



University of  
Texas Libraries



e-revist@s

Sumários.org



Centro Unversitário Santo Agostinho

revistafsa

www4.Unifsanet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 22, n. 7, art. 1, p. 3-28, jul. 2025

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

http://dx.doi.org/10.12819/2025.22.7.1

DOAJ DIRECTORY OF  
OPEN ACCESS  
JOURNALS

WZB  
Wissenschaftszentrum Berlin  
für Sozialforschung



Zeitschriftendatenbank



MIAR



## Rompendo a Barreira do Silêncio: Trajetória de Emancipação de um Empreendedor Surdo

### Breaking the Silence Barrier: Emancipation Journey of a Deaf Entrepreneur

#### **Maria Andréa Rocha Escobar**

Doutora em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí  
Professora da Universidade Federal de Sergipe  
E-mail: escobar.ufs@gmail.com

#### **Daniela Passos Santana dos Reis**

Graduada em Administração pela Universidade Federal de Sergipe  
E-mail: danimoita2009@hotmail.com

#### **Amanda Greff Escobar Charlot**

Mestre em Direito pela Universidade Federal de Sergipe  
Professora da Universidade Tiradentes – UNIT/SE  
E-mail: amandagreff@hotmail.com

---

#### **Endereço: Maria Andréa Rocha Escobar**

Universidade Federal de Sergipe – Av. Ver. Olímpio Grande, s/n - Porto, CEP: 49500-000, Itabaiana/SE, Brasil.

#### **Endereço: Daniela Passos Santana dos Reis**

Universidade Federal de Sergipe – Av. Ver. Olímpio Grande, s/n - Porto, CEP: 49500-000, Itabaiana/SE, Brasil.

#### **Endereço: Amanda Greff Escobar Charlot**

Universidade Tiradentes – Av. Murilo Dantas, 300, CEP: 49032-490, - Farolândia, Aracaju - SE, Brasil.

**Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues**

Artigo recebido em 06/05/2025. Última versão recebida em 30/06/2025. Aprovado em 31/06/2025.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação

## RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar o papel do empreendedorismo como instrumento de emancipação para pessoas com deficiência auditiva, a partir do estudo das motivações, desafios e estratégias de um empreendedor surdo. A pesquisa utiliza uma abordagem qualitativa, de natureza descritiva e exploratória, tendo o estudo de caso como estratégia metodológica. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista semiestruturada, com o apoio de uma intérprete de Libras, e a análise se deu com base na técnica de análise de conteúdo. Os resultados revelam que o apoio familiar desempenhou papel fundamental na trajetória do empreendedor, assim como os desafios relacionados à comunicação e ao enfrentamento do preconceito. Destaca-se, ainda, o compromisso com a inclusão, evidenciado pela contratação majoritária de pessoas surdas, o que contribui para a construção de um ambiente acolhedor e representativo. A empresa também se diferencia pelo foco em nichos de mercado, pela oferta de produtos personalizados e por adotar práticas sustentáveis, que agregam valor à marca e atraem consumidores socialmente conscientes. Conclui-se que o empreendedorismo pode funcionar como uma via eficaz de emancipação pessoal e profissional para pessoas com deficiência auditiva, ao mesmo tempo em que favorece a inclusão social e a quebra de estigmas. A pesquisa oferece subsídios teóricos e práticos que podem inspirar políticas públicas e práticas organizacionais mais inclusivas.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Emancipação. Inclusão Social. Deficiência Auditiva.

## ABSTRACT

This article aims to analyze the role of entrepreneurship as a means of empowerment for people with hearing impairments, through the study of the motivations, challenges, and strategies of a deaf entrepreneur. The research adopts a qualitative, descriptive, and exploratory approach, using a case study as the methodological strategy. Data were collected through a semi-structured interview, supported by a Brazilian Sign Language (Libras) interpreter, and analyzed using content analysis techniques. The results show that family support played a key role in the entrepreneur's journey, along with challenges related to communication and the fight against prejudice. The company stands out for its strong commitment to inclusion, hiring mostly deaf employees, which contributes to a welcoming and representative environment. The business also differentiates itself by targeting niche markets, offering customized products, and adopting sustainable practices that add value to the brand and attract socially conscious consumers. The study concludes that entrepreneurship can be an effective path to personal and professional emancipation for people with hearing impairments, while also promoting social inclusion and breaking stigmas. This research offers theoretical and practical contributions that can inspire public policies and more inclusive organizational practices.

**Keywords:** Entrepreneurship. Empowerment. Social Inclusion.

## 1 INTRODUÇÃO

Em um cenário global onde a busca por igualdade e inclusão se torna cada vez mais urgente, o empreendedorismo surge como uma alternativa promissora para promover a autonomia de indivíduos que enfrentam barreiras significativas em suas trajetórias sociais e profissionais (SINGH; MOOKERJEE, 2023). A capacidade de empreender não apenas possibilita a criação de oportunidades econômicas, mas também exerce um papel fundamental na construção de identidades e na afirmação de direitos de grupos historicamente marginalizados (YUNUS, 2010; JAIN, 2012; CHO *et al.*, 2023; NURFAISAH, 2025). No entanto, as experiências de empreendedores com deficiência, especialmente da comunidade surda, ainda permanecem pouco exploradas na literatura (JACOCKS; BELL, 2020; DEMARTINO *et al.*, 2023).

Ao direcionar o olhar para esse segmento, é possível compreender de forma mais aprofundada como as dinâmicas de exclusão impactam suas trajetórias empreendedoras, e identificar os elementos centrais para a construção de sua autonomia e empoderamento (RENKO *et al.*, 2016). A interseção entre empreendedorismo e deficiência revela uma dimensão transformadora, capaz de ampliar as possibilidades de participação social e econômica dessas pessoas. Apesar do crescente reconhecimento do empreendedorismo como um instrumento de emancipação, ainda há carência de estudos que analisem as especificidades que moldam as experiências de empreendedores surdos. Pesquisas como as de Atkins (2013), Roni (2014) e Demartino *et al.* (2023) destacam que, além das barreiras estruturais e sociais comuns a muitos empreendedores, aqueles com deficiência auditiva enfrentam desafios particulares relacionados à comunicação, ao isolamento em redes de negócios e à percepção pública de suas capacidades.

Esses obstáculos podem comprometer o acesso a recursos e limitar o potencial de crescimento dos negócios. Por outro lado, a literatura aponta que estratégias de resistência e a construção de redes de apoio são fundamentais para enfrentar tais adversidades (PRESSMAN, 1999; ATKINS, 2013; PÉREZ-MACÍAS, FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ; RÚA VIEITES, 2022). Investigar essas vivências permite não apenas ampliar a compreensão sobre suas motivações e desafios, mas também contribuir para o desenvolvimento de políticas e práticas mais inclusivas no campo do empreendedorismo.

A trajetória de um empreendedor surdo ilustra como o ato de empreender pode representar uma ruptura com o “silêncio” imposto por limitações sociais e culturais, criando caminhos para a expressão de identidade, superação do preconceito e conquista da autonomia.

Ao longo deste artigo, serão discutidos os fatores que motivaram esse indivíduo a buscar a autossuficiência, bem como as estratégias adotadas para consolidar um negócio viável em um ambiente frequentemente excludente.

