



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

DAIANE BATISTA DE JESUS

**AFROEMPREENDEDORISMO: TRAJETÓRIAS DE VIDA E
NEGÓCIOS DE PESSOAS NEGRAS NO BRASIL**

Salvador - BA
2023

DAIANE BATISTA DE JESUS

**AFROEMPREENDEDORISMO: TRAJETÓRIAS DE VIDA E
NEGÓCIOS DE PESSOAS NEGRAS NO BRASIL**

Tese apresentada ao PPGA Acadêmico – Programa de Pós-graduação em Administração Acadêmico, EAUFBA – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Doutora em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Elisabete Pereira dos Santos

Salvador - BA
2023

Escola de Administração - UFBA

J58 Jesus, Daiane Batista de.

Afroempreendedorismo: trajetórias de vida e negócios de pessoas negras no Brasil / Daiane Batista de Jesus. – 2023.
260 f.: il.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Elisabete Pereira dos Santos.
Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2023.

1. Empreendedorismo. 2. Empresários negros - Brasil.
3. Mobilidade social. 4. Negros – Identidade racial. 5. Sucesso nos negócios. 6. Negros – Brasil – Condições econômicas.
7. Discriminação racial. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.

CDD – 658.421

DAIANE BATISTA DE JESUS

**AFROEMPREENDEDORISMO: TRAJETÓRIAS DE VIDA E
NEGÓCIOS DE PESSOAS NEGRAS NO BRASIL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Administração, pela seguinte banca examinadora:

Salvador, BA, 19 de janeiro de 2023.

Banca Examinadora

Prof. ^a Dr. ^a Maria Elisabete Pereira dos Santos (orientadora)
Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Prof. Dr. Hélio de Souza Santos
Doutor em Administração - Universidade de São Paulo - USP
ISEO - Instituto Superior de Educação Ocidentemnte;

Prof. Dr. João Martins Tude
Doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia - UFBA
Universidade Federal da Bahia

Prof. ^a Dra. Rosalina Semedo de Andrade Tavares
Doutora em Administração - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
- USP
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira - UNILAB

Prof. Dr. Sílvio Humberto dos Passos Cunha
Doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas- UNICAMP
Universidade Estadual de Feira de Santana-UEFS

Dedico esse trabalho a minha família:
A Joel (*in memória*) meu saudoso pai;
A minha amada mãe Maria Nice;
A minha querida irmã Daniele;
A minha sogra Martina;
Ao meu sogro José Antônio;
E com especial carinho aos meus amados companheiro e filho, André
Luis e João Luís

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, depois agradeço ao meu anjo da guarda que me faz a mulher de sorte que eu sou. Não menos importante, eu agradeço ao meu saudoso pai, meu ancestral, Sr. Joel de Jesus, que segue em minhas doces memórias de uma vida passada regada de amor.

Agradeço a Dona Maria Nice, a mainha de minha vida, sempre me apoiando, incondicionalmente. Agradeço a minha irmã Daniele Batista.

Agradeço ao meu amor, companheiro de todas as horas, que esteve comigo em todos os momentos nessa jornada, segurando a minha mão e me dando todo o apoio necessário, André Luis. Agradeço ao meu menino, o mais sapeca, o mais comunicativo, aquele que ilumina minha alma e traz luz a minha vida, meu filho, João Luis. Agradeço imensamente a paciência de vocês dois e a compreensão pelos dias de ausência, que finalmente acabaram.

Agradeço a toda a minha família, tanto de mãe, quanto de pai. Minha eterna vó paterna, dona Lucia, que partiu, mas me deixou o seu legado de alegria e vivacidade. Aos meus avós maternos, Seu José e Dona Lina, cheios de vida, experiências e exemplos de sagacidade. Aos meus tios e tias, maternos e paternos. Agradeço o carinho dos meus sogros, Dona Martina e seu José Antônio. Enfim, às primas, primos e agregados todo o meu carinho e gratidão.

Agradeço à minha comunidade São Tomé de Paripe (Alto da Igreja, Nova Brasília, Quilombo do Alto do Tororó) minha base de sustentação de onde eu tiro inspiração para mergulhar na pesquisa das realidades cotidianas das vidas negras atravessadas por lutas, resistências, precarizações e superações.

Gostaria de agradecer aos nove empreendedores, que fizeram das nossas entrevistas momentos inenarráveis de alegria e descontração. Sou grata pela gentileza de disponibilizarem o tempo de vocês, confiarem e compartilharem as suas histórias de vida de maneira tão grandiosa.

Agradeço a todas e todos as/os amigas e amigos, especiais em meu coração, para não cometer uma injustiça e deixar algum nome de fora. Deixo aqui meu especial carinho.

Agradeço aos colegas do doutorado, a todos, uma turma tão especial, que me acolheu, grávida, me apoiaram, vivemos momentos emocionantes e inesquecíveis. Em especial agradeço a Pimenta, Simone e Fabrício, companheiros de luta e “irmãos” de orientação. Agradeço à

CAPES por tornar possível os anos de estudo através da bolsa de doutorado. Agradeço ao NPGA (Núcleo de Pós-graduação em Administração da UFBA) e a toda equipe, em especial a Anaélia, sempre tão disposta a ajudar com a sua dedicação e entrega.

Destino um agradecimento especial a Andressa Verdeiros, parceira fiel na transcrição dos longos áudios oriundos das três e até mesmo quatro horas de entrevistas em profundidade com os empreendedores. Agradeço a minha amiga amada Thaize Oliveira pela disponibilidade e paciência no processo de revisão bibliográfica. Muita gratidão à amiga querida Hildália Fernandes pelo grande coração e pela disponibilidade de realizar a revisão da ABNT.

Agradeço aos professores doutores Hélio Santos, Jair Batista, João Tude e Silvio Humberto que me presentearam com orientações tão preciosas durante a minha banca de qualificação em 2019, me ajudando a reconfigurar os rumos finais desse trabalho. Agradeço a eles também, incluindo a professora doutora Rosalina Semedo, pela aceitação de estarem na nossa banca de defesa final.

Por fim, gostaria de agradecer ao carinho e cuidado da minha orientadora, prof^a Bete Santos, que sempre acreditou em mim, me proporcionando autonomia, confiança e liberdade para levar esse projeto à frente. Bete, obrigada por acreditar em mim.

No mais, deixo aqui as minhas desculpas aos familiares e amigos que deixei de citar, mas não foi por falta de gratidão, mas pela limitação de tempo e espaço.

JESUS, Daiane Batista de. **Afroempreendedorismo: Trajetórias de vida e negócios de pessoas negras no Brasil**. Orientadora: Maria Elisabete Pereira dos Santos. 260 f. 2023. Tese (Doutorado em Administração) – Núcleo de Pós-graduação em Administração, NPGA/EAUFBA, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

RESUMO

Nosso tema central é o Afroempreendedorismo. Buscamos compreender como a noção de pertencimento a identidade negra influi na trajetória de vida e empreendedora de pessoas negras. O afroempreendedorismo pode ser compreendido de duas formas, primeiro como o ato das pessoas negras que empreendem no Brasil, independente da sua relação com as questões de autoafirmação identitária, e, segundo, como um movimento político-econômico das pessoas negras, que, para além da subsistência econômica e relação com o mercado, utilizam a sua ação empreendedora como ativismo para a reafirmação da sua identidade, resistência das mazelas sociais enfrentadas pela população negra e estratégia de combate ao racismo. Esta tese dialoga com o segundo conceito. Nos nossos caminhos teóricos apresentamos o afroempreendedorismo como um movimento que intersecciona aspectos econômicos, identitários, políticos, sociais, religiosos e éticos fazendo deste, um movimento de dimensões simbólicas no campo das lutas por ampliação dos direitos econômicos para a população negra. Ao dar ênfase ao empreendedorismo e à sua dimensão simbólica estamos inserindo no centro do debate arranjos diversos que possibilitam interpretações para além das relações dos mercados econômicos. A pesquisa é de caráter qualitativa, e o método biográfico escolhido foi o das trajetórias de vida. Nosso caminho metodológico considerou o sistema de valores e as formas de interpretação da sua própria história, considerando as categorias: pertencimento étnico-racial, relação com os estudos, influência dos pais, relação com o mercado de trabalho, histórico empreendedor, motivos para empreender, perfil e condições dos negócios e percepção e relação com os ecossistemas empreendedores. Os resultados demonstraram que, se entender enquanto pessoa negra é definitivo para o posicionamento dos empreendedores no mundo. Isso vai estabelecer o seu lugar de relacionamento consigo mesmo, com o outro, com o entorno, com o negócio e consequentemente, com o seu público consumidor, fornecedor, seus funcionários e com o próprio ecossistema empreendedor. Os afroempreendedores da nossa pesquisa, para além da dimensão econômica de materialidade e sobrevivência, dão uma série de outros sentidos à sua ação empreendedora associando-a a propósito de vida, reafirmação da sua identidade, combate ao racismo, projeto de ascensão da população negra, missão espiritual, conexão ancestral, além de dimensões de ressignificação das identidades negras, como superação, resistência, triunfo e auto realização. Os seus negócios são meios para concretizar os seus valores no mundo. Eles se articulam em um mercado de bens simbólicos (*black money*), fomentando a mobilidade social de pessoas negras através de redes de solidariedades em formato de ecossistemas afroempreendedores. Eles buscam predestinadamente, contribuir para uma sociedade mais representativa, pautados por uma ética em torno do pertencimento étnico racial. Desta forma, em suas trajetórias de vida os afroempreendedores ressignificam a relação entre identidade e negócio, a partir da concepção de um compromisso étnico de justiça social, um mercado próprio e singular, e a atuação em redes de apoio mútuo, referenciadas na ideia de quilombos contemporâneos, fazendo das suas experiências espaços simbólicos de interconexão entre o mundo material e substantivo.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo. Pertencimento étnico-racial. Trajetórias de vida.

