operam a partir de características demográficas, como faixa etária, gênero e etnia, além de normas institucionais estabelecidas implícita ou explicitamente. Trabalhadores pertencentes a grupos historicamente marginalizados são sistematicamente direcionados para segmentos periféricos, caracterizados por menor remuneração, maior instabilidade e menores possibilidades de ascensão. Essa segmentação não resulta de diferenças individuais de capacidade ou esforço, mas de relações de poder naturalizadas pelo conceito de *habitus*, desenvolvido por Pierre Bourdieu apud Rocha-de-Oliveira e Piccinini 2011, segundo o qual o indivíduo é resultado das experiências e estruturas sociais vivenciadas ao longo da vida, sendo influenciado pela cultura e pelo contexto em que está inserido.

O agente social, na medida em que é dotado de um *habitus*, é um individual coletivo ou um coletivo individuado por obra da incorporação das estruturas objetivas. O individual, o subjetivo é social, coletivo. O *habitus* é a subjetividade socializada, transcendental histórico cujos esquemas de percepção e de apreciação (os sistemas de preferência, os gostos) são o produto da história coletiva e individual. A razão é limitada, não só como crê Herbert Simon, porque o espírito humano é genericamente limitado (o que não é uma descoberta), mas porque é socialmente estruturado, determinado e, por isso, limitado (Bourdieu, 2001:262)

Esse cenário de exclusão é reforçado pela própria dinâmica de funcionamento do mercado de trabalho. Rocha-de-Oliveira e Piccinini (2011), apoiando-se nos estudos de Granovetter (1995), demonstram que a maioria das vagas de emprego cerca de 56%, é preenchida de forma informal, por meio de indicações de amigos, colegas ou familiares, e não por processos seletivos abertos. A divulgação dessas oportunidades costuma ficar restrita a redes de relacionamento baseadas em laços de confiança, o que significa que o acesso às melhores posições depende menos da qualificação individual e mais de quem o candidato conhece. Em um mercado historicamente ocupado por perfis homogêneos nos cargos de liderança, esse mecanismo tende a reproduzir e perpetuar o mesmo padrão, criando uma barreira estrutural invisível que dificulta a inserção de grupos historicamente excluídos, entre eles, a população LGBTQIA+.

No que diz respeito especificamente à população LGBTQIA+, essas desigualdades estruturais ganham contornos ainda mais complexos. Fraga *et al.* (2019), em pesquisa qualitativa com casais homossexuais, evidenciaram que a orientação sexual representa uma camada adicional de condicionamento das trajetórias de carreira. Os relatos dos participantes revelam que o ambiente de trabalho influencia ativamente a liberdade para assumir ou não a orientação sexual, e que esse processo de gestão da identidade no espaço profissional representa um elemento de dilema e conflito que pessoas heterossexuais simplesmente não

precisam enfrentar. A decisão de se assumir no trabalho é descrita como gradual, receosa e dependente do clima organizacional e das relações interpessoais estabelecidas, o que interfere diretamente nas possibilidades de construção e desenvolvimento da carreira.

Nesse sentido, o olhar interseccional torna-se indispensável para compreender a experiência de pessoas LGBTQIA+ no mercado de trabalho. Como demonstra Fraga (2019) em sua pesquisa com casais homossexuais, a orientação sexual não opera de forma isolada no condicionamento das trajetórias profissionais, mas em combinação com outros marcadores sociais como raça, classe e gênero, produzindo experiências distintas de exclusão. Nesse contexto, o empreendedorismo para pessoas LGBTQIA+ emerge como resposta às barreiras estruturais do mercado de trabalho formal, funcionando simultaneamente como estratégia de resistência contra a discriminação e de conquista de autonomia profissional.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A metodologia utilizada para o presente estudo é de natureza qualitativa e exploratória consistiu em duas etapas: a revisão de pesquisa bibliográfica e a coleta de dados por meio de entrevistas em profundidade com empreendedores(as) LGBTQIA+ na cidade de Porto Alegre - RS.

Acerca da primeira etapa, foram pesquisados estudos nacionais e internacionais que abordam a relação entre diversidade, mercado de trabalho e empreendedorismo no contexto da comunidade LGBTQIA+. Para a busca, foram selecionadas duas bases de dados amplamente utilizadas no campo da Administração: Google Scholar e SPELL. Essa etapa serviu como aproximação inicial ao tema, possibilitando a construção de um panorama sobre a produção acadêmica relacionada ao empreendedorismo LGBTQIA+, bem como a identificação de lacunas na literatura nacional, o que auxiliou para definição do tema da pesquisa.

Na segunda etapa foi conduzida uma entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, adequada tanto para explorar aspectos íntimos e subjetivos do entrevistado quanto para descrever processos complexos vivenciados por ele. Assemelha-se à entrevista jornalística, já que ambas buscam obter informações pessoais por meio de uma conversa orientada e por um interesse explícito do pesquisador em compreender o que o entrevistado tem a compartilhar sobre o tema (Duarte, 2005). Nesta etapa, buscou-se a partir de um contato inicial de uma das autoras, empreendedores ou empreendedoras LGBTQIA+ em negócios de ramos diversificados na cidade de Porto Alegre. Para ampliar o grupo de pessoas entrevistadas, adotou-se a técnica bola de neve, que consiste em um método de amostragem não probabilística fundamentado em cadeias de referência. Nesta abordagem, a partir de informantes-chave iniciais, solicita-se que indiquem novos contatos com as características desejadas dentro de suas redes pessoais, permitindo expandir progressivamente o quadro de amostragem (Vinuto 2014).

Esta técnica mostrou-se apropriada para este estudo, uma vez que permite acessar grupos de difícil localização e estudar questões sensíveis que demandam a confiança de pessoas pertencentes ao grupo pesquisado. Além disso, o método empresta credibilidade ao pesquisador, já que os participantes são indicados por conhecidos, facilitando a aceitação e abertura para participação na pesquisa (Vinuto 2014).

As entrevistas foram conduzidas com o apoio de um roteiro semiestruturado, disponível no Anexo A, composto por perguntas abertas e fechadas, organizadas em

cinco blocos temáticos: Dados gerais; História de vida; Caminho até o empreendedorismo; O negócio e a rotina empreendedora; e Vivência como empreendedor(a) LGBTQIA+. Essa estrutura permitiu que os participantes tivessem liberdade para se expressar, narrar suas vivências e manifestar sentimentos sobre o tema sem ficarem restritos, possibilitando que os entrevistados construíssem seus próprios sentidos sobre a trajetória empreendedora, sem que o pesquisador impusesse categorias prévias de interpretação (Minayo, 2010).

Além das perguntas, foi solicitado previamente a cada participante que trouxesse uma fotografia representativa de um momento marcante de sua trajetória empreendedora. Esse recurso apoia-se na perspectiva de Loizos (2002), para quem a fotografia pode servir como um desencadeador para recordar memórias que uma entrevista não conseguiria. Segundo o autor, as imagens fazem reviver memórias submersas, podendo ajudar nas entrevistas, libertando memórias e criando um trabalho de construção partilhada, em que pesquisador e entrevistado falam juntos de maneira mais descontraída (Loizos, 2002, p. 143). A partir das fotografias apresentadas pelos participantes, foi elaborada uma breve descrição de cada imagem e do significado atribuído a ela pelo próprio entrevistado durante a entrevista, disponibilizada no Anexo B.

As entrevistas foram realizadas individualmente, de forma presencial ou por meio da plataforma Google Meet, conforme a preferência e disponibilidade de cada participante, com duração média entre uma hora e trinta minutos e três horas. Todos os encontros foram gravados com o consentimento dos entrevistados e posteriormente transcritos na íntegra para fins de análise. Previamente à realização de cada entrevista, foi apresentado e assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido no Anexo C, instrumento que assegura o anonimato dos participantes, esclarece os objetivos da pesquisa e autoriza o uso das informações coletadas exclusivamente para fins acadêmicos.