Ao analisar essa experiência sob a ótica da emancipação, pretende-se evidenciar não apenas os obstáculos enfrentados, mas também as oportunidades geradas pelo empreendedorismo, que podem transformar indivíduos em agentes de mudança em suas comunidades. A narrativa desse empreendedor surdo contribui para enriquecer o campo do empreendedorismo social e amplia a compreensão das complexas interações entre identidade, agência e emancipação no contexto das economias contemporâneas.

Diante desse contexto, a questão-problema que norteia esta pesquisa é: Como as motivações para o empreendedorismo se articulam com os desafios enfrentados pelo empreendedor surdo, e quais estratégias são efetivas para sua permanência e sucesso no mercado? O presente estudo tem como objetivo analisar o papel do empreendedorismo como forma de emancipação para pessoas com deficiência auditiva, a partir do estudo das motivações, desafios e estratégias de um empreendedor surdo. Ao lançar luz sobre essa experiência, a pesquisa visa enriquecer a literatura sobre empreendedorismo como emancipação, contribuindo para uma compreensão mais inclusiva e diversa do fenômeno.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo como Emancipação

O conceito de empreendedorismo como emancipação emerge a partir de discussões contemporâneas sobre empreendedorismo e inclusão social, sendo fruto de um movimento teórico que busca compreender o empreendedorismo para além de suas vantagens econômicas tradicionais (PERGELOVA; MANDAKOVIC, 2024). Essa abordagem crítica propõe uma leitura ampliada do fenômeno, considerando suas implicações sociais, éticas e políticas, bem como sua capacidade de enfrentar desigualdades estruturais, promover inclusão e incentivar a sustentabilidade (RINDOVA *et al.*, 2009; GIACOMIN; LUBINSKI, 2023).

Autores como Schumpeter (1934) já apontavam o papel do empreendedor como agente de transformação social, ao associá-lo à inovação e ao rompimento de padrões estabelecidos. Essa visão evolui com pensadores como Drucker (1985), que destaca o empreendedorismo como um vetor de mudança econômica e social, capaz de gerar oportunidades para grupos historicamente excluídos. Aldrich (1999) contribui ao evidenciar

como as práticas empreendedoras são moldadas por contextos sociais e como podem, por sua vez, moldar novas formas de organização e inclusão. A noção de bricolagem introduzida por Baker e Nelson (2005) enfatiza a habilidade dos empreendedores de contextos marginalizados em criar valor a partir de recursos escassos, oferecendo uma perspectiva prática de emancipação. Complementarmente, Rindova, Barry e Ketchen (2009) argumentam que o empreendedorismo pode ser uma ferramenta para contestar e transformar estruturas de poder, permitindo que indivíduos e comunidades redefinam suas realidades sociais.

A articulação dessas perspectivas evidencia que o empreendedorismo não se restringe à lógica do lucro, mas pode ser também um mecanismo de transformação social. Essa dimensão emancipatória se torna particularmente relevante quando se analisa o empreendedorismo como uma estratégia adotada por indivíduos em situação de vulnerabilidade — como pessoas com deficiência auditiva — para alcançar autonomia e reconhecimento social (PÉREZ-MACÍAS *et al.*, 2022). Nesses contextos, o ato de empreender representa não apenas uma fonte de renda, mas também um processo de reconstrução identitária, fortalecimento da autoestima e valorização de competências que, muitas vezes, são invisibilizadas pelo mercado de trabalho tradicional.

Além disso, o empreendedorismo emancipa ao possibilitar que o indivíduo atue segundo suas próprias normas, adaptando o ambiente às suas necessidades. No caso das pessoas com deficiência auditiva, essa flexibilidade é crucial para a construção de espaços de trabalho acessíveis e respeitosos às suas particularidades (ZAYADIN, 2022). Dessa forma, o empreendedorismo não apenas promove a inclusão econômica, mas também viabiliza a emancipação cultural e simbólica, ao contribuir para a criação de novas narrativas sobre deficiência, potencial e autonomia.

Reconhecer esse potencial transformador reforça a importância de políticas públicas, programas de capacitação e redes de apoio que fortaleçam o empreendedorismo como uma via legítima de emancipação. Assim, compreendê-lo por essa ótica crítica é essencial para ampliar o debate sobre inclusão produtiva e justiça social.

## 2.2 Motivações, Desafios e Estratégias no Empreendedorismo Emancipatório

O empreendedorismo emancipatório é frequentemente motivado pelo desejo de independência econômica, realização pessoal e contribuição social (BORNSTEIN, 2004; YUNUS, 2010). Para muitos, empreender é uma forma de reagir a um sistema de exclusão e criar alternativas viáveis à inserção no mercado de trabalho convencional. Entre os

empreendedores com deficiência, como os surdos, o empreendedorismo pode representar a oportunidade de exercer controle sobre sua trajetória profissional, rompendo com os estigmas impostos socialmente.

Entretanto, os desafios enfrentados por esses empreendedores são múltiplos e complexos. Além das restrições de acesso a crédito, eles enfrentam barreiras atitudinais, preconceitos e dificuldades de acesso a redes de apoio e capacitação (BAKER; NELSON, 2005). O ambiente ainda pouco inclusivo pode dificultar tanto o início quanto a continuidade de seus negócios, exigindo estratégias adaptativas e muita resiliência (DACIN *et al.*, 2011).

Nesse sentido, a bricolagem — o uso criativo de recursos disponíveis — torna-se uma prática recorrente, permitindo que empreendedores operem em contextos de escassez sem deixar de inovar (BAKER; NELSON, 2005). Estratégias como a construção de redes de colaboração, parcerias com organizações sociais, e participação em ecossistemas de inovação social, são fundamentais para ampliar o alcance e a sustentabilidade dos negócios (AL-DAJANI *et al.*, 2015). A capacitação contínua e a escuta ativa das necessidades da comunidade também desempenham papel central, garantindo a relevância dos produtos ou serviços oferecidos (YUNUS, 2010).

A análise das motivações e estratégias revela como o empreendedorismo emancipatório vai além da geração de renda, atuando como ferramenta de contestação das desigualdades e transformação social (ROGERS, 2003; ATKINS, 2013). Ele possibilita a reconstrução de subjetividades, o fortalecimento de comunidades e a desconstrução de estereótipos. Assim, promover esse tipo de empreendedorismo exige um ecossistema de apoio robusto, sensível às particularidades dos grupos envolvidos e comprometido com a promoção de uma economia mais justa, diversa e inclusiva.

### 3 METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, centrada na trajetória de um empreendedor surdo. A escolha do caso se justifica por representar uma experiência significativa de superação e emancipação por meio do empreendedorismo.

A abordagem qualitativa permite compreender em profundidade fenômenos inseridos em contextos específicos, considerando as percepções dos sujeitos envolvidos (CRESWELL, 2013; MERRIAM, 2009). O caráter descritivo busca registrar e relatar aspectos específicos do fenômeno, sem necessariamente propor relações de causa e efeito (GIL, 2017; LAKATOS;

MARCONI, 2017). Já o enfoque exploratório visa investigar um tema ainda pouco estudado, favorecendo o aprofundamento e a formulação de novas hipóteses (MINAYO, 2010).