JESUS, Daiane Batista de. **Black Entrepreneurship: Trajectories of Life and Business of Black People in Brazil**. Advisor: Maria Elisabete Pereira dos Santos. 260 f. 2023. Thesis (Ph.D. in Management) – Núcleo de Pós-graduação em Administração, NPGA/EAUFBA, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

ABSTRACT

Our central theme is Black entrepreneurship. We seek to understand how the notion of belonging to a Black identity influences the life and entrepreneurial trajectory of Black individuals. Black entrepreneurship can be understood in two ways: first, as the act of Black individuals engaging in entrepreneurship in Brazil, regardless of their relationship with identity self-affirmation issues, and second, as a political-economic movement of Black people who, beyond economic subsistence and market relations, use their entrepreneurial action as activism for the reaffirmation of their identity, resistance to the social hardships faced by the Black population, and a strategy to combat racism. This thesis aligns with the second concept. In our theoretical framework, we present Black entrepreneurship as a movement that intersects economic, identity, political, social, religious, and ethical aspects, making it a movement of symbolic dimensions in the field of struggles for the expansion of economic rights for the Black population. By emphasizing entrepreneurship and its symbolic dimension, we place various arrangements at the center of the debate that allow for interpretations beyond economic market relations. The research is qualitative in nature, and the chosen method is biographical trajectories. Our methodological path considered the value system and the ways in which individuals interpret their own history, taking into account categories such as ethnic-racial identity, relationship with education, influence of parents, labor market relations, entrepreneurial history, reasons for entrepreneurship, business profile and conditions, and perception and relationship with entrepreneurial ecosystems. The results showed that identifying as a Black person is essential for the positioning of entrepreneurs in the world. This will establish their place in relation to themselves, others, their surroundings, their business, and consequently, their consumer audience, suppliers, employees, and the entrepreneurial ecosystem itself. The Blackentrepreneurs in our research, beyond the economic dimension of materiality and survival, ascribe a series of other meanings to their entrepreneurial action, associating it with a life purpose, reaffirmation of their identity, combatting racism, a project for the advancement of the Black population, a spiritual mission, ancestral connection, as well as dimensions of redefining Black identities, such as overcoming, resistance, triumph, and self-fulfillment. Their businesses are a means to materialize their values in the world. They operate in a market of symbolic goods (black money), fostering the social mobility of Black individuals through networks of solidarity in the form of Blackentrepreneurial ecosystems. They purposefully seek to contribute to a more representative society, guided by an ethical commitment to ethnic-racial belonging. In this way, in their life trajectories, Blackentrepreneurs redefine the relationship between identity and business, based on the conception of an ethnic commitment to social justice, their unique and distinct market, and their participation in networks of mutual support, referenced in the idea of contemporary quilombos, making their experiences symbolic spaces of interconnection between the material and substantive world.

Keywords: Black-entrepreneurship. Ethnic-racial belonging. Life trajectories.

LISTA DE QUADROS

- Quadro 1** Perfil dos Empreendedores Entrevistados/ 114
- Quadro 2** Perfil dos Negócios/ 115
- Quadro 3** Coleta de Dados/ 116
- Quadro 4** Estrutura da Entrevista em Profundidade/ 116
- Quadro 5** Modelo de Quadro de Análise/ 118
- Quadro 6** Escolaridade dos Empreendedores/ 137
- Quadro 7** Profissão dos Pais/ 142
- Quadro 8** Histórico Empreendedor/ 150
- Quadro 9** Motivos para Empreender/ 152
- Quadro 10** Breve Descrição dos Negócios/ 158
- Quadro 11** Formas de Funcionamento/ 160
- Quadro 12** Enquadramento Jurídico e Número de Sócios/ 162
- Quadro 13** Número de Funcionários e Modelos de Contratação/ 164
- Quadro 14** Atividades Remuneradas - além dos negócios/ 167
- Quadro 15** Declaração de Propósito dos Negócios/ 173
- Quadro 16** Acesso as Políticas Públicas Empreendedores/ 190
- Quadro 17** Políticas Privadas/ 193
- Quadro 18** Redes Empreendedoras/ 197

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANCEABRA	Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros
CEABRA	Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros
CEN	Coletivo de Entidades Negras
CERTI	Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
COFINS	Contribuição para Financiamento da Seguridade Social
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
EPP	Empresa de Pequeno Porte
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IAB	Instituto Adolpho Bauer
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBPQ	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
MBM	Movimento Black Money
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
PRECAPLAB	Laboratório de Captação de Recursos para Empreendedores Negros
PIB	Produto Interno Bruto
PIS	Programa de Integração Social
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PROUNI	Programa Universidade Para Todos
REAFRO	Rede Brasil Afroempreendedor
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa
SEPEC	Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade do Ministério da Economia

SEPROMI Secretaria de Promoção da Igualdade Racial do Estado da Bahia
TTE Taxa Total de Empreendedorismo
UFRJ Universidade Federal do Rio de Janeiro

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 EMPREENDEDORISMO E A IDENTIDADE DO HOMEM EMPREENDEDOR: TRABALHADORES POR CONTA PRÓPRIA, DONOS DE NEGÓCIO E O EMPREENDEDOR DE SI	24
2.1 CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: TRABALHADORES POR CONTA PRÓPRIA E DONOS DE NEGÓCIOS	27
2.2 A PROBLEMÁTICA EM TORNO DA IDENTIDADE DO “HOMEM EMPREENDEDOR”	38
3 AFROEMPREENDEDORISMO E A REALIDADE SOCIOECONÔMICA DOS NEGROS NO BRASIL	47
3.1 HISTÓRICO DA SITUAÇÃO DOS NEGROS NO BRASIL	47
3.2 PASSADO E PRESENTE: TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA DOS NEGROS NO BRASIL	53
3.3 CONTEXTO DO AFROEMPREENDEDORISMO NO BRASIL: INTERSECÇÃO ENTRE RAÇA, GÊNERO E CLASSE	61
4 AFROEMPREENDEDORISMO ENQUANTO MOVIMENTO DE DIMENSÕES SIMBÓLICAS	67
4.1 DISCUTINDO O CONCEITO DE AFROEMPREENDEDORISMO	70
4.1.1 Afroempreendedorismo: conceito interlocutor de singularidades.....	73
4.2 A IDENTIDADE NEGRA COMO CONDUTORA DE SENTIDOS PARA O AFROEMPREENDEDORISMO	77
4.2.1 Narrativas em torno da Identidade AFROempreendedora: mercado, ética, ancestralidade, solidariedade e espiritualidade	77
4.2.2 Mercado de Bens Simbólicos: <i>Black Money</i>	94
4.2.3 Os Quilombos Contemporâneos em formatos de Ecossistemas Afroempreendedores	100
5 TRAJETÓRIA METODOLÓGICA	111
5.1 A ESCOLHA PELAS TRAJETÓRIAS DE VIDA	111
5.2 UNIVERSO DA INVESTIGAÇÃO	113
5.2.2 Entrevista em Profundidade.....	116
5.2.3 Estratégia de Análise das Trajetórias	118
6 TRAJETÓRIAS DE VIDA DOS AFROEMPREENDEDORES	119
6.1 HISTÓRIAS DE VIDA ENTRECruzADAS PELAS DIFERENÇAS	119
6.1.1 Apresentação das Trajetórias de Vida dos Afroempreendedores.....	119
6.1.2 Trajetória do Pertencimento Étnico Racial: “Meu Universo é Preto”	130
6.1.3 Relação com os estudos	137
6.1.4 Influência e suporte dos Pais	141
6.1.5 Relação com o Mercado de Trabalho – Empreender enquanto fuga da exploração	144
6.2 TRAJETÓRIAS EMPREENDEDORAS	149
6.2.1 Histórico Empreendedor.....	149

6.2.2 Motivos para Empreender: entre a subsistência e o propósito social.....	151
6.3 SOBRE OS NEGÓCIOS DOS EMPREENDEDORES	157
6.3.1 Análise dos perfis e da realidade dos negócios.....	158
6.3.2 Viabilidade Financeira dos Negócios e dos empreendedores	166
6.3.3 Negócios de Propósito – Entre os negócios sociais e o mercado da diversidade	170
6.3.4 Negócios de Mulheres Pretas	180
6.4 ECOSSISTEMA AFROEMPREENDEDOR	187
6.4.1 Percepções sobre o Ecosistema Empreendedor.....	188
6.4.2 Acesso a Políticas Públicas e Privadas.....	192
6.4.3 Aquilombamento em forma de Ecosistema AFROEmpreendedor	199
7 PERTENCIMENTO ÉTNICO RACIAL E AS INTERMEDIÇÕES DAS IDENTIDADES AFROEMPREENDEDORAS	205
7.1 AFROEMPREENDEDORISMO E AS SUAS DIMENSÕES SIMBÓLICAS	205
7.2 AFROEMPREENDEDORISMO É MODIFICAR-SE: DA DESCOBERTA A METAMORFOSE EMPREENDEDORA	216
7.3 AFROEMPREENDEDORISMO É REALIZAR-SE	229
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	233
REFERÊNCIAS	

1 INTRODUÇÃO

O passado de escravidão e abandono, a economia capitalista nos trópicos, aliados ao pensamento racial pós-abolição e republicano, resultaram em maiores dificuldades de inclusão da população negra nos segmentos de maior relevância política, social e econômica da estrutura societal, o que, de certa forma, ocorre até os dias de hoje, fundamentado na persistência do racismo estrutural, mas também nos modelos desiguais capitalistas no Brasil. Assim, pesam sobre a população negra tanto injustiças econômicas quanto injustiças de ordem social e cultural e, em torno delas, tem-se desenvolvido a luta dos movimentos negros em busca de reconhecimento do valor da população negra, da sua cultura e da igualitária distribuição de oportunidades.

As últimas décadas do século XX configuraram um período marcado por processos transitórios, como o pós-fordismo, o pós-comunismo os avanços e a reestruturação do sistema capitalista em torno do capital financeiro, o que ressignificou os conceitos em torno das identidades, além de traçar novos desafios no que tange ao enfrentamento das desigualdades e consequentemente no reconhecimento das diferenças. E é nesse contexto que cresce os coletivos negros buscando a valorização da sua história, da sua cultura e identidade. Décadas após despontar com o tema de representatividade, que ganha eco nas denúncias de racismo, mais recentemente diversos grupos dentro do Movimento Negro entendem que são necessários passos mais largos no sentido de garantir um projeto de emancipação econômica para a população negra.

Amparado no fortalecimento das identidades, os discursos do empoderamento e protagonismo negro teceram um “novo lugar” desse indivíduo na sociedade. Se antes o negro era majoritariamente objeto de estudo por sua condição de desigualdade e vulnerabilidade social, atualmente o foco de análise se transferiu para narrativas heroicas, na perspectiva de luta, superação e resistência. Nesse sentido, as questões de identidade, ativismo e engajamento político se fundem aos negócios de pessoas negras e as lutas de reafirmação identitária somaram-se à busca pela conquista dos mercados, sucesso econômico, circulação de dinheiro entre os negros, com os movimentos dos afroempreendedores no Brasil. Pautas que permitiram ao negro repensar o lugar da sobrevivência e ascender cada vez mais na sociedade capitalista.