Como forma de preservar a identidade dos participantes, optou-se pela não divulgação de seus nomes nem das empresas às quais estão vinculados. Para fins de identificação ao longo da análise, ao final de cada entrevista foi solicitado que cada participante indicasse o nome de uma pessoa que o inspira em sua trajetória empreendedora, podendo ser alguém do seu convívio pessoal ou uma referência pública de sua admiração. Os pseudônimos utilizados neste estudo correspondem, portanto, a nomes escolhidos pelos próprios participantes, carregando em si um significado subjetivo relacionado à sua história empreendedora. Os participantes da pesquisa estão caracterizados no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 - Caracterização dos participantes da pesquisa.

| Nome fictício | Idade atual | Área de Formação          | Ramo do Empreendimento                                         | Tempo de experiência como empreendedor(a) |
|---------------|-------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Eloi          | 29          | Ed. Física                | Corretora de Seguros                                           | 6 anos                                    |
| Taita         | 49          | Administração de Empresas | Alimentação e lazer                                            | 8 anos                                    |
| Erika         | 55          | Serviço Social            | Hub de soluções digitais focado no empreendedorismo LGBTQIAPN+ | 8 anos                                    |

|               |    |                                 |                                  |         |
|---------------|----|---------------------------------|----------------------------------|---------|
| Rebeca        | 34 | Fisioterapeuta                  | Clínica de reabilitação infantil | 5 anos  |
| Dirce         | 32 | Terapia ocupacional             | Clínica de reabilitação infantil | 5 anos  |
| Caio Fernando | 43 | Comunicação Social (Jornalismo) | Confeitaria e Fábrica de Doces   | 13 anos |
| Thiago        | 39 | Gestão Comercial                | Serviços estéticos               | 1 ano   |

Fonte: autoria própria (2026).

Para a análise dos dados, adotou-se a análise de conteúdo temática, conforme proposta por Minayo (2019), técnica amplamente utilizada em pesquisas qualitativas por permitir ir além da descrição superficial dos conteúdos manifestos, permitindo ter uma interpretação mais profunda dos significados presentes nas falas dos participantes.

O processo analítico foi organizado em três etapas. Primeiro, realizou-se uma leitura atenta das transcrições; posteriormente a exploração do material com identificação e agrupamento dos trechos significativos; e, por último, a síntese interpretativa, articulando os achados ao referencial teórico e aos objetivos da pesquisa (Minayo, 2019).

As categorias temáticas não foram definidas previamente, mas emergiram conforme foram realizadas as entrevistas, preservando a escuta dos dados antes de qualquer classificação. A partir desse processo, foram selecionadas quatro categorias temáticas, sendo elas: (i) construção da identidade LGBTQIA+ e trajetória de vida; (ii) A inserção e os desafios no mercado de trabalho como pessoa LBTQIA+; (iii) motivações para empreender; e (iv) vivências e estratégias no empreendedorismo LGBTQIA+, apresentadas e discutidas a seguir.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1 Construção da identidade LGBTQIA+ e trajetória de vida

As narrativas dos entrevistados mostram que a construção da identidade LGBTQIA+ pode ser identificada desde os primeiros anos de vida, ainda que nem sempre compreendida ou nomeada. Em diferentes contextos familiares, os participantes relataram perceber sentimentos, comportamentos ou características que os diferenciavam dos padrões socialmente esperados, especialmente em relação às normas de gênero e sexualidade.

Por exemplo, para Caio Fernando, essa percepção ocorreu ainda na infância, quando passou a ser visto pelos colegas como um menino “diferente” devido aos seus trejeitos considerados mais delicados. Antes mesmo de compreender sua orientação sexual, o entrevistado já vivenciava situações de deboche e exclusão social, demonstrando que a construção da identidade LGBTQIA+ não inicia necessariamente a partir do entendimento sobre a própria sexualidade, mas também pelas formas como a sociedade interpreta e reage aos comportamentos que fogem dos padrões tradicionais de masculinidade.

Eu era uma criança um pouco diferente do padrão. Então, eu tinha trejeitos mais delicados. Eu era um menino mais delicado, comecei a perceber que

tinha alguma coisa diferente em mim, no sentido de pessoas que me olhavam diferente, começou a acontecer situações de deboche, um pouco de exclusão. Então, os meninos não queriam mais participar de atividades comigo (Caio Fernando).

Um processo semelhante de reconhecimento tardio de sentimentos que já existiam desde a infância aparece nos relatos de Eloi, Taita e Dirce. Para Eloi, essa descoberta foi um processo complicado, chegando a pensar que "seria muito mais fácil gostar de homem". Foi somente na juventude, que a entrevistada encontrou um espaço que lhe permitiu entender aquilo que, em suas palavras, "sempre soube quando criança, mas não entendia". Já Taita afirma "Eu já sabia que gostava de meninos desde muito cedo, mas não se falava sobre isso", mas cresceu em um ambiente de forte pressão religiosa e conservadora, onde "tudo era explicado entre o bem e o mal, pecado e salvação". Nesse caso, a pressão não ficou só no campo religioso o entrevistado também sofreu violência física e emocional dentro de casa "minha mãe era muito violenta [...] eu precisei sair de casa" como forma de sobrevivência, o que mais tarde teve impactos em sua trajetória profissional. Já Dirce relata que, embora desconfiasse desde a adolescência que pudesse se relacionar com meninas, foi apenas na vida adulta que teve essa confirmação. Ao compartilhar essa descoberta com os pais, não encontrou aceitação e junto com uma preocupação relacionada à forma como seria vista pela sociedade, reação essa, segundo a entrevistada, permanece presente até hoje: "É difícil, acho que até hoje nenhum dos dois lida 100% bem, eles tentam".

Já as experiências de Erika e Thiago apontam para um processo de descoberta marcado pelo sofrimento. Erika ao relatar que também entendeu que sentia atração por meninas na adolescência, em um período em que pouco se falava sobre homossexualidade, a entrevistada descreve sentimentos de inadequação e confusão. Durante a entrevista suas falas mostram como a falta de referências positivas e a presença de discursos preconceituosos podem levar indivíduos LGBTQIA+ a interpretarem sua sexualidade como algo errado durante o período da infância e adolescência, relato que é reproduzido também nas falas de Thiago que recebia "comentários bem homofóbicos" de familiares. De forma semelhante Rebeca também vivenciaram esse processo de descoberta em um contexto de poucas referências sobre relacionamentos entre mulheres, relatando que percebeu interesse por colegas ainda na juventude, mas não compreendia plenamente esses sentimentos, pois não conhecia outras possibilidades de vivenciar a orientação sexual. Fatos esses, que reverberam na vida adulta e, inevitavelmente, nas experiências no mercado de trabalho.

Eu, com 14 anos, me descobri gostando de menina. E sofri muito nessa parte, não se falava muito de homossexualidade. Falavam, mas muitos tabus e preconceitos. Então, foi uma época bem difícil para mim. Porque eu achava que eu era louca, que eu estava doente. Como é que eu não gostava de menino e olhava para as meninas. E isso me causou muito sofrimento. Muito, muito sofrimento mesmo (Erika).

Eu ia dormir todo dia chorando e rezando para Deus para eu acordar diferente. Foi bem pesado. E aí, os comentários que eu ouvia dentro da família, eram comentários bem homofóbicos, em que eu sabia que ali não seria um espaço seguro para eu ser quem eu era (Thiago).

Namorei homens na adolescência [...] mas sempre com um talvez ali [...] lembro de ser mais nova, as colegas da escola chamarem atenção, mas eu não entendia o que era aquilo (Rebeca).

Os relatos apresentados de Caio Fernando, Eloí, Taita, Dirce, Erika, Rebeca e Thiago reforçam o discurso de Siqueira (2006), ao evidenciarem que pessoas homossexuais ainda são alvo de estereótipos e preconceitos que contribuem para situações de exclusão, tanto no ambiente de trabalho quanto em outros contextos sociais. Além disso, aproximam-se da discussão de Souza, Honorato e Beiras (2021), ao demonstrar que essas experiências podem ser ainda mais intensas quando a expressão de gênero foge dos padrões socialmente esperados, aumentando as situações de preconceito e exclusão.

Outro aspecto que aparece nas narrativas é o processo de aceitação da própria identidade. No relato de Caio Fernando, contar com acompanhamento psicológico foi uma oportunidade importante para que ele pudesse compreender sua sexualidade de forma mais acolhedora. Durante muitos anos, o entrevistado acreditou que precisava compensar sua orientação sexual por meio do esforço para alcançar sucesso profissional e do reconhecimento no trabalho.

Então, ali com 29 anos, na terapia, que o assunto começou a ser abordado de um jeito humano. Tu não precisa compensar o fato da tua sexualidade sendo um profissional ultra, hiper, mega conceituado (Caio Fernando).

O relato de Caio Fernando se conecta com a discussão de Fraga, Gemelli e Rocha-de-Oliveira (2019), ao demonstrar que a trajetória profissional de pessoas LGBTQIA+ não depende apenas da competência técnica, mas também das experiências de exclusão acumuladas ao longo da vida. Esse comportamento ilustra, ainda, o que Goffman (1988) descreve como resposta indireta ao estigma: diante da desvalorização social atribuída à sua orientação sexual, o entrevistado buscou um desempenho profissional excepcional como forma de compensação, acreditando que precisava ser "ultra, hiper, mega conceituado" para obter reconhecimento equivalente ao de um profissional heterossexual. As situações de deboche vividas na infância, somadas aos discursos conservadores que associam a sexualidade a algo inadequado, presente na trajetória de Caio Fernando, parecem ter contribuído para a construção da crença de que o reconhecimento precisaria ser conquistado por meio de um desempenho superior. Essa dinâmica aproxima-se, também, do conceito de *habitus* de Bourdieu (apud Rocha-de-Oliveira; Piccinini, 2011), segundo o qual o indivíduo é influenciado pelas experiências e estruturas sociais vivenciadas ao longo da vida.