A coleta de dados foi realizada por meio de uma entrevista semiestruturada, conduzida com o apoio de uma intérprete de Libras, assegurando a comunicação efetiva e o conforto do entrevistado. A entrevista teve duração de quatro horas, permitindo ampla exploração dos temas propostos, tais como: perfil do entrevistado, motivações para empreender, desafios enfrentados e estratégias adotadas.

Para análise dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, conforme Bardin (2007), seguindo três etapas: (1) pré-análise, com leitura flutuante e organização do material; (2) exploração do material, com codificação, categorização e identificação de padrões; e (3) tratamento dos resultados e interpretação, conectando os achados ao referencial teórico.

Os dados foram organizados em quatro vertentes principais: caracterização do entrevistado, motivações para empreender, desafios enfrentados e estratégias utilizadas. As unidades de significado foram categorizadas e analisadas criticamente à luz da literatura, proporcionando uma compreensão aprofundada do fenômeno estudado.

### 3.1 Caracterização do Entrevistado

Breno Nunes de Oliveira é um jovem empreendedor sergipano com surdez profunda, nascido em Aracaju, Sergipe. Ele é o idealizador e proprietário da gelateria Il Sordo, localizada na Zona Sul da capital. Desde cedo, a construção de sua identidade foi atravessada pela experiência da surdez, que, em vez de representar um obstáculo, foi ressignificada em um motor de resistência e empoderamento.

Filho de pais ouvintes, Breno cresceu em um ambiente bilíngue e inclusivo, graças ao empenho da família em aprender Libras e fundar o Instituto Pedagógico de Apoio à Educação do Surdo de Sergipe (IPAESE), uma escola voltada à formação de surdos. Essa experiência precoce revela a importância das redes de apoio familiar e comunitário para a constituição de subjetividades autônomas (RINDOVA *et al.*, 2009), fornecendo a Breno as condições simbólicas e práticas para enfrentar as barreiras sociais impostas pela deficiência.

Antes de empreender, Breno atuou por cerca de três anos e meio como instrutor de Libras no SENAC, demonstrando afinidade com o ensino e com a comunicação inclusiva. No entanto, a busca por novos desafios o impulsionou a explorar o universo do empreendedorismo. Inicialmente, considerou abrir um carrinho de picolés ou vender paletas mexicanas, mas, por meio de pesquisas e observações de mercado, vislumbrou uma lacuna em

Sergipe: a produção artesanal de gelato italiano. Essa transição ilustra o conceito de bricolagem empreendedora (BAKER; NELSON, 2005), na medida em que Breno soube utilizar seus recursos disponíveis — capital familiar, conhecimento em Libras, e senso de oportunidade — para construir uma proposta inovadora.

A formalização do negócio ocorreu em fevereiro de 2016, a escolha do nome Il Sordo (“O Surdo”, em italiano) representa mais do que uma referência pessoal: trata-se de uma estratégia consciente de afirmação identitária e de valorização da cultura surda. Nesse gesto, observa-se o que autores como Rindova *et al.* (2009) denominam emancipação por meio do empreendedorismo — um processo em que o indivíduo se reposiciona frente às estruturas de dominação, utilizando o empreendimento como espaço de expressão, reconhecimento e transformação social.

A gelateria iniciou com apenas 30 m<sup>2</sup>, contando com a participação ativa de Breno tanto na produção quanto no atendimento ao público. Seus pais o apoiaram na gestão inicial, reforçando o caráter coletivo do empreendimento e reafirmando a importância das redes sociais no processo de constituição do negócio. Com o tempo, Breno assumiu o comando da empresa, fortalecendo sua autonomia produtiva e sua identidade como empreendedor surdo.

Desde a fundação, a Il Sordo Gelato tem apresentado crescimento expressivo. A empresa estabeleceu três unidades próprias em Aracaju e, em 2019, iniciou seu processo de expansão para outras cidades brasileiras. Em Salvador, uma nova loja foi inaugurada no bairro da Barra, e, em maio de 2024, a gelateria chegou a São Paulo, com uma unidade no bairro de Pinheiros que se destaca por ser inteiramente operada por pessoas surdas. Essa iniciativa traduz de forma concreta a proposta de inclusão, superando a lógica da deficiência como limitação e reforçando o protagonismo de sujeitos historicamente marginalizados.

A contratação de profissionais surdos não se limita ao cumprimento de uma função social ou filantrópica. Trata-se de uma estratégia de gestão baseada na valorização da diferença como vantagem competitiva e como prática de justiça social. Ao incluir ativamente surdos em sua equipe, Breno desafia a estrutura capacitista da sociedade ouvinte e promove uma experiência de consumo que é, ao mesmo tempo, sensorial e política. Em termos analíticos, esse movimento pode ser interpretado como uma forma de contestação simbólica (CUI, 2023), que busca deslocar os estigmas atribuídos à deficiência e substituí-los por narrativas de potência, competência e visibilidade.

Em suma, a trajetória de Breno revela uma convergência entre experiência pessoal, projeto de vida e ação empreendedora. Seu negócio não apenas oferece um produto diferenciado no mercado, como também se constitui em espaço de resistência, pertencimento

e transformação. Nesse sentido, a Il Sordo representa mais do que um empreendimento: ela materializa o empreendedorismo como prática emancipatória.

### Quadro 1 – Categoria – Motivação para empreender

Categoria	Subcategorias	Significados Contidos nas Categorias
<b>Motivação para empreender</b>	Perda de emprego	“Após perder seu emprego como instrutor de libras no Senac achou difícil arranjar um trabalho que encaixasse um surdo...”.
	Ajuda da família	“A ajuda da família no custeio de cursos profissionalizantes foi essencial...”.
	Comunicação inclusiva,	“Mostrar a sociedade que existe comunicação através da Libras, e que há possibilidades de estreitar o mundo dos surdos e ouvintes, propiciando um atendimento inclusivo”.
	Inspiração familiar	“Outro motivo para abertura do próprio negócio foi um sonho de infância... sorveteria do meu avô”.
	Oportunidades de trabalho para pessoas com deficiência	“As tarefas menos atrativas ainda são destinadas aos portadores de deficiência...”.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

## 3.2 Motivações para empreender

### 3.2.2 Descrição Analítica e Interpretação Referencial da Motivação

A análise das motivações que levaram o entrevistado a empreender evidencia um entrelaçamento entre fatores estruturais de exclusão e elementos subjetivos de superação. As motivações expressas apontam para o empreendedorismo não apenas como um caminho econômico, mas como um meio de afirmação identitária, emancipação social e busca por dignidade.

#### Perda de emprego como gatilho de ruptura

A fala: “Após perder meu emprego como instrutor de Libras no Senac, foi difícil arranjar um trabalho que encaixasse um surdo” revela o empreendedorismo como alternativa diante da exclusão profissional. O desemprego funcionou como catalisador de uma mudança de trajetória, típico do que Reynolds, Bygrave, Autio, Cox e Hay (2002) denominam empreendedorismo por necessidade. De acordo com Faria (2019), pessoas com deficiência enfrentam um mercado de trabalho ainda excludente, onde a perda de um emprego

frequentemente representa o fim de um ciclo de inclusão. Neste caso, empreender surge como estratégia de autossuficiência e reconstrução do pertencimento social.

