

# Denise Barros

## List of Publications by Year in descending order

Source: <https://exaly.com/author-pdf/7966416/publications.pdf>

Version: 2024-02-01

26  
papers

131  
citations

1478505

6  
h-index

1281871

11  
g-index

26  
all docs

26  
docs citations

26  
times ranked

117  
citing authors

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
1	A necessary discussion on consumer vulnerability: advances, gaps, and new perspectives. Cadernos EBAPE BR, 2021, 19, 83-95.	0.4	0
2	Uma discussĂo necessĂria sobre a vulnerabilidade do consumidor: avanĂos, lacunas e novas perspectivas. Cadernos EBAPE BR, 2021, 19, 83-95.	0.4	7
3	A FORMAĂo DO MERCADO DE ALIMENTOS ORĂNICOS NO BRASIL: UMA ANĂLISE HISTĂRICA A PARTIR DO AGENCIAMENTO DAS PRĂTICAS REPRESENTACIONAIS DA REVISTA A LAVOURA. REAd: Revista EletrĂnica De AdministraĂo, 2021, 27, 93-127.	0.2	0
4	â€œNobody looks at these workersâ€: The Precarious Work of the Agents of Death Market and the Pandemic. Proceedings - Academy of Management, 2021, 2021, 13803.	0.1	0
5	Chamamento Ăs Margens: Propostas Decoloniais na ProduĂo AcadĂmica Sobre Consumo, Mercado e Marketing. Revista Interdisciplinar De Marketing, 2021, 11, 88-91.	0.1	0
6	Uma ANTi-histĂria sobre o processo da primeira cirurgia de redesignaĂo sexual no Brasil: atores e suas relaĂes sĂcio-polĂticas na ditadura civil-militar. Revista EletrĂnica De CiĂncia Administrativa, 2021, 20, 463-482.	0.4	0
7	QuĂo Plural Ă o Ensino de Marketing? Um Estudo ExploratĂrio com Professores dos Cursos de GraduaĂo em AdministraĂo. AdministraĂo: Ensino E Pesquisa, 2020, 21, 147-182.	0.1	2
8	â€œThereĂs a lot of woman in himâ€: the feminine as a deviance from the norm. OrganizaĂes & Sociedade, 2020, 27, 620-643.	0.3	0
9	Genderless Fashion: A (Still) Binary Market. Latin American Business Review, 2019, 20, 269-294.	1.3	2
10	â€œWhen Executives Turned Revolutionariesâ€: Moral Panic through Image and Sound in 1960s Brazil. Proceedings - Academy of Management, 2019, 2019, 15211.	0.1	2
11	Eu tenho a forĂa! A popularizaĂo do consumo de suplementos alimentares e a vulnerabilidade do consumidor. Revista Adm Made, 2017, 21, 34-50.	0.1	8
12	REPRESENTAĂES DA RELAĂO HOMEM-CARRO: UMA ANĂLISE SEMIĂTICA DA PROPAGANDA BRASILEIRA DE SEGUROS DE AUTOMĂVEL. OrganizaĂes & Sociedade, 2017, 24, 15-38.	0.3	5
13	Consumo, emoĂes e prĂtica de esporte entre mulheres: Uma investigaĂo sobre os antecedentes emocionais do consumo feminino de esporte. Revista De NegĂcios, 2015, 19, 3.	0.2	0
14	Corporate sustainability discourses in a Brazilian business magazine. Social Responsibility Journal, 2014, 10, 4-20.	2.9	12
15	Coca-Cola and the Strategic CSR: Commitment or Non-Action?. Proceedings - Academy of Management, 2014, 2014, 17799.	0.1	0
16	CSR Practice and its 'Objects': An Analysis from a Bourdieu Perspective. Proceedings - Academy of Management, 2013, 2013, 16639.	0.1	0
17	The Social Engagement of Individual Memories: the Petrobras Workers' Memory Program. Proceedings - Academy of Management, 2013, 2013, 16372.	0.1	0
18	A alavanca que move o mundo: o discurso da mĂdia de negĂcios sobre o capitalismo empreendedor. Cadernos EBAPE BR, 2012, 10, 357-375.	0.4	16

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
19	Representações do eleitor: revendo teorias e propondo novos caminhos. Revista De Administracao Publica, 2012, 46, 477-491.	0.7	6
20	O fenômeno da empresarização e a busca por alternativas na produção, comercialização e distribuição da música no Brasil como formas de resistência. Organizações & Sociedade, 2012, 19, 333-355.	0.3	1
21	Accounting of Bolivian Employees of a Brazilian Transnational Corporation. Proceedings - Academy of Management, 2012, 2012, 16521.	0.1	0
22	New Public Management and NGOs in Brazil: The Task of Strengthening the Civil Society Participation. Proceedings - Academy of Management, 2012, 2012, 13332.	0.1	0
23	A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. RAC: Revista De Administração Contemporânea, 2011, 15, 179-197.	0.4	24
24	Perspectiva histórica em administração: novos objetos, novos problemas, novas abordagens. RAE Revista De Administracao De Empresas, 2010, 50, 288-299.	0.3	40
25	Bases sociais das emoções do consumidor: uma abordagem complementar sobre emoções e consumo. Cadernos EBAPE BR, 2009, 7, 169-182.	0.4	4
26	Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho: a construção discursiva do conceito de empreendedorismo. Revista De Administracao Publica, 2008, 42, 995-1018.	0.7	2