Em paralelo, verificou-se que desde 2000 o Estado brasileiro fez um esforço no sentido de reconhecer a existência do racismo e desenvolveu estratégias de mitigação dos seus impactos. Foi assim em 2003, com a criação da Secretaria Especial de Promoção Racial que, em 2010, transformou-se em Ministério. Em 2010 aprovou-se o Estatuto da Igualdade Racial,

e, em 2012, a Lei de Cotas na Universidade. Nesta mesma época nota-se um crescimento exponencial de uma série de ações de fomento às lutas antirracistas, como a criação da Faculdade Quilombo dos Palmares, a realização do Projeto de Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileira, liderado pelo Instituto Adolpho Bauer (IAB), o Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiro de São Paulo (CEABRA) e pelo Serviço de Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e uma série de organizações do Movimento Negro.

Nas duas últimas décadas presenciamos, muito ancorada na ideia de garantir a circulação de recursos e dinheiro entre a população preta, ascender no cenário nacional diversas iniciativas de inclusão e diversidade, tanto vinculadas a ações do movimento social e de suas organizações, como a ações individuais e de responsabilidade empresarial. É o caso, dos inúmeros programas de diversidades das grandes corporações que inserem pessoas negras em seu quadro funcional, principalmente em posições de lideranças, os movimentos como o Movimento *Black Money*, a Feira Preta, Afrohub e outras ações que fomentam, além do orgulho negro, a capacidade e ascensão do negro no mercado de trabalho ou empreendedor, reivindicando uma maior mobilidade social desta população.

Desta forma, o empreendedorismo negro ganhou destaque nacional com a pesquisa “Os donos do negócio do Brasil”, feita pelo Sebrae a partir dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) publicada em 2013 (NOGUEIRA, 2013; NASCIMENTO, 2018; SILVA, 2018). Segundo o Sebrae (2013), os “donos do negócio” são os empreendedores, com ou sem CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), que estão à frente de um empreendimento. Aquela época a pesquisa revelou que 50% dos donos de negócio brasileiros eram negros. Negros aqui reflete a categoria de grupo populacional, formado por pessoas pardas e pretas, segundo IBGE (2006)¹. Nogueira (2013) problematiza aquilo que ele chama da “descoberta” dos empreendedores negros. Na perspectiva do autor, é como se antes dessa pesquisa os órgãos públicos sofressem de uma miopia que invisibilizava a força de empreender do negro no país.

O objeto dessa pesquisa é o Afroempreendedorismo. Este, por sua vez, pode ser chamado também de Empreendedorismo Negro. Ele pode ser considerado como simplesmente

¹ Segundo Osório (2026, p. 24), no documento “O Sistema de classificação de cor e raça do IBGE” a agregação de pretos e pardos e sua designação como negros para o IBGE justifica-se, estatisticamente, pela uniformidade de características socioeconômicas dos dois grupos e pelo fato de as discriminações, potenciais ou efetivas, sofridas por ambos os grupos, serem da mesma natureza. (IBGE, 2006)

o ato de empreender das pessoas negras no Brasil, nesta modalidade é chamado também de afroempreendedorismo em sentido amplo ou *lato sensu* (SANTOS, 2019); ou como ato de empreender, não só para garantia das fontes de renda, mas também como facilitador de autoafirmação e ação de combate ao racismo, este, chamado de afroempreendedorismo em sentido estrito ou *stricto sensu* (SANTOS, 2019) ou empreendedorismo engajado (FEIRA PRETA, 2019).

O nosso mergulho na literatura sobre o tema nos levou a considerar que o Afroempreendedorismo pode ser interpretado como um movimento político-econômico das pessoas negras que usam a sua ação empreendedora, não somente para a sua sobrevivência e relação com o mercado, mas também como um ato de ativismo para a reafirmação da sua identidade, resistência das mazelas sociais enfrentadas pela população negra e estratégia de combate ao racismo.

Desta forma, conceitualmente, a partir dos resultados observados, os afroempreendedores são pessoas negras que ressignificam a relação entre identidades e negócios, transformando-a em oportunidades, a partir da concepção e constituição de um mercado próprio e singular (o *Black Money*), fazendo das suas experiências empreendedoras espaços simbólicos de associação entre o econômico, o político, o social, o religioso e o cultural pautando a sua conduta ética a partir de uma noção de pertencimento com a identidade negra. Sendo assim, é relevante entender o processo de formação desses indivíduos como gerador de mudanças da sociedade.

Nosso objetivo geral passa por problematizar as intersecções entre identidade negra e empreendedorismo, identificando de que forma o pertencimento étnico-racial influi nas trajetórias de vida das pessoas negras que empreendem. Como objetivos específicos buscamos:

- ✓ Refletir sobre o Afroempreendedorismo e a sua dimensão simbólica, a partir dos construtos teóricos e empíricos abordados na trajetória da pesquisa, contribuindo assim para o avanço do debate da temática no campo da administração;
- ✓ Apresentar o cenário do afroempreendedorismo no Brasil, intercalando as trajetórias dos negros empreendedores no passado e no presente, trazendo dados da realidade socioeconômica dos negros e dos seus empreendimentos;
- ✓ Narrar as trajetórias de vida de nove empreendedores negros que utilizam a identidade como pano de fundo para a sua ação empreendedora, identificando como o pertencimento étnico-racial influencia as suas trajetórias de vida e empreendedora;

- ✓ E por fim, entender como o pertencimento étnico-racial atravessa a relação dos empreendedores negros com os seus negócios e com o ecossistema empreendedor;

Quando decidimos estudar o afroempreendedorismo, o escolhemos inicialmente pelo seu caráter de fenômeno relativamente recente na literatura. Mas, principalmente, decidimos abraçar esse tema porque gostaríamos de entender como se configura esse processo contemporâneo de avanço do empreendedorismo na vida das pessoas negras, algo que nos parece contraditório se considerarmos a condição de trabalhador por conta própria do negro desde o pós-abolição, cuja possibilidade de sobrevivência era a de ir à rua mercar (atividade que ele já desenvolvia, inclusive, quando em situação de escravização). Desta forma, para esta tese a categoria do negro “trabalhador” é fundamental para compreensão da realidade do negro “empreendedor”.

As pesquisas sobre relações raciais são importantes pela escassa produção de trabalhos que abordem a população negra na administração dos seus próprios negócios (ROSA, 2014), sendo necessários para uma compreensão histórica da “forma com que as pessoas se veem, se assumem e se colocam nas relações do cotidiano” (p. 256). Além disto, a contribuição acadêmica sobre esse sujeito social é importante para a elaboração de políticas públicas que visam combater as desigualdades que permeia a vida e os negócios dos empreendedores negros.

Essa é uma pesquisa de caráter qualitativo e, para o alcance dos nossos objetivos realizamos pesquisa bibliográfica e entrevistas em profundidade. Nosso caminho metodológico considerou o sistema de valores, as formas de interpretação da sua própria história, considerando as categorias: pertencimento étnico-racial, relação com os estudos, influência dos pais, relação com o mercado de trabalho, histórico empreendedor, motivos para empreender, perfil e condições dos negócios e percepção e relação com os ecossistemas empreendedores.

O modelo de análise se baseia no levantamento das trajetórias empreendedoras dos entrevistados, possibilitando assim a construção de quatro categorias, quais sejam, trajetórias de vida, trajetórias empreendedoras, negócios e ecossistema empreendedor. Os resultados foram tratados a partir da análise de narrativas. As entrevistas em profundidade foram realizadas com nove empreendedores, como dois eram sócios foram oito negócios.

O perfil dos empreendedores que entrevistamos é composto, primeiramente de pessoas que se auto afirmam negros e “AFROempreendedores”, ou seja, aqueles que empreendem a partir da perspectiva de raça e demonstram isso através do propósito dos seus negócios, dos nomes dos empreendimentos relacionados aos termos “Afro”, “Preto” e simbologias africanas.

Eles também segmentam seu público a partir da cor - apesar de essa não ser uma regra geral para todos os empreendimentos, e participam de diversas redes nos ecossistemas afroempreendedores das cidades do Rio de Janeiro/RJ e Salvador/BA.

Inicialmente as escolhas dessas duas cidades tinham como objetivo realizar uma análise comparativa das duas realidades, mas, os dados levantados e os primeiros resultados alcançados nos levaram a compreender que esses empreendedores tinham muito mais semelhanças do que diferenças. Desta forma, optamos por não realizar a análise comparativa, passando a considerar a realidade desse universo total de afroempreendedores para a contextualização desta pesquisa.

Além do quesito de autoafirmação, escolhemos empreendedores formalizados, ou seja, que possuem CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Físicas) enquadrados como micro e pequenas negócios, nas categorias Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP).

Nesta tese construímos um caminho teórico que consiste em refletir sobre a identidade negra e o empreendedorismo. Se do ponto de vista do campo dos estudos do materialismo histórico, a identidade pode servir de base para reforçar as distintas expressões de exploração e opressão dos grupos marginalizados. (HAIDER, 2018; FERRAZ, 2021; FERRETTI; SOUZA, 2020; MARLOW; MARTINEZ, 2018). Do ponto de vista do campo das relações sociais a identidade é entendida como constituinte e constituída das, e pelas relações sociais como uma instância de jogos simbólicos, disputas políticas, negociações, resistências, sobrevivências, tensões e formações discursivas (HALL, 1997, 2016; CANCLINI, 1999; BEZERRA, 2017; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009).

Do ponto de vista desta tese, esses dois discursos teóricos são apresentados dentro do campo de estudo das identidades. Mas em termos teóricos e metodológicos, não nos interessa o debate em torno dos conflitos dessas duas abordagens, pois muito já foi pesquisado e sistematizado nesta perspectiva, os intelectuais do campo das ciências sociais têm se ocupado desse debate há anos. O que de fato nos interessa é entender os atravessamentos dessas duas formas de conceber a própria identidade na prática dos empreendedores negros pesquisados, articulando as identidades do “homem empreendedor” e a “identidade negra engajada” nas lutas de combate antirracistas.

O centro do debate é observar e articular a dimensão singular dos seus discursos e práticas (HALL, 2016), as fusões e/ou reconversões para se adaptar às realidades (CANCLINI, 2013) ou as ações dos sujeitos e grupos organizados em torno do enfretamento, colaborando para fortalecimento de uma possível cultura contra-hegemônica (GRAMSCI,

1995).

Assim, situamos o debate sobre afroempreendedorismo no campo da identidade, compreendendo que o pertencimento étnico-racial é condutor de sentidos, significados, representações e trocas simbólicas e substantivas, assim como o empreendedorismo se caracteriza como um movimento de massa, que no contexto do mundo do trabalho na contemporaneidade torna-se alternativa de sustento para muitos, mas amplificador das diferenças sociais e econômicas no sistema capitalista.