De modo geral, as narrativas mostram que a construção da identidade LGBTQIA+ foi marcada por diferentes desafios ao longo da vida dos entrevistados. Os relatos evidenciam experiências relacionadas ao preconceito, à exclusão e à dificuldade de compreender e aceitar a própria sexualidade em contextos onde pouco se falava sobre o tema. Ao mesmo tempo, também revelam trajetórias de superação e aceitação, demonstrando que a construção da identidade é um processo contínuo, influenciado pelas experiências vividas na família, na escola e

em outros espaços de convivência. Observa-se que essas experiências acompanham os entrevistados ao longo de sua trajetória e também influenciam sua inserção no mercado de trabalho, aspecto que será discutido na próxima categoria de análise.

## 4.2 A inserção e os desafios no mercado de trabalho como pessoa LGBTQIA+

As experiências relatadas pelos entrevistados e entrevistadas evidenciam que a inserção e a permanência de pessoas LGBTQIA+ no mercado de trabalho formal ainda são marcadas por diferentes formas de discriminação. Embora as vivências apresentem particularidades, observa-se que os desafios não se restringem ao ambiente organizacional, mas podem surgir ainda durante os processos de recrutamento e seleção, permanecer nas relações de trabalho e influenciar o desenvolvimento da carreira. Uma exceção observada entre os participantes é a trajetória de Rebeca que, durante a sua passagem pelo mercado de trabalho como CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), se entendia como uma pessoa heterossexual.

As barreiras de acesso ao mercado de trabalho foram demonstradas na narrativa de Dirce, que relata ter participado de um processo seletivo em uma instituição, no qual, ao comentar que morava com sua namorada, percebeu uma mudança imediata na postura das recrutadoras. Segundo a entrevistada, a entrevista foi encerrada naquele momento e, posteriormente, ao ingressar em outra unidade da instituição, soube que a sua não contratação havia sido justificada por "escolhas pessoais".

Eu nunca vou esquecer que teve uma instituição que eu fui fazer entrevista quando eu falei que eu morava com a minha namorada, acabou a entrevista. A entrevista simplesmente parou [...] A diretora só me contou quando eu saí da instituição (em outra cidade), que quando ela ligou, eles não deixaram explícito, mas eles falavam que eram por "escolhas pessoais minhas", que eles não me contrataram (Dirce).

Embora a discriminação não tenha sido explicitada, sua narrativa evidencia como a orientação sexual é um marcador que leva a uma discriminação velada e aparentemente sutil, com justificativas manifestadas indiretamente, mas que na prática limitam a inserção e a permanência de pessoas LGBTQIA+ nas organizações. O relato reforça a discussão apresentada por Souza, Honorato e Beiras (2021), ao evidenciar que os processos de recrutamento e seleção nem sempre ocorrem de forma imparcial, podendo reproduzir preconceitos que restringem o acesso da população LGBTQIA+ ao mercado de trabalho.

Após a inserção nas organizações, as narrativas demonstram que o preconceito também se manifesta nas relações cotidianas de trabalho. Dirce afirma que, quando colegas descobriram sua orientação sexual, ela percebeu mudanças na forma como era tratada, acompanhadas por comentários e distanciamento das colegas. "Tu sente os burburinhos quando as pessoas ficavam sabendo que eu era vinda o distanciamento", afirmou Dirce. De maneira semelhante, Thiago destaca que a homofobia nem sempre ocorre de forma explícita, mas pode ser percebida em pequenos comportamentos, como mudanças de postura, olhares e no tratamento recebido pelos colegas após mencionarem aspectos de sua vida pessoal. Para o entrevistado, essas atitudes, apesar de sutis, produziram impactos significativos no sentimento de pertencimento ao ambiente de trabalho.

Nós, LGBT, a gente percebe a homofobia na sutileza. É num olhar, num comentário, até num silêncio. Já aconteceu em um emprego um cara, que a gente tinha uma relação super boa... ele falou alguma coisa eu respondi, ah, eu não sou, mas meu marido me ensinou bem, e a partir desse momento esse cara mudou comigo completamente (Thiago).

Esses relatos que Dirce e Thiago evidenciam o que Siqueira (2006) descreve como heterossexismo presente nas normas sociais vigentes. O preconceito nem sempre aparece por meio de agressões verbais diretas, mas também através de mudanças sutis nas relações interpessoais, como um silêncio, um afastamento ou uma mudança de postura de pessoas que antes mantinham uma relação próxima. A fala de Thiago demonstra justamente essa percepção de que a homofobia pode se manifestar em pequenos comportamentos do cotidiano, que muitas vezes não seriam formalmente denunciados, mas que ainda assim comunicam rejeição e afetam o sentimento de pertencimento no ambiente de trabalho.

As experiências de Erika também reforçam essa percepção. A entrevistada afirma ter deixado uma organização em razão de um preconceito velado presente no ambiente de trabalho. Ainda que não descreva episódios diretos de discriminação, sua narrativa demonstra que atitudes implícitas e um ambiente pouco acolhedor foram suficientes para comprometer seu bem-estar e sua permanência na empresa. Esse conjunto de relatos evidencia que o preconceito dificulta a inclusão e o sentimento de pertencimento de profissionais LGBTQIA+.

É que, na verdade, eu saí dessa ONG porque eu sentia muito aquele preconceito velado, sabe? Que tu sente, né? Então, eu comecei a me sentir muito mal lá dentro dessa instituição. E aí, eu peguei e fui embora (Erika).

Outro achado percebido nas entrevistas refere-se às estratégias de ocultação da identidade, adotadas pelos participantes para evitar situações de preconceito no ambiente de trabalho. Caio Fernando relata que, desde seu primeiro emprego, convivia com piadas e comentários homofóbicos que partiam de colegas, gestores e até mesmo dos proprietários das empresas em que trabalhava. Embora esses comentários não fossem direcionados a ele, o entrevistado afirma que preferia esconder sua orientação sexual para evitar ser alvo dessas situações. Entre as estratégias adotadas, ele menciona o uso de uma aliança falsa para que os colegas presumissem que mantinha um relacionamento heterossexual, reduzindo questionamentos sobre sua vida pessoal. Sua narrativa evidencia como o preconceito presente na cultura organizacional pode levar pessoas LGBTQIA+ a ocultar aspectos importantes de sua identidade como forma de proteção. Segundo Evans (2017) essa estratégia é também chamada de “covering”, quando a pessoa não necessariamente esconde quem é, mas reduz sinais visíveis da identidade para evitar discriminação.

Sempre existiu, desde a minha primeira oportunidade de emprego até a última, sempre existiu preconceito... eu era reprimido, então como eu escondia, não acontecia direto, mas acontecia as piadinhas vinha desde o dono do negócio, do chefe, do gerente, do diretor, até dos colegas de trabalho (Caio Fernando).

Essa experiência dialoga com Fraga, Gemelli e Rocha-de-Oliveira (2019), ao demonstrar que as trajetórias profissionais de pessoas LGBTQIA+ não são construídas apenas a partir de suas competências e escolhas individuais, mas também pelas estratégias que precisam desenvolver para lidar com ambientes organizacionais marcados por normas heteronormativas. Nesse contexto, observa-se que o ocultamento da identidade deixa de ser uma escolha exclusivamente pessoal e passa a representar um mecanismo de sobrevivência diante da possibilidade de discriminação, revelando que a omissão da própria identidade torna-se, muitas vezes, uma condição para permanecer no mercado de trabalho.



Além disso, a necessidade de demonstrar constantemente competência para conquistar reconhecimento profissional também aparece nas narrativas dos participantes. Taita relata que, em diferentes momentos da carreira, sentia que precisava entregar resultados superiores aos de colegas heterossexuais para obter o mesmo nível de credibilidade: "Eu sempre tive que entregar o dobro do que um colega hétero para poder ter o mínimo de respeito." Esse relato exemplifica, de forma direta, a resposta indireta ao estigma descrita por Goffman (1988), na qual o indivíduo estigmatizado busca, por meio de um desempenho redobrado, provar que é tão capaz quanto aqueles que não carregam o mesmo estigma. Esse sentimento também está presente na trajetória de Caio Fernando, que afirma ter acreditado, durante muitos anos, que precisava ser um profissional excepcional para compensar sua orientação sexual, fato já relatado na sessão anterior. Esses relatos corroboram a discussão de Fraga, Gemelli e Rocha-de-Oliveira (2019), ao destacarem que as trajetórias profissionais não são determinadas apenas pelo mérito individual, mas também por marcadores sociais que podem ampliar ou restringir oportunidades de carreira. Reforça-se, ainda, o achado de Drummond e Versiani (2022), para quem profissionais homossexuais percebem a necessidade de "provar muito mais o seu valor" no ambiente de trabalho do que colegas heterossexuais, evidenciando que a exigência de desempenho superior é um padrão recorrente entre profissionais LGBTQIA+.