#### Apoio familiar como suporte material e simbólico

A fala: “A ajuda da família no custeio de cursos profissionalizantes foi essencial” ilustra o papel da família como base de sustentação para o desenvolvimento das competências empreendedoras. O suporte financeiro e emocional familiar não apenas viabiliza a capacitação, mas valida o projeto de vida do indivíduo. Autores como (DEWI, 2024; MANAJEMEN *et al.*, 2023) aponta que o apoio familiar pode reduzir riscos iniciais e fortalecer a autoconfiança do empreendedor, sobretudo quando este pertence a grupos marginalizados, como é o caso das pessoas surdas. A influência da rede familiar também atua como mecanismo de resiliência frente à ausência de políticas públicas eficazes de inclusão.

#### Herança afetiva como propulsora do sonho empreendedorial

“Outro motivo para abertura do próprio negócio foi um sonho de infância... sorveteria do meu avô.” Neste fragmento, o empreendedor resgata a memória afetiva como um elemento que fortalece seu projeto. A influência de um familiar empreendedor, como observa Hisrich *et al.* (2014), pode exercer papel significativo no imaginário e nas escolhas de carreira. Trata-se aqui de uma dimensão do empreendedorismo por aspiração, em que o desejo de continuidade e a valorização de um legado familiar convergem com o impulso de criar algo próprio. Como reforçam Renko *et al.* (2022), essa memória ativa funciona como um vetor de identidade, que associa propósito pessoal e vocação profissional.

#### Empreendedorismo como ferramenta de inclusão e transformação

“Mostrar à sociedade que existe comunicação através da Libras...” revela a motivação de empreender como um gesto político. A criação de um ambiente que privilegia a comunicação em Libras rompe com a invisibilidade social imposta à comunidade surda. Ao empreender, o entrevistado se propõe não apenas a sobreviver economicamente, mas a modificar o ambiente ao seu redor. Essa perspectiva alinha-se à noção de empreendedorismo inclusivo (COONEY; BROPHY; HABIB, 2024), que valoriza a diversidade e promove a

equidade. Aqui, o negócio não se restringe ao lucro, mas se apresenta como um espaço de visibilidade, educação e representatividade.

### Redefinição das oportunidades para pessoas com deficiência

A fala: “As tarefas menos atrativas ainda são destinadas aos portadores de deficiência” aponta para um padrão discriminatório estrutural no mercado de trabalho. O entrevistado identifica que, frequentemente, pessoas surdas são alocadas em funções mecânicas e desvalorizadas. Empreender, nesse contexto, é também uma forma de criar possibilidades profissionais — mais desafiadoras e significativas — para si e para outros surdos. Conforme Segundo Cooney, Brophy e Habib (2024), a inserção de pessoas com deficiência no mercado de trabalho ainda se dá de maneira segregada, com pouca valorização de competências. A proposta do entrevistado representa, portanto, um movimento contra hegemônico, no qual o empreendedorismo se torna instrumento de reconfiguração do trabalho e da cidadania e empoderadora.

## 4 CONCLUSÃO ANALÍTICA

A trajetória empreendedora do entrevistado é marcada por um duplo movimento: de enfrentamento das adversidades e de construção de um novo projeto de vida. Suas motivações revelam uma combinação complexa de fatores estruturais (como o desemprego e a exclusão profissional), relacionais (o apoio e a inspiração familiar) e propositivos (a vontade de transformar a realidade dos surdos e de oferecer oportunidades equitativas).

Ao empreender, o entrevistado não apenas responde às lacunas do mercado de trabalho, mas atua como agente de mudança social. Seu negócio é também um manifesto: contra a subalternização das pessoas com deficiência, a favor da inclusão comunicacional e da valorização da cultura surda.

### **Quadro 2 – Categoria - Desafios enfrentados pelo empreendedor surdo**

<b>Categoria</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Significados Contidos nas Categorias</b>
	Preconceitos e barreiras sociais	<p>“a maioria é surdo justamente para mostrar a sociedade que existe comunicação através da Libras...”</p> <p>“a capacidade técnica nem sempre é o critério verdadeiro na hora de implantar e implementar a Lei de Cotas em algumas redes de empresas...”</p> <p>“o preconceito e o pré-julgamento de que um surdo não possui capacidade técnica e trabalhista de gerir uma empresa”</p>

<b>Desafios Enfrentados</b>	Diferenciação de produtos	“um surdo vendendo picolés e sorvetes comuns não faria diferença na sociedade, mas um surdo vendendo Gelatos diversificados e paletas, sim, esse seria o diferencial...”
	Capital e custos	“Superação de algumas barreiras como, pouco capital, alto custo dos insumos...”
	Comunicação com clientes	“só tem surdos aqui, e agora como vou falar? Como vou pedir?...” “permitiu um esforço de aprenderem sinais básicos, as pessoas gostavam do sabor e aprendia como fazer o pedido, além da escrita, tem os vídeos auxiliando e ensinando como cumprimentar e fazer pedidos...”
	Dificuldades de comunicação com Fornecedores	“o contato com fornecedores nem sempre é fácil, por vezes meu pai auxilia na comunicação com o fornecedor, a maioria dos fornecedores não acreditam que um surdo seja chefe do negócio, depois eles pedem desculpas e fazemos uma adaptação...”

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

## 4.1 Desafios Enfrentados para Empreender

### 4.1.2 Descrição Analítica e Interpretação Referencial dos Desafios Enfrentados

Os desafios enfrentados pelo empreendedor surdo evidenciam que o ato de empreender, para além das dificuldades comuns a qualquer negócio, assume contornos singulares quando se trata de uma pessoa com deficiência. As falas revelam barreiras estruturais, culturais, financeiras e comunicacionais, que exigem não apenas competência técnica, mas sobretudo estratégias de enfrentamento, criatividade e capacidade de adaptação. A análise a seguir busca interpretar essas falas com base em referenciais teóricos que discutem inclusão, estigma, diferenciação, experiência do cliente e resiliência empreendedora.

#### Preconceitos e Barreiras Sociais

A presença de preconceitos estruturais se evidencia nas falas que relatam o estigma sobre a capacidade técnica e empreendedora de uma pessoa surda. O trecho “o preconceito e o pré-julgamento de que um surdo não possui capacidade técnica e trabalhista de gerir uma empresa” ilustra o que Goffman (2009) denomina como estigmatização social, em que atributos percebidos como desviantes são usados para desqualificar a competência do indivíduo, independentemente de sua real capacidade. O empreendedor, ao ocupar o papel de líder, desafia essas expectativas sociais, assumindo uma postura de enfrentamento e reconfigurando o lugar social da pessoa surda no mundo do trabalho.

A fala “a maioria dos funcionários são surdos justamente para mostrar à sociedade que existe comunicação através da Libras” reforça essa estratégia de inclusão ativa, que extrapola

o discurso e se concretiza na prática cotidiana do negócio. Nesse sentido, Bornstein (2004) introduz o conceito de inclusão produtiva, que se refere à inserção de grupos historicamente marginalizados em atividades econômicas com potencial emancipador, transformando o ambiente de trabalho em espaço de cidadania.

Além disso, ao criticar a aplicação superficial da Lei de Cotas (“a capacidade técnica nem sempre é o critério verdadeiro...”), o empreendedor denuncia o uso burocrático da legislação, que, segundo Lima e Barbosa (2022), pode perpetuar o capacitismo quando não se baseia na valorização efetiva das competências. Assim, o desafio enfrentado não está apenas na exclusão, mas também nas formas distorcidas de inclusão.