Desta forma, escolhemos enquanto trajetória teórica analisar o afroempreendedorismo, a partir desses dois campos, o localizando, como fenômeno de dimensões materiais, econômicas, políticas e sociais, mas também como um campo de dimensões simbólicas, substantivas e discursivas. Poderemos notar esses dois caminhos durante toda a trajetória da tese. Mais diretamente, poderemos observar que enquanto no capítulo segundo, após a introdução, apresentamos os desafios de empreender para os negros, debatendo como essa ação empreendedora se caracteriza muito mais como uma ação-trabalho, muitas vezes afastando o trabalhador do acesso aos direitos, através de uma liberdade efêmera pautada na ideia de pejetização. No capítulo quarto identificamos como o fato de empreender para pessoas negras carrega em si valores, crenças, fé, sensação de pertença e compromisso de combate as desigualdades já experienciadas, conduzindo os seus sujeitos a vivenciarem outras formas do seu fazer-empendedor.

Além da introdução e das considerações finais, essa tese está dividida em outros seis capítulos, a saber. No segundo capítulo, após a introdução, realizaremos a caracterização do fenômeno do empreendedorismo no Brasil, conceituando as categorias que circunscrevem esse debate, como os trabalhadores por conta própria, os donos de negócios e os pequenos negócios (Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP)). Vamos abordar de que forma os movimentos de crescimento do autoemprego, juntamente com a reforma trabalhista de 2018, estão contribuindo significativamente para a substituição dos contratos formais de trabalho transformando-os em processos de “pejetização do trabalho” (COLBARI, 2015; GALDINO, 2017).

Além disso, discutiremos como o crescente incentivo à formalização desses trabalhadores na categoria MEI, apesar de apresentar vantagens, como a própria inserção dos trabalhadores informais no sistema da previdência, se apresenta como perdas de direitos trabalhistas, significando uma substituição do trabalho assalariado por pessoas jurídicas. Abordaremos também o empreendedorismo a partir de uma perspectiva histórica debatendo as

transformações deste conceito no campo econômico. (FILION, 1999a; FILION, 1999b; GARTNER, 2012). Trataremos da sua origem econômica, tocando na crítica ao espírito capitalista que contribuiu para forjar a existência de uma identidade empreendedora como condutora de mudanças no *ethos* do homem contemporâneo, cada vez mais materialista. (BARBOSA 2011; BORGES, 2010; DRUCK 2011; DRUCK; SILVA 2019; GORZ, 1998; MARQUESAN; FIGUEIREDO, 2014; LOPEZ-RUIZ, 2007; OLIVEIRA; MOITA, 2016; SOARES, 2008; TAVARES (2004 e 2018); ROCHA, 2018).

Por fim, ainda neste capítulo, um debate que muito nos interessa é sobre a dimensão e o sentido do trabalho para os empreendedores negros, afinal em grande parte dos casos, quando tratamos do fazer/empreender das pessoas negras tocamos em questões sensíveis ao trabalho – dimensões de realização e felicidade - aquela que liberta, mas também - dimensões de precarização e desigualdades – aquela que escraviza. Esse caminho foi percorrido passando pelos sentidos do trabalho (ANTUNES, 2000), considerando que no centro da realidade estão inseridos os trabalhadores por conta própria e/ou os donos de negócios, que tem no seu ato de empreender o sentido de resgate da dignidade em forma de labor.

No terceiro capítulo discutiremos o cenário do afroempreendedorismo no Brasil, entrecruzando análises do passado e presente. Discutiremos como a transição capitalista no Brasil foi processada tomando a raça como um componente indispensável ao modelo de desenvolvimento capitalista do país (CARDOSO; IANNI, 1960; FERNANDES, 1965; HASENBALG, 1979; CUNHA, 2004, SANTOS 1994; SILVA, 2008; POCHMANN, 2006) determinando uma política desigual para a população negra, incorrendo numa série de injustiças econômicas e culturais que permanecem até os dias atuais, sendo articulada a partir dos novos modelos neoliberais.

Além disso, elaboraremos uma síntese da invisibilidade do empreendedor negro no Brasil desde o período pós abolição (ALANIZ, 1997; ALENCASTRO, 2000; ANDREWS, 1998; KOWARICK 1994; POPINIGS 2013; NOGUEIRA, 2014; THEODORO,2008). Tratando das iniciativas econômicas negras que se proliferavam através de organizações coletivas, espaços comunitários, ajuda mútua, como os Quilombos (GOMES, 2015; LEITE, 2017; ARRUTI, 2010) até as Irmandades, Sociedades e Confrarias (LEITE, 2017; MATTOS, 2008; SOARES 2021) abordando como esses movimentos tem servido de referência para os novos modelos no centro dos movimentos afroempreendedores reunidos nos ecossistemas nos dias atuais.

E por fim, discutimos a realidade socioeconômica dos afroempreendedores no Brasil, apontado os dados da desigualdade, o perfil do empreendedor e os principais desafios, considerando as intersecções de gênero e classe, que demonstraram que as mulheres negras são as empreendedoras em maior nível de precarização e os microempreendedores individuais (MEI) são aqueles mais prejudicados por conta das desigualdades no ecossistema empreendedor.

No quarto capítulo faremos uma investigação sobre o histórico das pesquisas e os diversos conceitos no campo dos estudos em afroempreendedorismo no Brasil, trabalhando com diversos autores. (MONTEIRO, 2001; FIGUEIREDO, 2004; SOARES, 2004; DAVIES, 2010; JUNIOR, 2011; NOGUEIRA, 2013; SILVA, 2017; SILVA, 2018; SANTOS, 2019; NASCIMENTO, 2020; SOARES, 2021). Além disso, debateremos a identidade negra enquanto articuladora de uma série de dimensões que fornecem sentido ao empreendedorismo para além das relações materiais de mercado. A escolha do conceito de identidade sinalizou os campos dos estudos multiculturais e hibridização (HALL, 2016; CANCLINI, 2014), negando, a existência de uma identidade “pura”, ou “autêntica” dos sujeitos, abrindo espaço para as influências culturais que sinalizam a riqueza das experiências sociais dos empreendedores desta pesquisa, por isso entendemos a existência de movimentos afroempreendedores em suas diversidades e complexidades.

Em Munanga (2019) e Gomes (2017) abordaremos que o processo de construção da identidade nasce a partir da tomada de consciência das diferenças. Ainda em Hall (2016) trabalhamos com a ideia do “sujeito fragmentado”, “homem pós-moderno” atravessado por diversas identidades culturais em contraposição a ideia de “homem moderno” cristalizado em um ciclo de permanência da vida. (HALL, 2016, p.30-31).

Apresentaremos como o pertencimento étnico intercambia uma série de sentidos para a ação empreendedora, à medida que interconecta os empreendedores à cultura africana, a partir de uma concepção dos povos em diáspora (HALL, 2016; GILROY, 2007; PINHO 2004), estabelecendo uma ligação com os seus símbolos, com as suas crenças, transformando essa relação em oportunidade de mercado (NASCIMENTO, 2018; SILVA (2018). Avançaremos no debate ao problematizar como a religiosidade de matriz africana se estabeleceu a partir da ideia de pluralidade, alicerçada às diversas matrizes étnicas culturais dos povos africanos. E como ela vem servindo de base para fornecer dimensões simbólicas ao ato de empreender utilizando a fé, a crença e o significado de missão como valores altruístas, articulados com a mercantilização dos produtos e da ideia comercial em torno do Sagrado (ANJOS, 2008;

RIBEIRO; LIMA, 2019; GAIA, VITÓRIA E COMIN, 2019; BORGES, 2014).

Articularemos a ética como uma dimensão que conduz os sujeitos negros politizados para ações de alteridade, pautados a partir de uma relação de compromisso com a justiça social, (SEN, 2000), de redução das desigualdades da população negra. Para isso, articulamos os conceitos de dádiva (MAUS, 1974; CAILLÉ, 1998; FRANÇA FILHO, 2013) e ancestralidade como valor de alteridade (SÃO BERNARDO, 2018), que vem servindo de bases narrativas nas jornadas empreendedoras das pessoas negras, que afirmam um compromisso social nos seus negócios.

Além disso, nesse capítulo trabalharemos com o fenômeno do *Black Money* enquanto um modelo de mercado simbólico (HALL, 2005; CLANCLINI, 1999; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009; ROCHA, 2006;), que mais do que o valor do consumo, utiliza da representatividade enquanto valor simbólico de troca e compartilhamento que pauta as ações das pessoas. Neste capítulo também debateremos as redes de solidariedade em ecossistemas afroempreendedores, que se baseiam na ideia dos quilombos contemporâneos (NASCIMENTO, 2019; PATROCÍNIO, 2022) que tem colaborado para melhorar as condições de vida de muitos empreendedores no Brasil.

No quinto capítulo apresentaremos a metodologia das trajetórias de vida. Nos sexto e sétimo capítulos abordaremos os resultados das análises das trajetórias de vida dos empreendedores com os principais resultados apresentados abaixo. Os resultados demonstraram que a questão de se entender enquanto pessoa negra é definitiva para o posicionamento dos empreendedores no mundo. Isso vai estabelecer o seu lugar de relacionamento consigo mesmo, com o outro, com o entorno, com o negócio e consequentemente, com o seu público consumidor, fornecedor, seus funcionários e com o próprio ecossistema empreendedor.

Os afroempreendedores da nossa pesquisa, para além da dimensão econômica de materialidade e sobrevivência, dão uma série de outros sentidos a sua ação empreendedora associando-a a propósito de vida, reafirmação da sua identidade, combate ao racismo, projeto de ascensão da população negra, missão espiritual, conexão ancestral, além de dimensões de ressignificação das identidades negras, como superação, resistência, triunfo e auto realização. Os seus negócios são meios para concretizar os seus valores no mundo, os negócios se caracterizam como negócios sociais ou de impacto social, articulando as dimensões do social e econômico.

Eles se articulam em um mercado de bens simbólicos (*Black Money*), fomentando a

mobilidade social de pessoas negras através de redes de solidariedades em formato de ecossistemas afroempreendedores. Eles buscam predestinadamente, contribuir para uma sociedade mais representativa, pautados por uma ética em torno do pertencimento étnico racial. Desta forma, em suas trajetórias de vida os afroempreendedores ressignificam a relação entre identidades e negócios, a partir da concepção de um compromisso étnico de justiça social com a busca por melhoria e dignidade para as pessoas negras. Eles articulam, um mercado próprio e singular, e a atuação em redes de apoio mútuo entre afroempreendedores, fazendo das suas experiências espaços simbólicos de interconexão entre o mundo material e substantivo.