Além das dificuldades vivenciadas diretamente pelos entrevistados, algumas narrativas também revelam a naturalização de práticas discriminatórias no ambiente organizacional. Taita relembra situações em que comentários preconceituosos eram tratados como algo normal nas empresas em que trabalhou "Era muito comum discriminar um colega, um funcionário, um cliente". De forma semelhante, Thiago descreve um episódio ocorrido após um período de afastamento do trabalho e um quadro de depressão, quando retornou com significativa perda de peso. Segundo o entrevistado, colegas passaram a associar sua aparência ao HIV/AIDS, reproduzindo um estigma historicamente construído no início da epidemia, antes da popularização da terapia antirretroviral a doença era socialmente reconhecida sobretudo pela magreza acentuada e por um conjunto de sinais corporais visíveis, que se consolidaram no imaginário coletivo como o principal indício da soropositividade (Alencar, 2008) "O pessoal da produção dizia que eu tava com AIDS quando eu voltei (das férias), aí foi aquela coisa, né, gay quando emagrece muito, num período muito curto de tempo, ele tá doente, ele tá com a AIDS". Esse episódio reforça a discussão de Siqueira (2006), ao demonstrar que pessoas homossexuais ainda são associadas a estereótipos historicamente construídos. Além disso, a ausência de um posicionamento da organização diante da situação contribui para a permanência desses estigmas.

Já a experiência relatada por Eloi demonstra que a ausência de manifestações explícitas de preconceito não significa, necessariamente, a existência de um ambiente inclusivo. Ao perceber que seus colegas homens passaram a tratá-la como "um guri" após conhecerem sua orientação sexual, a entrevistada identifica uma mudança na forma como era percebida dentro da organização.

E foi engraçado porque os homens, né? Eles adoraram a ideia. E eles começaram a me tratar como um guri. Como um parceiro. Então, eles começaram, a falar mais de mulher na minha frente. E algumas coisas assim. Não que seja legal, entende? Porque eu não sou um homem. Eu sou uma mulher que gosta de uma outra mulher (Eloi).

No caso de Eloi, observa-se que seus colegas passaram a tratá-la de forma diferente após conhecerem sua orientação sexual, associando sua identidade a características masculinas. Esse resultado vai ao encontro de Torres e Pérez-Nebra (2004), que discutem como as pessoas tendem a classificar os indivíduos em categorias sociais, desconsiderando suas particularidades. Revela-se a potencialização de aspectos tidos como masculinos para poder marcar espaços no ambiente organizacional, corroborando os achados do estudo de Fraga (2020).

Dessa forma, as narrativas analisadas demonstram que as experiências da população LGBTQIA+ no mercado de trabalho formal vão além de episódios isolados de discriminação. Os relatos evidenciam que a orientação sexual influencia a forma como esses profissionais passam a ser percebidos e tratados no ambiente organizacional. Em diferentes contextos, observou-se que, após a identidade LGBTQIA+ tornar-se conhecida, ocorreram mudanças nas relações interpessoais, nos processos de recrutamento, na forma de interação entre colegas ou nas estratégias adotadas para conquistar reconhecimento e legitimidade profissional.

Embora essas experiências tenham se manifestado de maneiras distintas entre os entrevistados, todas apontam para um mesmo fenômeno: a sexualidade deixa de ser apenas uma característica individual e passa a ser fator determinante sobre como será a vivência e reconhecimento no contexto de trabalho. Nesse sentido, os resultados reforçam as discussões apresentadas por Goffman (1988), Siqueira (2006), Fraga, Gemelli e Rocha-de-Oliveira (2019) Souza, Honorato e Beiras (2021) ao evidenciarem que o mercado de trabalho não constitui um espaço neutro, mas um ambiente permeado por relações sociais que podem reproduzir estigmas, desigualdades e diferentes formas de exclusão da população LGBTQIA+. Ao mesmo tempo, essas vivências ajudam a compreender por que, para alguns participantes, o empreendedorismo passou a representar não apenas uma alternativa profissional, mas também a possibilidade de construir ambientes de trabalho mais acolhedores e alinhados às suas identidades, aspecto que será aprofundado na próxima categoria de análise.

### **4.3 Motivações para empreender**

Ao analisar as narrativas dos entrevistados, percebe-se que as motivações para empreender são múltiplas. Em diferentes trajetórias, observa-se a combinação entre a busca por autonomia, o desejo de crescimento profissional e financeiro, as dificuldades encontradas no mercado de trabalho formal e fatores sociais que influenciaram essa decisão. Embora Dornelas (2021) diferencie o empreendedorismo por oportunidade e por necessidade, os relatos indicam que essas motivações aparecem simultaneamente ao longo da trajetória dos participantes.

Para Eloi, a decisão de empreender surgiu a partir da percepção de que o trabalho com carteira assinada limitava suas possibilidades de crescimento financeiro.

Hoje eu percebo que as coisas que eu quero, que eu almejo, que eu quero crescer financeiramente, no âmbito CLT é muito difícil. Não que o empreendedorismo seja fácil, bem pelo contrário, é algo complexo. Mas eu vejo que eu consigo ganhar mais, eu consigo construir mais coisas empreendendo. Ter o meu próprio negócio. Então, isso que me despertou muito (Eloi).

Esse relato aproxima-se do empreendedorismo por oportunidade descrito por Dornelas (2021), uma vez que Eloi identifica no próprio negócio uma possibilidade de

crescimento. Ao mesmo tempo, sua fala também evidencia uma insatisfação com as oportunidades oferecidas pelo mercado formal, indicando que sua decisão de empreender foi influenciada tanto pelo desejo de crescer quanto pela percepção de limites na carreira como trabalhadora CLT.

Já a trajetória de Taita aproxima-se do perfil empreendedor por necessidade descrito por Dornelas (2021). Após retornar ao Rio Grande do Sul o entrevistado precisou buscar uma nova recolocação no mercado de trabalho, momento em que enfrentou dificuldades associadas à discriminação.

Passei pela dificuldade de conseguir me recolocar no mercado e enfrentar preconceito. Se eu não tivesse passado pela dificuldade de conseguir me recolocar no mercado, de enfrentar preconceito, eu não queria ir embora daqui, e tentei várias outras coisas mas nada fazia sentido (Taita).

O relato demonstra que a decisão de empreender foi influenciada pelas dificuldades encontradas para se recolocar no mercado de trabalho. Nesse sentido, sua experiência de empreendedorismo se relaciona com a necessidade apresentado por Dornelas (2021), uma vez que o negócio surge diante da falta de alternativas no mercado formal. Além disso, o depoimento reforça o discurso de Da Silva (2026), ao evidenciar que o empreendedorismo também pode representar uma resposta às dificuldades de acesso ao trabalho e às situações de exclusão vivenciadas por esses indivíduos.

A trajetória da Erika demonstra que as motivações para empreender também podem estar relacionadas ao desejo de gerar impacto social. Ao falar sobre seu negócio, a entrevistada destaca que o objetivo vai além da geração de renda, buscando criar oportunidades para outros empreendedores LGBTQIA+ "porque na verdade, a gente tem um objetivo, que é gerar renda, e dar oportunidade real pra esses negócios estarem na vitrine." Esse relato aproxima-se da visão apresentada por Dolabela (2008), que compreende o empreendedorismo como uma forma de transformar ideias em realidade e gerar valor para a sociedade. Além disso, reforça a discussão de De Souza (2021) e Marlow (2018), ao evidenciar que o empreendedorismo LGBTQIA+ também pode representar uma forma de fortalecer a comunidade e ampliar oportunidades.

A trajetória de Caio Fernando mostra uma motivação relacionada à busca por um ambiente de trabalho mais alinhado aos seus valores e à sua identidade. O relato demonstra que a decisão de empreender não foi motivada apenas pela busca por retorno financeiro, mas também pelo desejo de construir um negócio alinhado às suas convicções, valores e onde pudesse expressar sua identidade.