### Diferenciação de Produto

A escolha por vender gelatos diferenciados em vez de produtos comuns (“um surdo vendendo gelatos diversificados e paletas... esse seria o diferencial”) aponta para uma estratégia de diferenciação com propósito, na qual o produto não é apenas mercadoria, mas também instrumento de ruptura de estigmas. Conforme Kotler (2011), a diferenciação agrega valor ao produto ao oferecer atributos únicos. Neste caso, a originalidade está na combinação entre inovação de produto e inclusão social, o que, segundo Jacocks e Bell (2021), representa uma proposta de valor expandida, capaz de sensibilizar o consumidor e fortalecer a identidade da marca.

### Capital e Custos

As limitações financeiras aparecem como uma realidade concreta no relato: “superação de algumas barreiras como, pouco capital, alto custo dos insumos...”. A falta de recursos iniciais é um dos desafios clássicos no empreendedorismo, ainda mais agravado para minorias sociais. De acordo com Drucker (2002), o empreendedor inovador se destaca por sua capacidade de fazer mais com menos, utilizando criatividade para contornar restrições. Santos e Oliveira (2021) também destacam que empreendedores em contextos adversos tendem a desenvolver competências de gestão adaptativa, o que parece ser o caso do entrevistado, que supera as dificuldades financeiras por meio de uma operação enxuta e eficaz.

### Comunicação com Clientes

A dificuldade inicial dos clientes em se comunicarem com os surdos do negócio (“só tem surdos aqui, e agora como vou falar?”) revela uma barreira de interação que, longe de gerar afastamento, é convertida em oportunidade pedagógica. O empreendedor propicia um ambiente de aprendizagem básica em Libras, tornando o ato de compra uma experiência inclusiva. Kaplan e Haenlein (2010) ressaltam que a experiência do cliente é um diferencial competitivo, e, neste caso, ela é ampliada pela empatia e pelo envolvimento ativo com a diversidade.

Com o uso de vídeos e linguagem escrita, o empreendedor facilita a comunicação (“tem os vídeos auxiliando e ensinando como cumprimentar e fazer pedidos...”), implementando uma estratégia de acessibilidade comunicacional. Para Kotler e Keller (2012), a comunicação é um componente vital do relacionamento com o cliente; ao adaptá-la, o empreendedor não apenas garante atendimento eficaz, mas também promove sensibilização e mudança de comportamento nos consumidores.

### Dificuldade de Comunicação com Fornecedores

A relação com fornecedores também apresenta desafios, como mostra a fala: “a maioria dos fornecedores não acreditam que um surdo seja chefe do negócio”. Tal percepção reforça o estigma já discutido por Goffman (2009) e evidencia a persistência de barreiras atitudinais, inclusive no ambiente B2B (business to business). No entanto, a atitude do empreendedor diante da incredulidade dos fornecedores – com pedidos de desculpas e posterior adaptação – revela sua habilidade de mediação e ressignificação das relações de poder, utilizando estratégias de conciliação e demonstrando sua autoridade pelo exemplo.

A colaboração do pai como intérprete (“por vezes meu pai auxilia na comunicação...”) aponta para uma forma de rede de apoio familiar, importante nas trajetórias empreendedoras de pessoas com deficiência, como observado por Cooney, Brophy e Habib (2024), que enfatizam o papel da família como facilitadora de processos de inclusão produtiva.

## 4.2 Conclusão Analítica

Os desafios enfrentados pelo empreendedor surdo não se limitam a dificuldades operacionais, mas assumem uma dimensão simbólica e estrutural. O preconceito, a exclusão comunicacional, a resistência dos fornecedores, as limitações financeiras e a superficialidade das políticas de inclusão revelam um campo de batalha cotidiano no qual o sujeito precisa constantemente afirmar sua legitimidade como empreendedor. Tais desafios não apenas tensionam, mas também ampliam o significado do empreendedorismo, que deixa de ser apenas uma prática econômica para se tornar, uma estratégia de emancipação.

A emancipação aqui é entendida como a capacidade de romper com as amarras simbólicas impostas pela sociedade, reposicionando o sujeito com deficiência como agente ativo de transformação. Cada obstáculo enfrentado – e ressignificado – contribui para a construção de um novo lugar social para a pessoa surda: de objeto de assistência para protagonista de sua própria história, como destaca o próprio empreendedor ao dizer que escolheu empreender “para mostrar que um surdo é capaz”.

Ao desafiar normas, criar pontes de comunicação e inovar em seus processos, esse empreendedor não apenas constrói um negócio, mas um espaço de reeducação social, no qual clientes, fornecedores e parceiros são também convidados a repensar suas próprias práticas e crenças. Como pontuam Cooney, Brophy e Habib (2024), o processo de inclusão verdadeira demanda não apenas o ingresso formal nos espaços sociais mas a transformação das estruturas que sustentam a exclusão – algo que esse caso ilustra de forma concreta.

Portanto, os desafios enfrentados não são apenas barreiras, mas também catalisadores de transformação. São eles que impulsionam a inovação, exigem soluções criativas e fortalecem o propósito do negócio. O empreendedorismo, nesse contexto, se configura como um exercício de liberdade, resistência e afirmação identitária – dimensões fundamentais para compreendermos a potência do empreendedorismo como emancipação.

**Quadro 3 – Categoria: Estratégias adotadas pelo empreendedor**

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Significados Contidos nas Categorias</b>
	Capacitação	“fiz vários cursos de paletas e gelatos, depois de alguns cursos percebi que minha paixão seria o gelato...”

<b>Estratégias</b>	Pesquisa de Mercado	<p>“estudar negócios parecido foi crucial para desenvolver ideias, algumas empresas do Canadá e Japão serviu de inspiração para a empresa...”;</p> <p>“na época era difícil encontrar uma empresa de gelatos na região estudei muito e fui amadurecendo a ideia de montar minha empresa...”.</p>
	Empreendedorism o social	<p>“80% dos funcionários são surdos atendendo o que levou ao sucesso de uma carteira de mais de 4 mil clientes...”;</p> <p>“não vê como dificuldade ter a maior parte de funcionários surdos, a equidade e a inserção dessas pessoas dentro da empresa dele é o ponto diferencial capaz de transpor barreiras do preconceito e atua como um agente de mudança das concepções tradicionais da sociedade...”;</p> <p>“não é positiva a visão de vitimismo que algumas pessoas impõem dentro da sociedade, na minha opinião, o processo de inclusão deve ser corroborado de forma efetiva para que não haja menosprezo de deficientes por conta das diferenças e a deficiência, ao contrário, a inclusão começa em adaptação e inserção desses deficientes de acordo com condições específicas de trabalho...”.</p>
	Inovação e Sustentabilidade	<p>“não vê como dificuldade ter a maior parte de funcionários surdos, a equidade e a inserção dessas pessoas dentro da empresa dele é o ponto diferencial capaz de transpor barreiras do preconceito e atua como um agente de mudança das concepções tradicionais da sociedade...”;</p> <p>“com relação ao processo de inovação da empresa, foi identificado que as inovações se dão por meio planejamento e busca por qualidade. Tais práticas podem ser observadas na busca contínua por qualidade buscar novas ideias, também estudar equipamentos, processo de produção e comercialização...”;</p> <p>“divulgação das mídias sociais como Instagram, Facebook, WhatsApp...”;</p> <p>“procura adequar-me ao público-alvo, observei que tinha clientes veganos, diabéticos, e desenvolvi gelatos para diabéticos, alérgicos e intolerantes à lactose...”;</p> <p>“o uso de potes compostáveis além de ser uma inovação, tem sido um diferencial e uma preocupação com a sustentabilidade...”</p>