2 EMPREENDEDORISMO E A IDENTIDADE DO HOMEM EMPREENDEDOR: TRABALHADORES POR CONTA PRÓPRIA, DONOS DE NEGÓCIO E O EMPREENDEDOR DE SI

Abordar os contextos socioeconômicos e compreender as desigualdades em torno das realidades dos trabalhadores por conta própria ou dono dos negócios no Brasil é compreender o sistema econômico a partir de uma perspectiva crítica. Empreendedorismo enquanto parte dos sistemas de opressão está situado no campo das discussões sobre o capitalismo. Nesta perspectiva, o empreendedorismo é definido como instrumento direto para a exploração da mão de obra e para geração de excedente, realização de riqueza e acumulação. (FERRETTI; SOUZA, 2020; MARLOW; MARTINEZ, 2018),

Os intelectuais que estudam a intermediação entre empreendedorismo e identidade, no campo dos estudos de raça e classe, afirmam que o empreendedorismo encontrou na questão identitária terreno fértil, como se a disseminação de um pretense espírito capitalista fosse condição necessária para a solução das opressões “como meio de inclusão das minorias sociais que historicamente tem tido dificuldade para vender e reproduzir sua força de trabalho” (FERRAZ, 2022, p.1)

Segundo Ferraz (2022) faltam estudos que tratem das questões do trabalho junto às questões identitárias, especialmente diante do quadro da crescente pauperização do trabalho, como movimento em consonância com as chamadas políticas neoliberais, por esta razão, a autora afirma ser importante a realização da crítica, colocando a opressão e a exploração dinamizada em uma abordagem histórico-materialista, sobretudo nos países periféricos, onde o fomento ao empreendedorismo cresce exponencialmente. (FERRAZ, 2021, p. 2):

Considerando o caráter diverso e heterogêneo da classe trabalhadora é necessário compreender a diversidade no interior da classe. A complexidade da reprodução do capital subsume igualmente relações de poder que antecedem o modo capitalista para criar hierarquias e abrir barreiras entre explorados e oprimidos. Com isso, as opressões que atravessam a classe trabalhadora: o patriarcado, o machismo, as questões raciais, a família heteronormativa se tornam pontos de afastamento e não de convergência na luta contra a desumanização provocada pelo estranhamento. (FERRAZ; FERRAZ, 2021, p. 252).

Em seu livro, “Armadilha da Identidade: raça e classe nos dias de hoje”, Haider (2018) afirma que enquanto sociedade devemos rejeitar a identidade como base para se pensar a política identitária, considerando, que, na percepção dele, a identidade é uma ideologia de indivíduos assujeitados e por se tornarem justamente negros, mulheres, trabalhadores ou qualquer outra identidade, possibilita-se o funcionamento e a manutenção das instituições

políticas e econômicas orientadas para a sociabilidade capitalista.

Por outro lado, a abordagem de Haider, no ponto de vista das relações sociais é percebida como limitada, considera que a identidade, em vez de ser uma variável dependente das estruturas, faz parte da cultura, uma dimensão constitutiva da vida social (HALL, 1997, p. 9). Ambas as correntes teóricas concordam que o capitalismo, a globalização e os processos de mercado vem alterando a forma de vida na contemporaneidade, interferindo significativamente na forma de viver e se relacionar das pessoas. A diferença é que, enquanto uma concebe identidade como movimento de uso e domínio para a opressão das classes, a outra a percebe como tensão viva, plural e híbrida, impactada, mas também impactante dos processos hegemônicos vigentes. (BEZERRA, 2017).

Para Haider, as reivindicações identitárias nos dias atuais, imprimiram um processo de distanciamento dos movimentos de massa, momento em que os ideais neoliberais e individualistas passam a dar significado para esse vazio. Ele afirma que esse movimento pode ser percebido de duas formas: primeiro que a busca de justiça passou a ser feita por vias individuais, pelas reivindicações de cada pessoa a partir das instituições democráticas, alijando-se da possibilidade de mudanças estruturais ao satisfazer-se com a inclusão no sistema capitalista e os valores burgueses; e segundo, que, nesse contexto, em que só é considerada “identidade” a que difere da dominante, a identidade branca masculina é consagrada enquanto neutra (essa mesma identidade que é a efetiva política identitária que move as sociedades).

O autor classifica esse fenômeno como a “armadilha da identidade” e é justamente neste contexto que mora o desafio do afroempreendedorismo, no caminho de articular as identidades em torno das agendas coletivas, inserindo em suas pautas os projetos de alteridade que consigam superar os desafios para além das questões pontuais, ultrapassando as barreiras do sucesso dos perfis individuais. Despersonalizar a luta e garantir que movimentos como o *black Money* e a diversidade racial ocupem as agendas públicas tornando-se prioridade, é o desafio em coletividade que poderá conceber mudanças reais da condição dos negros que empreendem a partir de uma política estrutural de reparação e ação afirmativa no país.

Hall (1997, p. 9) empreendendo uma crítica a esse modo de estabelecer as identidades numa perspectiva das hegemonias, aquilo que ele chama de modelo restritivo, propõe uma “virada cultural”, que nas palavras do autor,

Uma revolução conceitual de peso está ocorrendo nas ciências humanas e sociais. Refere-se a uma abordagem da análise social contemporânea que passou a ver a cultura como uma condição constitutiva da vida social, ao invés de uma variável dependente, provocando, assim, nos últimos anos, uma mudança de paradigma nas

ciências sociais e nas humanidades que passou a ser conhecida como a “virada cultural”. (HALL, 1997, p. 9).

Hall (2016, p. 377) afirma que a hegemonia cultural nunca é uma questão de vitória ou dominação pura. Ele afirma que nunca é um jogo cultural de perde-ganha; sempre tem a haver com a mudança no equilíbrio de poder das relações da cultura; trata-se sempre de mudar as disposições e configurações do poder cultural e não se retirar dele. Para o autor, as críticas à identidade na percepção das estruturas, estabelecem uma atitude do tipo “nada muda, o sistema sempre vence”.

Ele continua, é preciso considerar que os grupos não dominantes, os movimentos diversos em torno das questões locais, são também estratégias culturais capazes de fazer a diferença. Mesmo reconhecendo que os espaços culturais são poucos, dispersos, policiados e regulados, sendo muitas vezes subfinanciados, existindo sempre um preço de cooptação a ser pago, e algumas vezes assumindo o caráter de espetacularização, Hall propõe, que simplesmente menosprezá-los chamando-o de “o mesmo”, não adianta. O autor complementa, que embora os movimentos identitários dentro da cultura permaneçam periféricos em relação ao *mainstream* nunca foi um espaço tão produtivo quanto é agora e isso é uma abertura dentro dos espaços dominantes, assim como é também o resultado de políticas culturais de lutas em torno das diferenças. (HALL, 2016, p. 376)

Com isso, o nosso desafio é articular as subjetividades das pessoas que empreendem, apesar das estruturas desiguais do sistema capitalista, identificando de que forma os “trabalhadores por conta própria” ou Microempreendedores individuais (MEI), categorias de empreendedores atravessados pelas realidades assimétricas dos mercados, conseguem instituir sentidos e significados às suas práticas, tendo como base estrutural das suas ações o pertencimento a identidade negra.

Um desafio que nos exige a leitura crítica das estruturas em determinados momentos, mas também a fuga em outros para reconfigurar mercados, economias e dimensões simbólicas como, a política, a cultura, a religião, os interesses, valores e crenças não como estruturas desgarradas, mas simbióticas e fundante das relações sociais no sistema. Assim, neste primeiro capítulo iniciaremos o debate do empreendedorismo a partir da crítica ao sistema capitalista e a identidade do homem empreendedor ou do empreendedor de si. E no quarto capítulo desta tese, a partir da discussão do afroempreendedorismo e o seu caráter simbólico trataremos das questões da identidade negra, numa perspectiva teórica em torno dos estudos multiculturalistas das diferenças.

Assim, este primeiro capítulo está dividido em duas etapas: na primeira parte faremos uma caracterização do fenômeno do empreendedorismo no Brasil, conceituando as categorias que circunscrevem esse debate, como os trabalhadores por conta própria, os donos de negócios e os pequenos negócios (Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP)). Abordaremos como o avanço do capitalismo vem causando transformações do trabalho produtivo em trabalho flexível, e o fechamento dos postos de trabalho tem empurrado cada vez mais os trabalhadores para o autoemprego.

Discutiremos também como a reforma trabalhista contribuiu significativamente para a substituição dos contratos formais de trabalho substituindo por processos de “pejotização do trabalho” (GALDINO, 2017). Além disso, o crescente incentivo à formalização desses trabalhadores na categoria MEI, apresenta deveras alguns benefícios, mas aponta, principalmente para as perdas de direitos trabalhistas, significando uma substituição do trabalho assalariado por contratos de pessoas jurídicas, mas que ao ascender a essa “nova” categoria os empreendedores não conseguem colher as benesses que, teoricamente lhe proporcionaria.

Na segunda parte, o empreendedorismo será abordado a partir de uma perspectiva histórica debatendo as transformações deste conceito no campo econômico. Esse caminho será percorrido passando pelos sentidos do trabalho (ANTUNES, 2000), considerando que no centro da realidade dos empreendedores no Brasil estão inseridos os trabalhadores por conta própria e/ou os donos de negócios, que tem no seu ato de empreender o sentido de resgate da dignidade em forma de labor. Passaremos também pela origem econômica do empreendedorismo, chegando aos comportamentalistas e finalizando com as abordagens críticas que fundamentam a existência de uma identidade empreendedora como condutora de mudanças no *ethos* do homem contemporâneo.

2.1 CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: TRABALHADORES POR CONTA PRÓPRIA E DONOS DE NEGÓCIOS

Nesta sessão delimitaremos o contexto de empreendedorismo que estamos abordando nesta tese e que serviram de base, tanto para as escolhas teóricas, quanto para as escolhas de campo. Algumas discussões são importantes nesse processo, como por exemplo, entender quem são os empreendedores brasileiros, de que forma eles estão posicionados dentro do mercado nacional, como se estabelece a fronteira entre empreendedores formais e informais ou os “trabalhadores por conta própria” e os “donos de negócios”, além de caracterizar o contexto

dos pequenos negócios no Brasil, circunscrito pelas categorias empresarias de Microempendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP), que demarcam os empreendedores desta pesquisa.

Há décadas, o avanço do capitalismo vem causando transformações do trabalho produtivo em trabalho flexível, e o fechamento dos postos de trabalho da indústria tem empurrado cada vez mais os trabalhadores para a informalidade ou para se tornarem trabalhadores por conta própria. A categoria de “Trabalhadores por conta própria”, segundo o IBGE (2022) é formada por pessoas que trabalham explorando o seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregado e contando, ou não, com ajuda de trabalhador não remunerado de membro da unidade domiciliar em que reside. Eles também são chamados de trabalhadores autônomos. São trabalhadores que atuam nas mais variadas atividades de comércio e serviço, inseridos no mercado tanto em ocupações de maior qualificação, como a de profissional liberal, quanto naquelas de baixa qualificação, como a de ambulante. (ROSSI, 2018, p.2)

Diante desta realidade o empreendedorismo atravessa os contextos do mundo do trabalho, dialogando com os conceitos de trabalhador por conta própria e informais, como forma de inserção possível, para uma parcela dos trabalhadores em situação de desemprego. A informalidade é caracterizada pela responsabilização do próprio trabalhador em prover o seu sustento, uma vez que não apresenta possibilidade de vínculo legal, acarretando assim na ausência de proteção do estado. (BARBOSA 2011; BORGES, 2010; DRUCK 2011; DRUCK e SILVA 2019; GORZ, 1998; ROSSI, 2018).