Eu trabalho pra marcas e empresas que, de alguma maneira, são preconceituosas. Eu represento marcas que não são mais aquilo que eu acredito [...] Ao invés de trabalhar pra marcas que são homofóbicas ou que são até incoerentes eu quero ter a minha marca, então. Eu quero fazer o meu negócio, então. Com a minha identidade, que aí sim eu posso criar um ambiente que, pelo menos pra mim, não seja violento (Caio Fernando).

A fala de Caio Fernando demonstra que a decisão de empreender foi influenciada pelas experiências vividas no mercado de trabalho formal. Como apresentado na seção anterior, o entrevistado relatou conviver com piadas e comentários homofóbicos ao longo de sua trajetória profissional, o que o levou, em diferentes momentos, a esconder sua orientação sexual como forma de proteção. Nesse contexto, observa-se que a criação do próprio negócio representa a

possibilidade de construir um ambiente de trabalho alinhado à sua identidade e aos seus valores, sem a necessidade de ocultar quem é. Esse resultado reforça a discussão de De Souza (2021) e Marlow (2018), que compreendem o empreendedorismo LGBTQIA+ como uma resposta às experiências de exclusão vivenciadas nas organizações. Ao mesmo tempo, observa-se que o empreendedorismo, para o entrevistado, também pode representar uma forma de reduzir a necessidade de administrar constantemente a própria identidade no ambiente profissional.

Entre Rebeca e Dirce, as motivações são diferentes para a criação do mesmo empreendimento. Enquanto Dirce relata “Eu não queria empreender porque eu sabia o trabalho que dava”, Rebeca diz que a decisão surgiu a partir da insatisfação com sua trajetória profissional e da busca por um propósito.

Eu estava incomodada em ter sempre aquilo. Será que na vida vai ser sempre assim? [...] Depois que a gente tirou do papel, é isso, é meu propósito, é a minha vida isso aqui (Rebeca).

Os relatos mostram que, mesmo fazendo parte do mesmo negócio, as duas sócias chegaram ao empreendedorismo por caminhos diferentes. Enquanto Rebeca demonstra uma motivação relacionada à busca por realização profissional, a trajetória de Dirce foi construída de forma gradual, influenciada pelas experiências vividas ao longo da carreira. Esse resultado aproxima-se da discussão de Fraga, Gemelli e Rocha-de-Oliveira (2019), ao evidenciar que a decisão de empreender nem sempre resulta de um planejamento, mas também pode ser construída a partir das circunstâncias vividas pelos indivíduos.

Por fim, a trajetória de Thiago evidencia uma motivação relacionada ao desejo de construir um ambiente de acolhimento e pertencimento. Evidenciando que a criação do negócio vai além da busca por retorno financeiro.

Eu abri a empresa pra ser um lugar onde tu pode ser quem tu quiser ser, sabe? A gente vai te acolher, a gente vai celebrar a tua diversidade, a gente vai celebrar a tua pessoa. Hoje, como eu te falei, eu tô me tornando o Thiago que eu sempre quis ser (Thiago).

O entrevistado buscou construir um espaço onde as pessoas possam ser acolhidas e respeitadas em sua diversidade. Esse resultado aproxima-se da discussão de Silva (2023) sobre a paixão empreendedora e reforça o que De Souza (2021) e Marlow (2018) apontam ao compreender o empreendedorismo LGBTQIA+ como uma forma de promover autonomia e pertencimento. Nesse sentido, observa-se que o negócio representa, para Thiago, não apenas uma oportunidade profissional, mas também a possibilidade de construir um ambiente onde ele e outras pessoas possam ser quem são, sem o receio de sofrer discriminação.

De modo geral, as narrativas analisadas mostram que as motivações para empreender vão além da distinção entre oportunidade e necessidade proposta por Dornelas (2021). Os relatos evidenciam que essa decisão foi influenciada pela busca por autonomia financeira, pelas experiências vividas no mercado de trabalho formal e pelo desejo de construir ambientes mais alinhados aos valores e à identidade dos participantes. Assim, observa-se que, para parte dos entrevistados, o empreendedorismo não representa apenas uma alternativa de carreira, mas também uma resposta às dificuldades vivenciadas nas organizações e a possibilidade de construir espaços de trabalho mais acolhedores. Esse resultado reforça a discussão

de De Souza (2021) e Marlow (2018), ao demonstrar que o empreendedorismo LGBTQIA+ também pode ser compreendido como uma estratégia para enfrentar as desigualdades presentes no mercado de trabalho.

#### **4.4 Vivências e estratégias no empreendedorismo LGBTQIA+.**

As narrativas analisadas nesta categoria revelam que o empreendedorismo, embora represente uma conquista de autonomia frente às experiências de exclusão vividas no mercado formal, não elimina por completo a necessidade de administrar a própria identidade. Ao mesmo tempo, os relatos evidenciam estratégias desenvolvidas pelos entrevistados para lidar com o preconceito, seja no relacionamento com clientes e famílias, seja na busca por fortalecimento coletivo dentro da própria comunidade.

As vivências de Eloi, Rebeca e Dirce evidenciam que a condição de empreendedora não interrompe o exercício de gestão da identidade sexual diante do público atendido, ainda que em contextos de negócio distintos. Eloi relata que, mesmo sendo sócia da empresa, segue selecionando o que compartilha sobre sua vida pessoal diante de clientes novos, evitando mencionar que vai se casar com uma mulher comportamento que contrasta com o de seu irmão e sócio, heterossexual, que não enfrentar esse tipo de dificuldade.

Hoje, por exemplo, eu tive uma reunião com uma empresa nova. Claro, o pessoal tava comentando de filhos e eu não me senti confortável de falar. Vou casar com uma mulher e quero ter filho. Entende? Meu irmão trouxe a ideia de que ele não quer ser pai [...] E aí, eu pensei... Cara, eu não vou falar nada. Eu só falei que quero ter filho, mas mais pra frente. Mas não especifiquei. Mas uma empresa que eu tô querendo iniciar um negócio... Eu também não sei até que ponto eu preciso abrir a minha vida. Entende? É muito mais fácil, às vezes, tu falar de viagem... Eu falei, mas em nenhum momento eu falei Vou viajar com a minha noiva. Isso mexeu um pouquinho (Eloi).

Rebeca e Dirce, por sua vez, relatam uma dinâmica semelhante no atendimento às famílias de seus pacientes e descrevendo o cuidado constante de administrar o que revelam sobre sua relação, prática que as próprias entrevistadas nomeiam como "pisar em ovos".

O preconceito não, eu pelo menos nunca senti é mais esse pisar em ovos com algumas famílias, acho que esse é o sentimento que fica (Rebeca).

A gente trabalha com crianças, a gente precisa respeitar o que a família tem como cultura dela, e aí eu acho que isso bate em valores nossos, mas a gente precisa respeitar, porque é os valores que a família está ensinando pra aquela criança (Dirce).

Esse achado reforça a discussão de Fraga, Gemelli e Rocha-de-Oliveira (2019) sobre a gestão da identidade no espaço profissional como um elemento de dilema e conflito que pessoas heterossexuais simplesmente não precisam enfrentar, evidenciando que essa exigência não desaparece com a mudança de posição para propriedade do negócio, mas se reconfigura, exigindo das entrevistadas uma leitura constante sobre quando, para quem e em que medida podem se revelar.

Rebeca ainda adiciona uma camada a essa reflexão, ao relacionar a aceitação por parte das famílias à sua proximidade ou distância em relação a estereótipos tradicionalmente associados à comunidade LGBTQIA+, afirmando que "é porque a

gente não é o clássico sapatão caminhoneira, eu tenho certeza que se a gente fosse a perspectiva das famílias ia ser outra". Esse relato dialoga com Siqueira (2006), sobre a carga de estereótipos socialmente construídos que recai sobre pessoas homossexuais, evidenciando que a aceitação, quando ocorre, não está livre de fatores relacionados à aparência e à forma como a pessoa expressa seu gênero. Por fim, Dirce ao relatar que, uma vez estabelecido o vínculo de confiança, a mudança de atendimento se torna uma decisão custosa para as famílias.

Quando as famílias descobrem, elas já estão vinculadas a gente e gostam do nosso trabalho, não tem mais o que fazer daí eles vão ter que escolher entre mudar o tratamento do filho deles para um lugar que eles não gostando sabe? (Dirce).

É possível interpretar, a partir desse relato, que o vínculo de confiança construído previamente no atendimento acaba funcionando, na prática, como um fator que reduz a vulnerabilidade das entrevistadas a uma possível rejeição por parte das famílias, ainda que a entrevistada não descreve isso como uma estratégia feita de maneira intencional e proposital, mas como uma consequência observada da qualidade do serviço prestado. A exemplo dos estudos que reforçam o esforço e a dedicação acima da média para pessoas LGBTQIA+ se autoafirmar e conseguirem visibilidade no mercado de trabalho como CLTs, argumenta-se, para este trabalho, que no empreendedorismo essa dinâmica é reproduzida e amplificada por serem eles mesmos os responsáveis pela sobrevivência do negócio.