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2025)

### 4.3 Estratégias Adotadas

#### 4.3.2 Descrição Analítica e Interpretação Referencial das Estratégias Adotadas

A análise das estratégias adotadas pelo empreendedor revela um conjunto de ações interligadas, pautadas na capacitação contínua, na pesquisa de mercado, no empreendedorismo social e na inovação sustentável. Essas estratégias não apenas moldaram a

trajetória do negócio, mas também demonstram um alinhamento estratégico com as necessidades do público-alvo e com tendências contemporâneas do mercado.

### Capacitação

A trajetória empreendedora do sujeito analisado revela-se fortemente ancorada na busca intencional por capacitação. A afirmação: “fiz vários cursos de paletas e gelatos, depois de alguns cursos percebi que minha paixão seria o gelato” expressa não apenas um processo de aquisição de habilidades técnicas, mas também a emergência de uma identidade vocacional. Essa busca por qualificação pode ser compreendida como um movimento de autoconhecimento e preparação estratégica para o ingresso no universo empresarial.

Sob a ótica de Drucker (2002), o empreendedor eficaz é aquele que está disposto a aprender continuamente, testando e adaptando suas ações de maneira sistemática e orientada por resultados. No presente caso, a capacitação figura como catalisador de um processo de descoberta de propósito, permitindo ao empreendedor aliar conhecimento técnico à identificação de um nicho específico, no qual sua paixão poderia ser transformada em diferencial competitivo. Assim, o investimento em cursos técnicos não se limita à dimensão operacional, mas atua como dispositivo de construção simbólica do projeto de vida empreendedora.

Além disso, esse tipo de trajetória dialoga com a perspectiva de Filion (1999), ao destacar que empreendedores bem-sucedidos são visionários, mas também são movidos pela curiosidade e pelo desejo de compreender as variáveis do ambiente em que atuam, o que os leva à constante capacitação formal e informal.

### Pesquisa de mercado

A competência analítica também se manifesta na realização de estudos de mercado e benchmarking. A fala: “estudar negócios parecidos foi crucial para desenvolver ideias, algumas empresas do Canadá e Japão serviram de inspiração para a empresa” revela uma orientação empreendedora voltada para a aprendizagem por observação e modelagem. Trata-se de uma prática alinhada ao conceito de *benchmarking*, definida como a análise comparativa sistemática de organizações de destaque com o objetivo de adaptar e incorporar práticas bem-sucedidas.

Nesse sentido, o empreendedor revela sensibilidade ao contexto global, apropriando-se de modelos internacionais e ressignificando-os em uma realidade local. Já a segunda fala: “na época era difícil encontrar uma empresa de gelatos na região, estudei muito e fui amadurecendo a ideia de montar minha empresa” reforça a lógica da identificação de lacunas de mercado. Essa percepção de um nicho inexplorado remete diretamente à concepção de oportunidade empreendedora, tal como definida por Shane e Venkataraman (2000), para quem a descoberta de oportunidades ocorre quando indivíduos percebem discrepâncias entre a oferta existente e as necessidades do mercado.

Esses elementos demonstram a atuação estratégica do empreendedor, que articula tanto uma perspectiva deliberada — fundamentada em pesquisa e planejamento — quanto elementos emergentes, desenvolvidos ao longo da experiência e da maturação da ideia (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000). Esse tipo de comportamento é característico de empreendedores reflexivos, cuja tomada de decisão é sustentada por análises sistemáticas e pela experimentação, conforme argumenta Sarasvathy (2001) em sua teoria da *effectuation*. Assim, observa-se que a pesquisa de mercado não é apenas uma etapa técnica de planejamento, mas um componente estruturante do processo de ideação, permitindo ao empreendedor moldar sua proposta de valor com base em evidências, inspiração e senso de oportunidade.

### Empreendedorismo social

A dimensão social do empreendimento se expressa de forma clara e intencional na fala: “80% dos funcionários são surdos, atendendo o que levou ao sucesso de uma carteira de mais de 4 mil clientes”. Essa afirmação permite compreender o negócio não apenas como uma unidade econômica, mas como um espaço de transformação social, no qual a inclusão de pessoas com deficiência auditiva constitui o eixo central da proposta de valor. Tal postura configura o que autor como Yunus (2010) definem como empreendedorismo social — a atuação empreendedora voltada para resolver problemas sociais com abordagens inovadoras e sustentáveis.

O empreendedor deixa evidente que a surdez dos funcionários não é percebida como limitação, mas como fator diferencial, como reforçado na fala: “não vê como dificuldade ter a maior parte de funcionários surdos; a equidade e a inserção dessas pessoas dentro da empresa dele é o ponto diferencial capaz de transpor barreiras do preconceito e atua como um agente de mudança das concepções tradicionais da sociedade”. Nessa perspectiva, o negócio passa a

operar como um instrumento de ruptura de paradigmas, questionando concepções tradicionais de empregabilidade e normalidade.

Esse posicionamento é reforçado na seguinte fala: “não é positiva a visão de vitimismo que algumas pessoas impõem dentro da sociedade, na minha opinião, o processo de inclusão deve ser corroborado de forma efetiva para que não haja menosprezo de deficientes por conta das diferenças; a deficiência, ao contrário, a inclusão começa em adaptação e inserção desses deficientes de acordo com condições específicas de trabalho”. Essa argumentação revela uma consciência crítica por parte do empreendedor, alinhada à ideia de que a inclusão real exige mais do que empatia ou boa vontade: ela demanda ações estruturais, adaptações reais e abertura a novas formas de gestão e convivência.

Dessa forma, o empreendimento pode ser compreendido como um caso concreto de empresa com dupla missão — econômica e social —, conforme defendem autores como Yunus et al. (2010), que propõem o conceito de social business, negócios com fins lucrativos, mas cuja razão de existir é resolver problemas sociais. No caso em análise, a valorização da surdez como singularidade, e não como limitação, transforma o empreendimento em um espaço de empoderamento e emancipação de sujeitos historicamente marginalizados.

### Inovação e sustentabilidade

A categoria inovação emerge como eixo transversal da experiência empreendedora analisada, interligando práticas de gestão, tecnologia e responsabilidade socioambiental. A fala: “com relação ao processo de inovação da empresa, foi identificado que as inovações se dão por meio de planejamento e busca por qualidade. Tais práticas podem ser observadas na busca contínua por qualidade, buscar novas ideias, também estudar equipamentos, processo de produção e comercialização” demonstra uma postura proativa em relação ao aperfeiçoamento contínuo — uma característica central do pensamento lean e das abordagens contemporâneas de inovação incremental (TIDD; BESSANT, 2018).