Apesar desta tese não trabalhar, diretamente, com a categoria de “trabalhadores informais” no campo empírico, o conceito tangencia a realidade de muitos dos empreendedores entrevistados, considerando que os mesmos são em sua maioria MEIs (Microempendedores Individuais), categoria institucional situada no campo da política pública de empreendedorismo que incorporou o trabalhador informal, o trabalhador autônomo e o trabalhador por conta própria. (COLBARI, 2015, p.171)

Esses profissionais, que são inseridos dentro dos grupos de empreendedores, principalmente a partir das metodologias de pesquisas de instituições como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa) e GEM (Global Entrepreneurship Monitor), dentre outros, são em sua essência trabalhadores que se valem de uma série de estratégias de inserção laboral no mercado de trabalho para a sua sobrevivência. As categorias “empresários”, “capitalistas” e “proprietários dos meios de produção”, passa ao largo das suas realidades.

Diante desse contexto, é importante entender quais os sentidos e significados o empreendedorismo consegue capitanear para si enquanto dimensão de trabalho nos contextos dos trabalhadores por conta própria.

A atual conjuntura do mercado de trabalho, não só no Brasil, mas no mundo, é complexa. Os trabalhadores, além de precisar enfrentar o grande número de demissões por conta da Pandemia de Covid-19, entre os anos de 2020 e 2021, precisaram também enfrentar o avanço da tecnologia, as diversas crises, aumento da inflação, perda do valor do salário, entre tantas outras adversidades econômicas, sociais e políticas, que neste início de século vem demandado rápidas adaptações e adoção de estratégias diversificadas. E é justamente nesse contexto de acirramento das crises e das condições de desigualdades no mundo do trabalho que cresce o empreendedorismo.

Segundo o IBGE (2020), em 2020, de abril a julho, em pleno pico do isolamento social, com a pandemia de covid-19, cerca de 3 milhões de trabalhadores ficaram desempregados. Pessoas que de uma hora para outra viram-se desesperadas sem trabalho e sem possibilidades de renda. No final de julho, quando parte das cidades ainda não tinham aberto as portas dos comércios e o número de mortes pela covid crescia assustadoramente, a taxa de desocupação chegou a 13,7%, o que correspondeu a 12,9 milhões de pessoas.

O IBGE (2020) também apontou que, 68% dos trabalhadores que ficaram sem trabalho no segundo trimestre de 2020 tinham postos informais. Até o final de 2019, essa categoria representava 38 milhões de pessoas e, em muitos estados brasileiros, o número de informais supera a barreira de 50% do total de trabalhadores. Da mesma forma, a última edição da Pesquisa GEM, 2021, demonstra que no Brasil 30,4% da população adulta (18 a 64 anos) estava envolvida com a estruturação, administração ou consolidação de uma iniciativa ou negócio no campo do empreendedorismo. Essa Taxa Total de Empreendedorismo (TTE) brasileira colocou o país na 5ª colocação em um *ranking* global de 50 economias que participaram da pesquisa.

Percebemos como os conceitos de “trabalhador por conta própria” ou “trabalhador informal”, “trabalhador autônomo” ou “trabalhador liberal” se assemelham ao conceito de “donos de negócio” cunhado no campo das políticas institucionais do empreendedorismo. Segundo o Sebrae (2022) os “donos de negócios” são indivíduos que estão à frente de um empreendimento, com ou sem CNPJ (cadastro nacional de pessoa jurídica), que podem ser classificados como empregador, aquele que tem ao menos um funcionário contratado pelo empreendimento; ou por conta própria, aqueles que não tem funcionários e trabalham sozinhos em seus negócios. “Empregador” e “por conta própria” são categorias diferenciadas pela

contratação ou não de funcionários.

Em resumo, empreendedorismo enquanto conceito no campo da prática no Brasil dialoga com esse contingente de “trabalhadores por conta própria” ou “donos de negócios”, formalizados ou não, que podem ter funcionários ou não e basicamente estão à frente de um empreendimento. Empreendimento pode ser físico, mas também, uma ideia, um projeto ou uma iniciativa (GEM, 2022). Para o Sebrae (2021), o termo empreendedorismo se refere a habilidade que um empreendedor tem para solucionar problemas, gerar oportunidades, criar soluções e investir na criação de ideias relevantes para seu público e sociedade. A inovação está ligada ao ato de desenvolver algo que se diferencie do que já exista no mercado.

O programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) conceitua o empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento (formalizado ou não), seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Eles classificam os empreendedores em três categorias, os empreendedores nascentes, novos e estabelecidos:

Os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses; Os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos); Os empreendedores estabelecidos são aqueles que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses. (RELATÓRIO GEM 2021, p. 5).

A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) realizada pelo Sebrae, em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) revelou que a taxa de empreendedorismo potencial no Brasil cresceu 75% entre 2019 e 2020, passando de 30% para 53%. Essa taxa representa o contingente de pessoas que ainda não empreendem e que querem abrir um negócio nos próximos três anos. Essa porcentagem representa 50 milhões de brasileiros que ainda não tem um negócio, mas estão se planejando ou pensando em ter uma iniciativa ou empreendimento nos próximos anos. Isso demonstra a força do empreendedorismo no imaginário das pessoas no Brasil.

Segundo a mesma Pesquisa, em 2020, principalmente por conta das consequências da Pandemia, 63% das famílias brasileiras tiveram redução de renda. Sendo que somente 7% das famílias conseguiram apresentar aumento de renda e 30% se mantiveram estáveis. Essa redução de renda acaba interferindo no desejo das pessoas em querer ser dona dos seus próprios negócios, seja como atividade principal ou como atividade complementar à renda familiar. A

pesquisa GEM também identificou que ter uma empresa está entre os maiores desejos do brasileiro, tornando-se o 3º sonho mais citado por 46% das pessoas pesquisadas.

Além disso, a pesquisa também apontou que a taxa de formalização, ou seja, de empreendedores que passam a ter CNPJ, cresceu 69% entre 2019 e 2020. O total de empreendedores com CNPJ, entrevistados na pesquisa, passou de 26% para 44%, o maior crescimento dos últimos quatro anos. Em 2017 somente 15% dos empreendedores eram formalizados e, em 2018, 23%. Esse fato se deve, principalmente a facilidade de abertura do MEI (Microempreendedores Individuais), que conseguiu reduzir a burocracia no processo de retirada do CNPJ. Ao serem questionados sobre os principais motivos que os levaram a formalizarem-se, os entrevistados citaram: desejo de estar formalizado, benefícios de estar regularizado, contribuição para a previdência, exigência dos clientes para emissão de nota fiscal.

A busca pela massificação da formalização dos empreendedores por parte das políticas públicas de empreendedorismo, segundo Colbari (2015, p. 172) aponta para a questão da institucionalização de segmentos historicamente destituídos de existência civil legal, mas que no fundo tem como objetivo a ampliação da base formal da economia, evitando assim a evasão fiscal e outros efeitos indesejados para a sociedade em termos geral. Sobre a questão de o empreendedorismo tornar-se cada vez mais interesse das políticas públicas, o autor afirma:

Desde a década de 1990, tem sido frequente, nos discursos e nas agendas do setor público e do privado, o destaque das iniciativas dirigidas ao fomento do empreendedorismo individual e de pequeno porte, ora com caráter mais defensivo (programas e projetos voltados para qualificar os empreendimentos e empreendedores motivados pela necessidade), ora com caráter mais ofensivo (ações e programas para despertar “vocações” empreendedoras capazes de identificarem as oportunidades de negócios). Nesses dois vetores — da necessidade e da oportunidade — as atividades autônomas e os pequenos “negócios” ocupam espaços significativos na configuração econômica e social brasileira, tornando compreensíveis as mudanças institucionais e a proliferação de ações de formação e socialização direcionadas ao setor. COLBARI (2015, p. 172).

Para Colbari (2015, p. 172) entender as intenções por trás das políticas públicas, no entanto, não minimiza os impactos benéficos da regulação para os empreendimentos, pois lhes possibilita o acesso ao crédito e à emissão de nota fiscal, além de incluir o empreendedor e seus empregados, quando houver, no sistema de seguridade social. Porém, é bastante expressivo o número de trabalhadores que não conseguem acessar esse universo. A “Pesquisa Empreendedorismo Informal” realizada em 2019 pelo Sebrae, por exemplo, apontou que “18,4 milhões de empreendedores informaram não ter CNPJ, isso corresponde a 68% do total de pessoas que se declararam “donos de negócios”.

Alçar os trabalhadores por conta própria à categoria de empreendedores, tira do Estado a obrigação de garantir a proteção social dos mesmos, ao mesmo tempo que obriga os trabalhadores a auto responsabiliza-se unicamente pela sua condição laboral. Além disso, o mercado privado se beneficia a medida que não precisa ser corresponsável pela garantia dos direitos trabalhistas, desonerando as suas folhas, reduzindo seus custos de operação e consequentemente aumentando seus lucros.

Com relação ao universo dos pequenos negócios e das micro e pequenas empresas, o Estado brasileiro classifica os empreendimentos de três formas, considerando o valor do faturamento anual: Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP). O Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte regulamenta o funcionamento e as relações estabelecidas no âmbito desses negócios. Sobre o tema, Colbari (2015), sinaliza,

Outro aspecto relevante nesse percurso reporta às mudanças institucionais, o Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (Lei Complementar n.º 123/2006, popularizada como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa), que estabeleceu o tratamento diferenciado aos pequenos negócios por meio de uma série de medidas: redução considerável dos procedimentos burocráticos para abertura, funcionamento e encerramento de uma pequena empresa; redução da carga tributária, facilidades no acesso ao crédito e na participação nas aquisições de bens e serviços pelo poder público; medidas de estímulo à inovação, à educação empreendedora e ao associativismo. (COLBARI, 2015, p. 172).

O Microempreendedor Individual (MEI) está regulamentado pela Lei Complementar nº128/2008 e estabelece a regularização de negócios bastante simples. Segundo o Sebrae (2017, p. 2) esse tipo de negócio é característico por uma pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para fazer parte dessa categoria, o empreendedor, não pode ter participação em outra empresa como sócio titular. Essa categoria pode ter no máximo um empregado contratado, ou estagiário que receba o salário mínimo ou o piso da categoria.