Erika amplia essa discussão ao destacar uma contradição entre o interesse das empresas pelo público LGBTQIA+ como consumidor e as oportunidades oferecidas a esse grupo no mercado de trabalho. Segundo a entrevistada, muitas organizações investem em campanhas voltadas à diversidade, principalmente durante o mês do orgulho, mas esse discurso nem sempre é acompanhado por ações concretas, como a contratação, a promoção para cargos de liderança ou o incentivo ao empreendedorismo LGBTQIA+. Esse resultado aproxima-se da discussão de Alves e Galeão-Silva (2004), que apontam que a gestão da diversidade pode ser utilizada apenas como uma estratégia de imagem, sem promover mudanças efetivas na redução das desigualdades.

As empresas querem vender para a população LGBT, mas elas quase nunca contratam pessoas LGBT, não promovem, por exemplo, lideranças, não investem em fornecedor, muito menos em campanha [...] A gente saiu na RBS, a gente deu entrevista para a Band News, a gente deu entrevista para a Zero Hora, mas é sempre no mês do orgulho. Um mês, né? E os outros no ano? Como é que fica os outros meses? (Erika).

A fala de Erica ainda reforça críticas ao apontar a ausência de incentivos fiscais e de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo LGBTQIA+ "Muitos negócios LGBT são invisíveis ainda a falta de políticas públicas específicas pra esse empreendedorismo diverso" evidenciando que o mercado não reconhece de forma efetiva nem o potencial de consumo, nem o potencial de gestão dessa população.

A vivência de Caio Fernando evidencia que a discriminação não desaparece com o empreendedorismo, mas assume novas formas quando a identidade é expressa publicamente através do negócio. O episódio em que um cliente arremessou ovos contra sua loja após a exibição da bandeira LGBTQIA+, assim como o preconceito enfrentado por um funcionário trans, demonstram que a exposição

pública da identidade LGBTQIA+ no espaço empreendedor pode gerar reações hostis semelhantes às vividas no mercado formal.

Já aconteceu porque a gente botava a bandeira LGBT na frente da loja, teve uma situação muito pesada... um cliente jogou ovos na frente da loja quando a gente botou a bandeira (Caio Fernando).

Mas já aconteceu com o funcionário, recentemente com o funcionário trans, a nossa gerente ia acolher e ia tentar fazer movimentos de combater isso (Caio Fernando).

Esse achado dialoga com Coelho, Desidério e Rocha (2023), para quem a LGBTfobia se manifesta como um conjunto de práticas sociais e institucionais, explícitas ou veladas, que marginalizam pessoas LGBTQIA+ mostrando que essas práticas ultrapassam o vínculo empregatício e alcançam também o espaço do próprio negócio.

Por outro lado, o relato de Caio Fernando também evidencia uma diferença importante em relação à sua experiência como empregado, diante do episódio de discriminação enfrentado pelo funcionário trans, o entrevistado contou com o apoio de uma psicóloga integrante de sua equipe para acolher o colaborador, buscando construir coletivamente uma resposta institucional ao ocorrido. Essa possibilidade de agir ativamente diante da discriminação, criando mecanismos internos de acolhimento, contrasta com a posição de vulnerabilidade vivida por Caio Fernando enquanto empregado. Assim, ainda que a discriminação externa persista, o empreendedorismo parece ter possibilitado ao entrevistado a construção de um ambiente internamente mais acolhedor e inclusivo do que aquele que ele próprio vivenciou como funcionário.

Por fim, um elemento recorrente nos relatos de Thiago, Caio Fernando e Taita é a percepção crítica sobre a falta de união entre negócios LGBTQIA+. Taita afirma que "a nossa comunidade não é uma comunidade unida", comparando-a a outros nichos de empreendedorismo mais articulados, Caio Fernando manifesta o desejo de que "movimentos, marcas LGBT se unissem" para ganhar mais força coletiva, e Thiago reforça essa percepção ao relatar dificuldades de apoio mútuo entre negócios do segmento, inclusive dentro da própria comunidade. Os relatos analisados neste estudo sugerem que, embora compartilhem experiências semelhantes de exclusão e preconceito, os empreendimentos LGBTQIA+ não constituem uma rede de apoio entre si. Esse achado revela uma lacuna no referencial teórico utilizado nesta pesquisa e aponta uma oportunidade para pesquisas futuras, voltadas à compreensão dos fatores que tornam a cooperação entre negócios desse segmento aparentemente mais frágil, segundo os próprios entrevistados, quando comparado a outros nichos do empreendedorismo.

Os relatos analisados nesta seção revelam que o empreendedorismo LGBTQIA+ não representa uma ruptura completa com as dificuldades vividas no mercado de trabalho formal, mas uma reconfiguração dessas experiências. A gestão da identidade, antes exercida nas relações com chefes e colegas, permanece na interação com clientes e famílias atendidas, e a discriminação, quando não desaparece, assume novas formas, torna-se mais explícita ou permanece velada por meio das expectativas socialmente construídas acerca do comportamento e da aparência considerados adequados para os empreendedores. Ao mesmo tempo, observa-se que a autonomia conquistada abre espaço para respostas antes inacessíveis no vínculo formal de trabalho, como a construção de ambientes internos

mais acolhedores e a seleção de parceiros alinhados aos próprios valores. Além disso, uma contradição se manifesta na relação entre os empreendedores LGBTQIA+ e sua própria comunidade, embora o compartilhamento de experiências de exclusão possa favorecer a cooperação entre negócios do segmento, os relatos indicam que isso nem sempre ocorre, evidenciando que o compartilhamento de uma mesma causa, por si só, não garante a construção de redes de solidariedade e apoio mútuo. Em conjunto, esses achados reforçam que o empreendedorismo amplia a autonomia dos entrevistados e suas possibilidades de enfrentamento às barreiras impostas pela discriminação mas não elimina os desafios estruturais que continuam a marcar suas trajetórias.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo buscou identificar as motivações que levaram pessoas LGBTQIA+ a empreender na cidade de Porto Alegre (RS), bem como as dificuldades enfrentadas nesse percurso. Para tanto, foram entrevistados sete empreendedores e empreendedoras LGBTQIA+ atuantes em diferentes ramos de negócio na capital. Com base nos resultados obtidos, pode-se afirmar que os objetivos do estudo foram alcançados: as motivações para empreender estão relacionadas com a busca por autonomia e realização profissional, com a necessidade de resposta às barreiras vivenciadas no mercado formal como CLTs, respondendo assim à questão de pesquisa proposta.

Os resultados mostraram que, enquanto o ingresso e a permanência no mercado de trabalho formal são marcados por barreiras, desde entrevistas de emprego interrompidas ao mencionar a orientação sexual, até comportamentos sutis de afastamento e desconfiança por parte de colegas, o mesmo tipo de barreira não se repete no momento de abrir o próprio negócio. Não é a orientação sexual que impede os entrevistados de empreender. Por outro lado, a orientação sexual é um marcador que influenciou fortemente a permanência no emprego formal. Esse contraste ajuda a explicar por que, para boa parte dos entrevistados, empreender deixou de ser apenas uma alternativa de carreira ou uma fonte de renda e passou a significar uma estratégia defensiva, um espaço de proteção e pertencimento, algo que os próprios entrevistados não tinham garantido enquanto empregados.

Enquanto empregados CLT, os entrevistados relataram que, apesar de vivenciarem ambientes tóxicos, não conseguiam se desvincular das empresas por conta da subsistência, o que os colocava em uma posição de maior vulnerabilidade diante da discriminação. Em seus relatos, recorrentemente mencionaram ocultar a orientação sexual, evitar assuntos pessoais e tolerar comentários e piadas preconceituosas, obviamente não por concordarem com essas situações, mas pelo receio de perder o emprego. Nesse contexto, predomina uma postura de aceitação condicionada pelo medo e pela necessidade de preservar o vínculo de trabalho.

Já no empreendedorismo, os relatos sugerem que a autonomia proporcionada pelo próprio negócio altera essa dinâmica. Embora o preconceito continue presente, os entrevistados passam a dispor de maior capacidade para definir quais comportamentos são aceitáveis em seu ambiente de trabalho e para adotar medidas de proteção diante de situações discriminatórias. Sendo assim, o preconceito não desaparece com o empreendedorismo, mas os relatos indicam que a autonomia conquistada amplia a capacidade de resposta dos empreendedores frente a essas situações. Assim, eles passam a ter maior possibilidade de estabelecer limites,



proteger seus colaboradores e construir um ambiente de trabalho coerente com seus valores.