Além disso, a utilização estratégica das mídias sociais, conforme aponta a fala: “divulgação das mídias sociais como Instagram, Facebook, WhatsApp”, revela uma capacidade de adaptação às demandas contemporâneas de visibilidade e relacionamento com o cliente, refletindo o uso de tecnologias digitais como mecanismo de expansão de mercado e fortalecimento da marca.

A inovação também é percebida na escuta ativa das necessidades do público-alvo, como na fala: “procura adequar-me ao público-alvo, observei que tinha clientes veganos,

diabéticos, e desenvolvi gelatos para diabéticos, alérgicos e intolerantes à lactose”. Essa afirmação ilustra o alinhamento entre inovação e personalização de produtos, o que fortalece o posicionamento competitivo do negócio e amplia sua base de consumidores, articulando-se com a lógica da cocriação de valor (HWANG; PHILLIPS, 2024).

Por fim, a fala: “o uso de potes compostáveis, além de ser uma inovação, tem sido um diferencial e uma preocupação com a sustentabilidade” agrega uma dimensão ambiental ao processo inovador. Essa prática conecta-se com os princípios da inovação sustentável, que integra critérios sociais, econômicos e ecológicos ao desenvolvimento de novos produtos e serviços. Ao optar por embalagens compostáveis, o empreendedor não apenas reduz impactos ambientais, mas também comunica ao público um compromisso ético com o meio ambiente — elemento cada vez mais valorizado por consumidores conscientes. Dessa forma, inovação e sustentabilidade não aparecem de forma isolada ou meramente instrumentalizada, mas como elementos integradores de uma visão sistêmica de negócio, na qual valores, pessoas, processos e resultados são interdependentes e mutuamente reforçados

As estratégias adotadas pelo empreendedor revelam um percurso de construção identitária, técnica e social, marcado pela intencionalidade, pela escuta ativa do ambiente e pela capacidade de adaptação. A capacitação contínua não se limita à aquisição de habilidades operacionais; ela assume um papel formativo mais profundo, funcionando como instrumento de autoconhecimento e de alinhamento entre paixão e vocação. Isso confere ao empreendedor um posicionamento proativo, alinhado à visão de Drucker (2002), segundo a qual o empreendedor de sucesso é aquele que se apropria da aprendizagem como mecanismo de transformação.

A pesquisa de mercado, por sua vez, reflete uma estratégia deliberada de aproximação ao contexto setorial e de identificação de lacunas e oportunidades. A prática de benchmarking com empresas de outros países, aliada ao mapeamento do vazio mercadológico regional, demonstra uma habilidade de leitura ambiental essencial para empreendimentos inovadores. Trata-se de um empreendedor que age com base em dados e referências, não por mera intuição, mas por meio de uma análise estratégica e fundamentada — aspecto central nas abordagens contemporâneas de planejamento estratégico (MINTZBERG *et. al*, 2000).

Destaca-se ainda a combinação de estratégia com propósito social, manifestada na priorização da inclusão de pessoas com deficiência auditiva. Essa escolha, longe de representar uma estratégia de marketing ou uma postura assistencialista, traduz um compromisso com a equidade e uma proposta concreta de transformação social. Ao adotar um modelo de gestão que integra inclusão, inovação e sustentabilidade, o empreendedor

transcende a lógica do lucro pelo lucro, reposicionando sua empresa como um agente de mudança e pertencente ao campo do empreendedorismo social (YUNUS *et al.*, 2010).

A inovação aparece como elemento transversal às estratégias adotadas: seja por meio da adoção de tecnologias, da adaptação dos produtos às necessidades do público, ou da utilização de insumos e embalagens sustentáveis. O empreendedor articula criatividade, escuta de mercado e responsabilidade ambiental, inserindo-se no paradigma da inovação sustentável, que concilia desempenho econômico com impactos sociais e ecológicos positivos.

Portanto, as estratégias identificadas não operam isoladamente, mas formam um sistema coerente de ações empreendedoras baseadas em conhecimento, sensibilidade social e visão de futuro. Trata-se de um caso exemplar de empreendedorismo emancipador, em que as escolhas estratégicas refletem tanto um desejo de crescimento quanto um compromisso ético com a transformação da realidade à sua volta.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou compreender a trajetória de emancipação de um empreendedor surdo por meio de um estudo de caso, analisando suas motivações, desafios e estratégias para iniciar e manter-se no mercado.

A trajetória apresentada ilustra como o empreendedorismo pode ser um instrumento poderoso de emancipação e autonomia para pessoas com deficiência auditiva. No entanto, o sucesso do empreendedor analisado não pode ser visto de forma isolada, pois ele ocorre em um contexto ainda marcado por desafios estruturais. Barreiras educacionais, dificuldades de acesso ao crédito e a falta de políticas públicas voltadas para o empreendedorismo inclusivo são fatores que limitam as oportunidades para muitos surdos que desejam empreender. Embora o caso estudado demonstre superação individual, é fundamental reconhecer que essas barreiras ainda impedem que outras pessoas com deficiência sigam trajetórias semelhantes.

Ao empreender, o protagonista desta pesquisa não apenas rompeu com as limitações sociais e comunicacionais impostas pela sociedade, mas também construiu um ambiente de inclusão e representatividade. Seu negócio demonstra que a inovação pode estar atrelada não apenas ao sucesso comercial, mas também à responsabilidade social e ambiental. Estratégias como o desenvolvimento de produtos voltados para nichos específicos, o uso de embalagens sustentáveis e a criação de um ambiente acessível para clientes e funcionários reforçam a importância do empreendedorismo como ferramenta de transformação social. Esse

alinhamento entre prática e teoria dialoga com estudos sobre inovação social e inclusão produtiva, evidenciando como práticas empresariais podem gerar impactos positivos além do lucro.

A pesquisa também destacou a relevância do apoio familiar e da busca contínua por capacitação na construção de um empreendedor resiliente. Esses fatores são amplamente discutidos na literatura sobre empreendedorismo, reforçando que, além da iniciativa individual, redes de suporte são determinantes para o sucesso empresarial. No entanto, a ausência de políticas públicas específicas para o incentivo a empreendimentos acessíveis ainda representa um desafio significativo. Iniciativas governamentais voltadas para capacitação empreendedora, crédito acessível e suporte técnico poderiam ampliar o impacto do empreendedorismo inclusivo e facilitar a replicação de casos bem-sucedidos.

Por fim, este estudo contribui para a compreensão do empreendedorismo como uma ferramenta de emancipação, destacando que, ao possibilitar que pessoas com deficiência construam trajetórias autônomas, ele se torna um agente transformador para indivíduos e para a sociedade. No entanto, é essencial que futuras pesquisas ampliem a análise, explorando as experiências de outros empreendedores surdos em diferentes setores e contextos culturais. Além disso, investigar como políticas públicas e iniciativas privadas podem fortalecer esse movimento seria crucial para compreender os caminhos que tornam o empreendedorismo uma alternativa viável e acessível a um número maior de pessoas.

Somente ao reconhecer e enfrentar os desafios estruturais existentes será possível quebrar verdadeiramente a barreira do silêncio e garantir que mais pessoas surdas tenham acesso a oportunidades empreendedoras, promovendo uma sociedade mais justa, inclusiva e equitativa.