Teoricamente, trata-se de uma categoria que visa estimular a formalização de todos que trabalham por conta própria garantindo os direitos previdenciários, acesso a crédito e tributação simplificada. Para este tipo de empresa, segundo o Sebrae (2017) não existe a obrigatoriedade de um serviço de contabilidade estabelecido, o que é necessário para as ME e EPP. Além disso, o valor do imposto pago pelo MEI, mensalmente não está relacionado ao faturamento, pois tem um valor único, relativo a atividade que irá exercer (serviço, comércio ou indústria). Segundo o Sebrae (2022) a categoria MEI é estratégica como porta de entrada para a formalização da atividade empreendedora.

A Lei Geral também criou a figura do microempreendedor individual (MEI), ao

definir um regime tributário específico para o autoemprego, além de um sistema simplificado *online* (Portal do Empreendedor) de inscrição dos beneficiários e de sua inclusão no sistema previdenciário. A legislação considera Microempreendedor Individual (MEI) a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. [...] Também pode se cadastrar como MEI um trabalhador assalariado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria e o empresário individual (na legislação anterior chamado de firma individual), designação reservada aos que exercem em nome próprio uma atividade empresarial, na condição de pessoa física (natural) titular da empresa. (COLBARI, 2015, p. 172).

Os benefícios no processo de formalização do MEI, são: aposentadoria, auxílio doença, auxílio maternidade, emissão de notas fiscais e redução do número de impostos, dentre outros (SEBRAE, 2019). Além disso, na arrecadação de impostos o MEI fica isento dos impostos federais, como o Imposto de Renda, Programa de Integração Social – PIS, Contribuição para Financiamento da Seguridade Social – COFINS, Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL. O limite de faturamento MEI para 2022 é de R\$ 81 mil, isso corresponde a uma média mensal de R\$ 6.750 (seis mil e setecentos e cinquenta reais). Existe um projeto de lei em tramitação para alterar os limites do Microempreendedor Individual (MEI) para R\$ 130 mil e contratação de até 2 funcionários.

O perfil dos empreendedores inseridos na categoria MEI demonstra a realidade dos trabalhadores por conta própria no Brasil. Em relação a escolaridade, segundo o Sebrae (2022), 42% deles possuem ensino médio ou técnico completos e 34% possuem superior incompleto ou mais. 54% deles são negros, 43% são brancos e 3% outros. Em sua grande maioria eles se localizam na faixa etária de 30 a 49 anos (60%). Em relação ao sexo, 55% são homens e 45% mulheres. E apresenta uma renda média familiar de R\$ 4.180 (quatro mil, cento e oitenta reais), com uma média de 3,2 indivíduos por residência. 37% dos domicílios dos MEI dependem exclusivamente da renda do empreendedor e 62% dependem de outras rendas de pessoas da família na residência. 38% dos seus negócios funcionam em casa, 27% funcionam em estabelecimentos comerciais, 16% são itinerantes atendendo nas casas ou empresas dos clientes, 10% funcionam na rua, como ambulantes, em carro, quiosques ou *foodtrucks* e 9% funcionam em outros lugares.

Já uma Microempresa (ME) é um empreendimento (de comércio, serviço ou indústria) com tratamento diferenciado e simplificado nos campos administrativo, fiscal, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial. Elas possuem faturamento anual de até R\$360 mil reais. O pagamento de impostos pode ser realizado de forma simplificada. Na microempresa, técnicas de gestão precisam ser conhecidas e implantadas. (SEBRAE, 2017. p. 2)

Segundo o Sebrae (2017) uma empresa de pequeno porte (EPP) exige habilidade mais apuradas. As técnicas de gestão ficam em maior evidência e o empresário precisa acrescentar diferencial competitivo, por meio de inovação e tecnologia, de maneira a atingir a plenitude, em que o controle e a previsibilidade estarão mais presentes. Podem faturar, também anualmente, entre R\$ 360 mil reais e R\$ 4,8 milhões de reais. (SEBRAE, 2017, p. 2).

Segundo o Sebrae (2022), do universo de MPE (Micro e Pequena Empresa) no Brasil, 81,6% delas são ME e 18,5% EPP. Os perfis dos empreendedores inseridos nestas duas categorias demonstram o nível de desigualdade se comparado ao perfil dos empreendedores individuais (MEI). O primeiro tem nível de escolaridade maior, sendo que 44% deles possuem nível superior completo, contra 34% dos MEI. Eles possuem, em sua grande maioria empreendimentos comerciais próprios, 68%, enquanto para o MEI esse número era de 38%. A renda média familiar dos ME e EPP é de R\$ 10.871,55, enquanto a do MEI é de R\$ 4.180, uma renda 62% maior do que a do MEI, apesar de possuírem menos pessoas morando na mesma residência (média de 3 pessoas enquanto a média do MEI é de 3.2 pessoas por residência). A maioria deles é formada por homens (71%) e brancos (58%). 37% dos empreendedores ME e EPP eram negros, enquanto que em relação ao MEI esse índice era de 54%.

Segundo a pesquisa “Atlas dos Pequenos Negócios”, realizada pelo Sebrae em 2022, os pequenos negócios no Brasil, envolvendo todas as categorias dos “donos de negócios”, representam 99% do número de empresas existentes, eles são responsáveis por 30% de todas as riquezas produzidas no país (PIB nacional), por 54% dos empregos de carteira assinada e 44% de todos os salários pagos no país em empregos formais. Em 2021, 78% dos empregos formais foram criados por pequenos negócios e mais de 86 milhões de brasileiros são beneficiados pela atividade empreendedora, isso representa 40% da população. (SEBRAE, 2022, p. 17)

O Atlas também apontou que, entre os anos de 2012 e 2021, o número de trabalhadores por conta própria no Brasil cresceu 26%, passando de 20,5 milhões para 25,9 milhões. Da mesma forma cresceu o número de formalizações entre os MEIs que passou de 2,6 milhões para 11,3 milhões no mesmo período, um incremento de 323%. Segundo o documento, isso significa um crescimento mais que 12 vezes maior entre os MEI, se comparado aos trabalhadores por conta própria que não se formalizaram. Nota-se então, que as pessoas que outrora faziam parte do universo de “trabalhadores por conta própria” passaram a categoria de “empreendedores individuais”, mas vivendo as mesmas condições estruturais de desigualdade no mercado de trabalho.

Segundo o “Atlas” a divisão do número de Microempreendedores Individuais pelo de “Trabalhadores por conta própria”, leva a um indicador de “grau de cobertura” do MEI. Quanto maior esse percentual, maior tende a ser o grau de formalização do empreendedor por conta própria. Por essa métrica, é possível ver que a formalização avançou consideravelmente nos últimos anos. De março de 2012 (primeiro mês disponível com dados da PNAD Contínua) a dezembro de 2018, o grau de cobertura do MEI saiu de 9,5% para 32,6%. Ou seja, em seis anos o nível de formalização triplicou. Se for considerado o período de 2018 a 2021, é possível notar que o grau de cobertura do MEI saiu de 32,6% para 43,5%, ou seja um aumento de 11 pontos percentuais em apenas três anos.

Sebrae (2021) afirma que 28% dos MEIs já atuavam fora do mercado formal, sendo que suas ocupações principais eram empreendedorismo informal (13%) ou empregado sem carteira (15%), quando decidiram adotar o regime do Microempreendedor Individual. A pesquisa aponta que a proporção de informais vem sendo reduzida ao longo do período (2013-2021), principalmente em relação ao empreendedor informal. A partir desses o Sebrae estima que cerca de 2,5 milhões de pessoas deixaram de ser informais no Brasil, em 2021 (28% de 8,7 milhões de MEI em atividade), decorrente do registro do MEI.

Os Institutos tratam esse processo, como se o fato de passarem a categoria de “empreendedores” ou “donos do negócio” fosse suficiente para resolver as questões materiais desses indivíduos. O fato é que a própria condição financeira-econômica dos MEIs no Brasil, ainda é precária considerando que a sua renda média é menor do que dois salários mínimos alcançando um valor de R\$ 2.098 (dois mil e noventa e oito reais), segundo o Sebrae (2021). Ao considerar a diferença de renda entre os empreendedores negros e brancos essa desigualdade fica ainda mais perceptível. O rendimento médio mensal dos empreendedores negros é 34% inferior ao dos brancos (respectivamente, R\$ 1.714 (hum mil setecentos e quatorze) e R\$ 2.587 (dois mil quinhentos e oitenta e sete)). Quando insere à questão de raça a questão de gênero nota-se que o rendimento médio mensal das mulheres negras é 44% inferior aos dos homens brancos. Elas recebem R\$ 1.539, 00 (hum mil quinhentos e trinta e nova reais).

Já em relação às Micro Empresas e Empresas de Pequeno Porte, o “Atlas do Pequeno Negócio” aponta que 13% dos empreendedores eram informais antes da abertura do negócio, sendo que 6% já exerciam a atividade como empreendedor informal e outros 7% eram empregados sem carteira assinada. A quantidade de empreendedores que saíram da informalidade por intermédio da abertura de Micro e Pequenas Empresas caiu 13%, em 2021. Isso significa que com a precarização do período pandêmico, os empreendedores acessaram

mais a formalização através do MEI, do que das outras modalidades de empresas. Enquanto o número de MEI formalizados cresceu 8%, em 2020, primeiro ano da pandemia, o volume de Micro e Pequenas Empresas (MPE) formalizadas caiu 0,5% em relação a 2019.

É importante problematizarmos que, se por um lado a formalização como MEI alcança, nos dias atuais, um número de pessoas dentro do universo de “trabalhadores por conta própria” que conseguem ser incorporados ao mercado, acessando o mínimo dos direitos previdenciários básicos. Por outro, isso significa que cada vez mais um número alarmante de pessoas está largado a própria sorte dentro do sistema capitalista, dependendo unicamente do esforço daquilo que consegue produzir para garantir suas condições estruturais de sobrevivência, da sua família e do seu futuro. Considerando que essas pessoas vivem em condições tão desiguais, ainda precisam viver diariamente com as mensagens de autoajuda dos gurus empreendedores, que os aconselham a se planejar, usar planilhas, fazer reservas de emergência e tudo mais que esse discurso empreendedor demanda dos trabalhadores.

Além disso, os estudos demonstram uma transferência, por parte das empresas, da modalidade de contratação CLT para a modalidade de PJ em postos de trabalhos, principalmente pela flexibilização das leis trabalhistas nos últimos anos. Muitas vezes transferindo para o próprio trabalhador a sua garantia de permanência e sustentação das garantias de trabalho, como valores com deslocamentos, alimentação, plano de saúde, seguro de vida e etc para se manter trabalhando.