Observa-se, ainda, que essa necessidade de desempenho redobrado, identificada na trajetória dos entrevistados enquanto empregados CLT, não desaparece quando esses indivíduos passam à condição de empreendedores, ela se reconfigura, assumindo uma nova finalidade. Se, no vínculo formal de trabalho, o esforço redobrado funcionava como uma forma de compensar o estigma da orientação sexual perante chefes e colegas, no empreendedorismo esse mesmo comportamento reaparece direcionado à manutenção da relação com clientes, dos quais depende diretamente a sobrevivência do negócio. Esse padrão fica evidente no relato de Dirce, ao descrever a prática de "pisar em ovos" no atendimento às famílias de seus pacientes mais do que evitar o preconceito, a entrevistada demonstra que a qualidade e o cuidado no atendimento também funcionam como uma forma de garantir a permanência dos clientes já vinculados ao negócio, mesmo diante do conhecimento sobre sua orientação sexual, revelando que pode se tratar de uma estratégia adotada, ainda que de forma inconsciente, para preservar essas relações.

Além disso, os resultados evidenciam que o empreendedorismo possibilitou aos participantes exercer práticas de gestão de pessoas alinhadas aos seus valores, influenciando a cultura organizacional de seus negócios. Ao definir critérios de contratação, formas de acolhimento, escolha de parceiros do negócio compatíveis com seus princípios e medidas de proteção a colaboradores diante de situações de discriminação, os empreendedores demonstram que a criação do próprio negócio representa também a oportunidade de construir, uma ótica de gestão de pessoas mais inclusiva, ambientes de trabalho mais acolhedores. Este estudo contribui, portanto, para ampliar a compreensão sobre o empreendedorismo LGBTQIA+ no contexto brasileiro, evidenciando, a partir de relatos empíricos, como a autonomia conquistada pelo negócio próprio pode se converter em instrumento de resistência e de transformação do ambiente de trabalho.

Ainda assim, cabe às organizações e à sociedade avançarem para além de discursos de diversidade restritos a campanhas institucionais ou datas comemorativas, promovendo ações efetivas de contratação, permanência, desenvolvimento e apoio à população LGBTQIA+. Dessa forma, a orientação sexual e a identidade de gênero poderão deixar de representar fatores de exclusão no mercado de trabalho formal, permitindo que o empreendedorismo seja cada vez mais uma escolha pautada por projetos de vida, realização profissional e oportunidades de crescimento, e não uma alternativa influenciada por experiências de discriminação.

Como limitações desta pesquisa, destaca-se a dificuldade de localizar e acessar empreendedores LGBTQIA+ dispostos a compartilhar suas trajetórias, tendo em vista que o tema envolve experiências sensíveis e aspectos pessoais. Além disso, é um público ainda minoritário no âmbito do empreendedorismo onde é predominante uma visão machista e heteronormativa.

Para pesquisas futuras, sugere-se ampliar a investigação para outras cidades e regiões do Brasil, possibilitando a comparação entre diferentes contextos territoriais. Recomenda-se, ainda, aprofundar a análise sob uma perspectiva interseccional, investigando como marcadores sociais, como raça, classe social, território e identidade de gênero, influenciam as trajetórias empreendedoras da população LGBTQIA+. Por fim, propõe-se explorar de forma mais aprofundada os fatores que contribuem para a fragilidade das redes de apoio entre empreendimentos LGBTQIA+, uma vez que esse tema emergiu de maneira recorrente nas entrevistas, embora não integrasse o escopo inicial desta pesquisa.

## 6 REFERÊNCIAS

ALENCAR, Tatianna Meireles Dantas de; NEMES, Maria Ines Battistella; VELLOSO, Marco Aurélio. Transformações da "aids aguda" para a "aids crônica": percepção corporal e intervenções cirúrgicas entre pessoas vivendo com HIV e aids. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 13, p. 1841-1849, 2008.

ALVES, Mario Aquino; GALEÃO-SILVA, Luis Guilherme. A crítica da gestão da diversidade nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**, v. 44, n. 3, p. 20-29, 2004.

ANSILIERO, Graziela; COSTANZI, Rogério Nagamine; CIFUENTES, Ricardo. **Microempreendedor individual (MEI): evolução da legislação, revisão da literatura e temas para o debate**. 2024.

BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. **ID on line. Revista de Psicologia**, v. 17, n. 66, p. 190-208, 2023.

BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, p. 975-993, 2008.

BASTOS, Elaine Marinho; PINHEIRO, Marcelo Souza; DE LIMA, Tereza Cristina Batista. Orientação sexual e inclusão: um estudo de caso em organização varejista de Fortaleza. **Revista de Psicologia**, v. 7, n. 1, p. 165-180, 2016.

BREMM, Mayara; SCHERER, Leandro José; SILVA, Gabrielle Ribeiro Rodrigues da. Motivações para o empreendedorismo: um estudo de casos múltiplos com empreendedoras no setor da moda. **Revista Expectativa**, v. 23, n. 2, 2024.

CARLOS, André Luiz Cavalcanti Gomide. **Contexto, antecedentes e resultados do empreendedorismo de minorias LGBT**. 2023. Dissertação de Mestrado – Universidade da Beira Interior, Portugal, 2023.

COELHO, Gilson Gomes; DESIDÉRIO, Plábio Marcos Martins; ROCHA, Luisa Pereira. Afinal, o que é a LGBTfobia?. **Revista Brasileira de Sexualidade Humana**, v. 34, p. 1115-1115, 2023.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, p. 179-197, 2011.

DA SILVA, Rodrigo et al. Uma revisão sistemática da importância da educação financeira para empreendedores iniciantes. **Revista Delos**, v. 19, n. 77, p. e8657-e8657, 2026.

DE MENEZES, Moisés Santos. **LGBT e mercado de trabalho: uma trajetória de preconceitos e discriminações**. 2020.

DE SOUZA, Daniel Cerdeira; HONORATO, Eduardo Jorge Sant'Ana; BEIRAS, Adriano. Discriminação contra homossexuais no mercado de trabalho: revisão da literatura. **Psi Unisc**, v. 5, n. 1, p. 127-143, 2021.

DE SOUZA MINAYO, Maria Cecília; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Editora Vozes, 2024.

DEUS, Bárbara Daniele Machado de. **Microempreendedorismo individual: uma revisão sistemática integrativa sobre os últimos cinco anos (2019-2023)**. 2024.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2021.

DRUMMOND, Mara; VERSIANI, Fernanda. A interferência dos estigmas na inclusão da diversidade sexual no trabalho: o olhar de profissionais homossexuais. **Revista Visão: Gestão Organizacional**, p. 194-212, 2022.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 62-83, 2005.

EVANS, Heather Dawn. Un/covering: making disability identity legible. **Disability Studies Quarterly**, v. 37, n. 1, 2017.

FERRETTI, Amanda Soares Zambelli; SOUZA, Eloisio Moulin de. Teoria queer e os discursos sobre empreendedorismo: desigualdades de gênero e alternativas de análise a partir do entrepreneuring. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 20, p. 276-288, 2022.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, v. 40, p. 18-25, 2000.

FRAGA, Aline Mendonça et al. "Para além do arco-íris": trajetórias de carreira de casais homossexuais. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, Brasília, v. 19, n. 3, p. 662-670, 2019.

FRAGA, Aline Mendonça; GEMELLI, Camila Eltz; ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei. Cenário das publicações científicas em carreira e gênero. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 13, n. 3, p. 158-178, 2019.

FRAGA, Aline Mendonça; ANTUNES, Elaine Di Diego; ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei. O/A profissional: as interfaces de gênero, carreira e expatriação na construção de trajetórias de mulheres expatriadas. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 17, p. 192-210, 2020.

GOFFMAN, Erving. Estigma: notas sobre a manipulação da identidade. **Tradução: Mathias Lambert**, v. 4, p. 1988, 1988.

LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 137-155.

MARLOW, Susan; GREENE, Francis J.; COAD, Alex. Advancing gendered analyses of entrepreneurship: a critical exploration of entrepreneurial activity among gay men and lesbian women. **British Journal of Management**, v. 29, n. 1, p. 118-135, 2018.

RIBAS, Raul. A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. **Caderno de Administração**, v. 5, n. 1, 2011.

ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei; PICCININI, Valmíria Carolina. Mercado de trabalho: múltiplos (des)entendimentos. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 5, p. 1517-1538, set./out. 2011.

SARAIVA, Luiz Alex Silva; IRIGARAY, Hélio Arthur dos Reis. Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso?. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 3, p. 337-348, 2009.