## REFERÊNCIAS

AL-DAJANI, H.; MARLOW, S. (2013), Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 19 No. 5, pp. 503-524, <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2011-0138>

AL-DAJANI, H *et al.* (2015). Entrepreneurship among the displaced and dispossessed: Exploring the limits of emancipatory entrepreneuring. *British Journal of Management*, 26(4), 713–730. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12119>

Aldrich, H. (1999) *Organizations Evolving*. Sage, Thousand Oaks

ATKINS, S. (2013). A study into the lived experiences of deaf entrepreneurs: Considerations for the professional. *JADARA*, 47(2).

BAKER, T; NELSON, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329-366.

BARDIN, L. (2007). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

BORNSTEIN, D. (2004). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University Press.

CHO, Y. H *et al.* (2023). Managing Marginalized Identities for Entrepreneurial Success. *Proceedings - Academy of Management*, 2023(1). <https://doi.org/10.5465/AMPROC.2023.16451symposium>

COONEY, T. M; BROPHY, M; HABIB, A. (2024). Navigating the Pathway to Entrepreneurship for Persons with Disabilities: Insights from an Irish Context.

CRESWELL, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4<sup>a</sup> ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

CUI, J. (2023). The Impacts of Stigma on People with Disabilities: A Systematic Review. *BCP Social Sciences & Humanities*, 21, 108–113. <https://doi.org/10.54691/bcpssh.v21i.3433>

DACIN, M. T; DACIN, P. J; MATEAR, M. (2011). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how to get started. In *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change* (pp. 29-46).

DEWI, L. (2024). *The Role of Family Support in Entrepreneurial Endeavors: Perspectives from Family-Owned Businesses*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4003999/v1>

DEMARTINO, R; MURTHY, R. S; ATKINS, W. S. (2023). Career motivators and dynamics of entrepreneurship in the deaf community. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1142/s1084946723500188>

DRUCKER, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles*. Harper & Row, New York.

DRUCKER, P. F. (2002). *O melhor de Peter Drucker: Obra completa*. São Paulo: Nobel

FILION, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(2), 5–28

GIACOMIN, V; LUBINSKI, C. (2023). Entrepreneurship as emancipation: Ruth Handler and the entrepreneurial process 'in time' and 'over time', 1930s–1980s. *Business History*, 1–28. <https://doi.org/10.1080/00076791.2023.2215193>

GIL, A. C. (2017). *Como elaborar projetos de pesquisa* (5<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Atlas.

GOFFMAN, E. (2009). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Simon and Schuster.

HWANG, K. J; PHILLIPS, D. (2024). Entrepreneurship as a Response to Labor Market Discrimination for Formerly Incarcerated People. *American Journal of Sociology*. <https://doi.org/10.1086/729476>

INDARTI, N., ANGGADWITA, G., PURNOMO, R. A., & TOMLINS, R. (2024). Breaking Barriers! Social Entrepreneurship in Empowering People with Disabilities. *Journal of Social Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1080/19420676.2024.2353059>

KAPLAN, A. M., & HAENLEIN, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

KOTLER, P. (2011). *Administração de marketing: Análise, planejamento, implementação e controle* (5ª ed.). São Paulo: Atlas

JACOCKS, C; BELL, G. (2020). Entrepreneurs with Disabilities: Making a Difference in Society Through Social Entrepreneurship (pp. 117–129). Springer, Cham.

JAIN, M. (2012). *Social Entrepreneurship: Changing the World Through Social Business Models*. Abhigyan.

MANAJEMEN, J; ARIF, MUH; HAMID, R. S. (2023). The Role of Family Support in Enhancing Self-Confidence and Business Performance in Women Entrepreneurs. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*.

MINTZBERG, H; AHLSTRAND, B; LAMPEL, J. (2000). *Safari de estratégia: Um roteiro para a selva do planejamento estratégico*. Porto Alegre: Bookman

MOTA, I., MARQUES, C. S; SACRAMENTO, O. (2020). Handicaps and new opportunity businesses: what do we (not) know about disabled entrepreneurs? *Journal of Enterprising Communities: People and Places in The Global Economy*, 14(3), 321–347. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2019-0120>

MERRIAM, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. Jossey-Bass.

MINAYO, M. C. S. (2010). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde* (12ª ed.). Hucitec.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B; LAMPEL, J. (2000). *Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico* (N. Montingelli Jr., Trad.). Bookman

NURFAISH, H. P. (2025). Empowering Marginalized Communities through Social Entrepreneurship: A Pathway to Inclusive Economic Development. *Journal of Indonesian Scholars for Social Research*, 5(1), 35–45.

PERGELOVA, A; MANDAKOVIC, V. (2024). The everyday female entrepreneur and the pursuit of emancipation.

PÉREZ-MACÍAS, N., FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, J. L., & RÚA VIEITES, A. (2022). Resilience and entrepreneurial intentions of people with disabilities: In search of the Sustainable Development Goals (SDGs). *F1000Research*, 11, 726.

PRESSMAN, S. E. (1999). A national study of deaf entrepreneurs and small business owners: Implications for career counseling (Dissertação de doutorado). Virginia Polytechnic Institute and State University.

REYNOLDS, P. D *et al.* (2002). *Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report*. Babson College, London Business School, and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

RENKO, M; HARRIS, S. P; CALDWELL, K. (2016). Entrepreneurial entry by people with disabilities. *International Small Business Journal*, 34(5), 555–578.

RINDOVA, V; BARRY, D; KETCHEN JR, D. J. (2009). Entrepreneurship as emancipation. *Academy of management review*, 34(3), 477-491.

RONI, N. N. (2014). Entrepreneurship as an opportunity for disabled people: an exploration of business start-up experiences and resources.

ROGERS, D. (2003). The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 213-232.

SCHUMPETER, J. A. (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credits, Interest, and the Business Cycle*. Transaction Publishers, Piscataway.

SARASVATHY, S. D. (2001) Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 26, 243-263.

SHANE, S; VENKATARAMAN, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.

SINGH, P; MOOKERJEE, A. (2023). Examining Perceived Barriers to Entrepreneurial Behaviour: A Mixed-Method Study. *Ramanujan International Journal of Business and Research*, 8(2), 59–70.

TIDD, J; BESSANT, J. R. (2018) *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons, Hoboken, NJ.

YUNUS, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. New York: PublicAffairs.

YANTI, L. D *et al.* (2022). Analisis Faktor Penentu Kemandirian Kewirausahaan Inklusif Penyandang Disabilitas: Studi Pada Kota Tangerang Propinsi Banten. *eCo-Buss*, 5(1), 309–323.

ZAYADIN, R; ZUCHELLA, A; ANAND, A. (2022), "Exploring the emancipatory role of entrepreneurship in a developing context", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 28 No. 2, pp. 527-547.

**Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:**

ESCOBAR, M. A. R; REIS, D. P. S; CHARLOT, A. G. E. Rompendo a Barreira do Silêncio: Trajetória de Emancipação de um Empreendedor Surdo. **Rev. FSA**, Teresina, v. 22, n. 7, art. 1, p. 3-28, jul. 2025.

<b>Contribuição dos Autores</b>	<b>M. A. R. Escobar</b>	<b>D. P. S. Reis</b>	<b>A. G. E. Charlot</b>
1) concepção e planejamento.	X	X	
2) análise e interpretação dos dados.	X	X	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X	X