SEBRAE. **Conhece a história do empreendedorismo?**. 2025. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conhece-a-historia-do-empreendedorismo>. Acesso em: 22 out. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo como opção de carreira**. 2024. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook\\_empreendedorismo-como-opcao-de-carreira.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_empreendedorismo-como-opcao-de-carreira.pdf). Acesso em: 22 out. 2025.

SEBRAE. **Empreender por necessidade também pode ser criativo**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreender-por-necessidade-tambem-pode-ser-criativo>. Acesso em: [inserir data].

SEBRAE-SC. **O que é empreendedorismo.** 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 20 out. 2025.

SILVA, Flávia Maria da; NASSIF, Vânia Maria Jorge; PAIVA, Luís Eduardo Brandão. Paixão empreendedora: uma revisão de escopo. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v. 29, n. 2, p. 522-544, 2023.

SILVA MOREIRA FERREIRA, Aleciane da; LOIOLA, Elisabeth; GUEDES GONDIM, Sonia Maria. Produção científica em empreendedorismo no Brasil: uma revisão de literatura de 2004 a 2020. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 21, 2020.

SIQUEIRA, Marcus Vinicius Soares; ZAULI-FELLOWS, Amanda. Diversidade e identidade gay nas organizações. **Gestão.Org – Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 4, n. 3, p. 69-81, 2006.

TORRES, Cláudio Vaz; PÉREZ-NEBRA, Amalia Raquel. Diversidade cultural no contexto organizacional. In: **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil**. Porto Alegre: Artmed, 2004. p. 443-463.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874-891, 2014.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto.** 2014.

## **ANEXO A – Roteiro de entrevista semiestruturada (presencial)**

### **Etapa 1: Dados gerais**

- Nome:
- Nome do negócio e ramo de atuação:
- Idade:
- Gênero:
- Orientação sexual:
- Formação:

- Tempo de atuação como empreendedor(a):
- Experiência prévia como empregado(a) (sim/não):

Etapa 2: Elemento simbólico (a foto)

1. Tu trouxe uma foto para a entrevista. Por que escolheu essa imagem e o que ela representa pra ti na tua trajetória como empreendedor(a)?

Etapa 3: História de vida

2. Para começar, pode me contar um pouco sobre a tua história, fazendo uma linha do tempo desde o teu contexto familiar, infância, adolescência/juventude até chegar nos dias atuais?
3. Em que momento da tua trajetória você se entendeu como uma pessoa LGBTQIA+? *(caso não apareça espontaneamente na fala anterior)*

Etapa 4: Caminho até o empreendedorismo

4. Falando agora sobre o contexto de empreender, como o empreendedorismo apareceu na tua vida?
5. Existe alguém da tua família ou alguém próximo que empreende ou que tenha te inspirado a seguir esse caminho?
6. Antes de empreender, tu já trabalhou como empregado(a)? Se sim, como foi essa experiência pra ti?
7. Tu sente que tua identidade LGBTQIA+ influenciou, de alguma forma, essas experiências no mercado de trabalho? Pode me contar como?

Etapa 5: O negócio e a rotina empreendedora

8. Agora falando especificamente do teu negócio, pode contar um pouco da história do estabelecimento?
9. Como é a tua rotina como empreendedor(a)? Desde a hora que tu acorda até a hora de dormir.
10. Como é o teu relacionamento com os colaboradores, tanto diretos quanto indiretos? Alguém te auxilia na gestão do negócio?

Etapa 6: Vivência como empreendedor(a) LGBTQIA+

11. Como você avalia o contexto atual para empreendedores LGBTQIA+, considerando oportunidades e desafios?
12. Tu acredita que tua identidade influencia a forma como clientes, fornecedores ou parceiros se relacionam com o teu negócio? De que maneira?
13. Na tua percepção, quais são os principais desafios enfrentados por empreendedores LGBTQIA+?
14. E existem aspectos positivos associados ao empreendedorismo LGBTQIA+? Quais?

Etapa 7: Encerramento

15. Existe algo que tu consideras importante acrescentar sobre tua trajetória ou experiência como empreendedor(a) LGBTQIA+ que não foi perguntado?
16. Para finalizar: existe o nome de alguém que te marcou ou te inspira no empreendedorismo, podendo ser alguém próximo ou uma referência importante na sua caminhada, inclusive alguém conhecido ou famoso?

## **ANEXO B - Quadro com descrição e significado das fotos dos entrevistados**

| Nome          | Descrição da foto                                                                                                                                                                         | Significado atribuído                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eloi          | Pessoa sorrindo em frente ao painel do MDRT Annual Meeting 2026, em Anaheim, exibindo seu crachá de participante.                                                                         | Um momento especial foi quando representou a empresa no MDRT, considerado o maior congresso mundial de seguros de vida.                                                                                                                                                                   |
| Taita         | Pessoa sorrindo com dois prêmios da Revista Sabores, recebidos pelo reconhecimento ao estabelecimento, em ambiente interno com plantas ao fundo.                                          | Um dos momentos mais significativos foi quando ganhou o reconhecimento e o prêmio Revista Sabores do Sul.                                                                                                                                                                                 |
| Erika         | Desenho a mão do nome da empresa em letras coloridas e estilizadas em uma folha de ofício branca.                                                                                         | A foto escolhida pela entrevistada foi o exato momento em que foi pensado a identidade visual, um esboço da ideia para o logotipo.                                                                                                                                                        |
| Rebeca        | Pessoa sorrindo atrás de um balcão de atendimento, usando camiseta branca, em ambiente interno com painel de madeira ao fundo.                                                            | A primeira foto tirada na clínica da empreendedora, um momento importante e nostálgico.                                                                                                                                                                                                   |
| Dirce         | Pessoa usando máscara faz uma selfie em frente a um espelho, segurando uma escada de corda em uma sala de integração sensorial. Ao redor, há balanços terapêuticos suspensos e piso azul. | A imagem do dia que chegaram os equipamentos do meu primeiro consultório da entrevistada.                                                                                                                                                                                                 |
| Caio Fernando | Uma pessoa idosa e um homem sorriem abraçados para a câmera, sentados à mesa em um ambiente interno com iluminação acolhedora.                                                            | O participante escolheu essa fotografia por representar um dos momentos mais significativos de sua trajetória empreendedora lado de sua avó durante sua participação no TEDx; imagem simboliza o apoio silencioso, o acolhimento familiar e o reconhecimento de sua jornada empreendedora |
| Thiago        | Grupo de pessoas reunidas em um ambiente interno, sorrindo e brindando com taças de espumante durante uma celebração.                                                                     | Registro do dia da Inauguração do espaço que posteriormente saiu em uma reportagem no Jornal do Comércio.                                                                                                                                                                                 |

## ANEXO C - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A pesquisa intitulada “**Narrativas de vida e memória empreendedora: estudo de caso com pessoas LBGT+**”, tem por objetivo verificar e analisar quais as motivações que levaram pessoas LGBTQIA+ a empreender na cidade de Porto Alegre (RS) e as dificuldades enfrentadas nesse percurso



O estudo investigativo em foco será desenvolvido e fundado na natureza da **pesquisa qualitativa de caráter exploratória**. Para o processo de coleta de dados serão utilizados os seguintes procedimentos metodológicos: **entrevista semiestruturada e análise de conteúdo**. A análise dos dados será realizada pelo(a) pesquisador(a) **Caroline Alves** aluno(a) do Curso de Administração da Universidade La Salle, que constitui-se responsável por esta pesquisa e assegura que os participantes não serão identificados, bem como não serão identificadas pessoas e instituições eventualmente citadas no processo de coleta de dados, mantendo-se o anonimato dos dados colhidos, que serão utilizados apenas nesta pesquisa.

Eu, \_\_\_\_\_, convidado(a) a participar da pesquisa, declaro que recebi informações de forma clara e detalhada a respeito dos objetivos e da forma como participarei desta investigação, sem ser coagido(a) a responder eventuais questões por mim consideradas de menor importância ou constrangedoras. Também estou informado de que, a qualquer momento, posso esclarecer as dúvidas que tiver em relação aos procedimentos metodológicos, assim como usar da liberdade de deixar de participar do estudo, sem que isso traga qualquer dificuldade para mim. A minha assinatura neste Termo de Consentimento autoriza o(a) pesquisador(a) a utilizar e divulgar os dados obtidos, sempre preservando a minha privacidade, bem como a de pessoas ou instituições eventualmente por mim citadas. Declaro que recebi uma cópia do presente Termo de Consentimento Livre e Informado e que o mesmo foi suficientemente esclarecido pelo(a) pesquisador(a).

Canoas, 09 de Fevereiro de 2026.

\_\_\_\_\_  
Nome do Entrevistado

\_\_\_\_\_  
Caroline Alves  
Nome do aluno(a) do Curso de Administração