Segundo a Nota Técnica do Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) (2019, p.8),

Essa expansão significativa dos contribuintes fora do assalariamento padrão reflete também uma transformação global do mercado de trabalho ao longo de todo o período – caracterizada por ampliação dos trabalhadores por conta-própria e pequenos empregadores. É de se ressaltar o relevante aumento da proporção de trabalhadores que, nessa condição, passaram a contribuir para a previdência por iniciativa própria, o que guarda relação com as novas modalidades de contribuição.

A Reforma Trabalhista, que entrou em vigor em novembro de 2017, contribuiu significativamente para a substituição dos contratos formais de trabalho entre trabalhadores e empregadores substituindo por processos de “pejotização do trabalho” (GALDINO, 2017). Segundo o Dieese (2019, p. 8) isso se deve as alterações na legislação vigente, entre as quais destacam-se as relativas às admissões e demissões e à jornada de trabalho. A reforma criou um tipo de contrato que possibilita o trabalho intermitente e alterou dispositivos de modalidades de contrato já existentes - como a ampliação do limite máximo da jornada para trabalho em regime de tempo parcial e o aumento do prazo de duração do contrato de trabalho temporário.

Além disso, a reforma deixou de considerar a exclusividade como critério para o reconhecimento de vínculo empregatício entre o trabalhador que presta serviços na condição de pessoa jurídica e incluiu a possibilidade de acordo entre empregado e empregador para rescisão do contrato com redução dos custos da demissão, autorizando a ampliação irrestrita da terceirização das atividades das empresas. Segundo Galdino (2017, p.6), esse tipo de recolocação ao mercado de trabalho enquanto MEI, é na realidade um artifício, que, além de contribuir para as perdas de direitos trabalhistas, significa uma substituição do trabalho assalariado por pejetização (trabalho quase sem nenhum suporte de direitos trabalhistas garantidos na Constituição de 1988).

Ferreira e Santos (2021, p. 103) afirma que a pejetização é um termo que se refere ao ato de transformar artificialmente um empregado pessoa física em jurídica, isto é, em PJ, ocorrendo assim uma mudança no cadastro desse trabalhador, que antes prestava o serviço utilizando seu CPF e agora firma um contrato com o empregador utilizando seu cadastro de pessoa jurídica (CNPJ). Então, a carteira assinada, que antes era garantia constitucional das suas garantias e direitos sociais é substituída por um contrato de prestação de serviços como pessoa jurídica, tornando-se, assim, pejetizado.

Daí porque muitos consideram tais flexibilizações um retrocesso legislativo, pois se vestem com o discurso de modernização enquanto ceifam direitos dos trabalhadores. Isso porque, com o desemprego que assola o país, a tendência é que os indivíduos se sujeitem a condições precárias de trabalho, apenas para manter sua subsistência. (FERREIRA E SANTOS 2021, p. 103).

Além disso, a reforma acelerou o processo de uberização do trabalhador, que nas palavras de Galdino (2017, p.6)

A uberização pode ser compreendida como um novo passo na flexibilização do trabalho, um vetor de informalização e de eliminação de vínculos empregatícios. Mostra-se extremamente bem-sucedida em eliminar direitos e proteções do trabalhador, em transferir-lhe riscos e custos do trabalho, sem deixar de tê-lo subordinado” (Cesit,2017). A Uberização, termo que faz referência ao aplicativo “Uber” (sistema de locação de transporte), significa na prática que o trabalhador estará disponível ao capital em qualquer momento do seu dia, obtendo salários baixos e sem nenhuma segurança trabalhista.

Ser dono do próprio negócio, ainda mais na condição de MEI, permite analisar as interconexões deste tipo empresarial com as categorias de “trabalhadores por conta própria”. Esse trabalhador, que é compreendido dentro dos termos do mundo empreendedor como dono do seu próprio trabalho, do seu próprio tempo, dimensões significativas e simbólicas, que nos direciona a dialogar com as estruturas de desigualdade do mercado de trabalho. Nossos empreendedores são pessoas que ao mesmo tempo que empreendem aliadas às causas

identitárias e sociais, precisam garantir diariamente o desafio da sua sobrevivência enquanto trabalhador, uma luta diária empreendida para conseguir a sua realização.

2.2 A PROBLEMÁTICA EM TORNO DA IDENTIDADE DO “HOMEM EMPREENDEDOR”

Neste primeiro momento, o empreendedorismo será abordado a partir de uma perspectiva histórica debatendo as transformações deste conceito no campo econômico. Esse caminho será percorrido passando pelos sentidos do trabalho (ANTUNES, 2010), considerando que no centro da realidade dos empreendedores no Brasil estão inseridos os trabalhadores por conta própria e/ou os donos de negócios, que tem no seu ato de empreender o sentido de resgate da dignidade em forma de labor. Passaremos também pela origem econômica do empreendedorismo, chegando aos comportamentalistas e finalizando com as abordagens críticas que fundamentam a existência de uma identidade empreendedora como condutora de mudanças no *ethos* do homem contemporâneo.

Entender as mudanças do sentido do trabalho entrelaçando à crítica da acumulação capitalista em Marx (1982) faz sentido, à medida que traçamos uma linha histórica de transformação do lugar do próprio trabalho na sociedade. Ao longo da história, o trabalho adota o caráter de sustento material e toma a forma de emprego – ou trabalho assalariado na sociedade capitalista industrial – a partir do século XVIII. Com as crises do mercado de trabalho capitalista surgem as categorias do desemprego e, mais recentemente, depois de meados do século XX, o subemprego ou emprego de baixa qualidade deu lugar ao fenômeno de massa do auto emprego, ou empreendedorismo, com cada vez mais, os Estados e as empresas se eximindo da contrapartida em relação a garantia materiais e empregabilidade das populações mundiais.

Segundo Monacorda (1996) a década de 1980 presenciou nos países de capitalismo avançado, profundas diferenciações nas formas de inserção do trabalhador na estrutura produtiva, nas formas de representação sindical e política. As mudanças ocorridas atingiram os trabalhadores, na sua materialidade, subjetividade e forma de ser. Entre as mudanças e transformações ocorridas nos anos oitenta citam-se as questões tecnológicas, naquilo que o autor classifica como um salto tecnológico, de forma que a automação, a robótica e a microeletrônica invadiram o universo fabril, inserindo-se e desenvolvendo-se nas relações de trabalho e de produção de capital. (ANTUNES, 2010).

Entre as estratégias de enfrentamento da chamada "crise estrutural do capitalismo", observou-se uma intensa reestruturação produtiva, através da qual buscou-se substituir os clássicos padrões produtivos, associados principalmente ao taylorismo-fordismo, por novos padrões de acumulação flexível (ANTUNES, 2010). Manacorda (1996) afirma que o Fordismo e o Taylorismo já não são únicos e mesclam-se com outros processos produtivos, como o neofordismo, neotaylorismo, pós-fordismo. Mais o que realmente nos interessa aqui é o trabalho percebido, para muitos autores, como elemento estrutural nas distintas formações sociais. Por isso, contempla significados diversos e assume formas distintas de organização e materialidade, considerando o contexto histórico.

Na contemporaneidade, o trabalho ocupa um lugar central na vida das pessoas, influenciando a relação com a sociedade e adquirindo dimensão dúplice e contraditória, ao mesmo passo que ele cria, humaniza, libera e emancipa, todavia subordina, degrada, escraviza e aliena. Sendo assim, essa dupla dimensão manifesta complexas relações (ANTUNES, 2010; BENEVIDES, 2012). Assim sendo, a classe trabalhadora vai assumindo novas configurações, incorporando não só o proletariado fabril, mas a totalidade daqueles que vendem sua força de trabalho, incluindo "o leque de trabalhadores precarizados, terceirizados e de serviços, *part time*, que se caracteriza pelo vínculo de trabalho temporário, em expansão no mundo produtivo" (ANTUNES, 2010).

As mudanças nas formas de trabalho e emprego trazem implicações objetivas e subjetivas, já que a noção de trabalho, tal como coloca Blanch (2005), envolve tanto as condições socioeconômicas nas quais essa atividade humana desenvolve-se, como o significado, o sentido e o valor socioculturais dessa experiência. As condições de trabalho são relativas às circunstâncias nas quais ele ocorre, já os significados remetem aos diferentes valores e concepções sobre trabalho. Para Antunes (2010) o trabalho se faz enquanto elemento fundante, dotando a vida de sentido e realização o que nas próprias palavras do autor: "é totalmente diferente de dizer que uma vida cheia de sentido se resume exclusivamente ao trabalho". Na busca de uma vida cheia de sentido, a atividade laborativa, que está muito próxima da criação artística, transforma-se em elemento humanizador.

Esse elemento humanizador na vida dos empreendedores negros pode ser percebido, à medida que os mesmos conseguiram redefinir suas trajetórias de vida, escrevendo possibilidades para além do seu lugar de subserviência e submissão. O empreender para muito deles torna-se o ato direto de auto realizar-se, como poderemos ver nas discussões finais desta tese. E realizar-se envolve a reafirmação das suas crenças, o fortalecimento da sua cultura, a

autoafirmação da sua estética, o estabelecimento de uma ética-racial que pauta o seu direcionamento a um compromisso social com a luta antirracista. Todas ações que veremos mais à frente nas discussões teóricas desta tese dialoga com os sentidos da prática empreendedora das pessoas negras.

Muito sugestiva é também a conexão analítica entre trabalho e liberdade de onde se extrai que, a necessidade de que uma vida plena de sentido a partir do trabalho impõe, como condição *sine qua non*, a superação da sociedade que é regida pela lógica do capital, sem o que não há domínio dos indivíduos sobre a organização social, não há tempo livre e não há autorrealização humana. Por entendermos a categoria trabalho como elemento essencial para o processo de humanização de homens e mulheres negros, elemento indispensável para a produção da vida, meio de inserção social e constituição da sociedade, é que nos propomos a compreender como esses empreendedores reproduzem a condição de ser negro nos seu trabalho-emprego.

Ao iniciar as discussões sobre empreendedorismo devemos enfatizar que um número cada vez mais crescente de trabalhadores saem da condição de donos dos seus próprios trabalhos e são condicionados ao lugar do desemprego. Para muitos empreendedores negros esse ‘trabalho-emprego’ torna-se sinônimo de modo de vida ligado diretamente aos saberes e fazeres ancestrais, aos costumes e práticas. Nesta perspectiva a sua ação empreendedora transforma-se em elemento essencial para o processo de humanização de homens e mulheres, elemento indispensável para a produção da vida, meio de inserção social e constituição da sociedade. Mas o seu trabalho-emprego também modifica-se enquanto caráter simbólico a medida que se apropria das formas de pensar e viver das sociedades capitalistas.

Para além dessa discussão dos sentidos do trabalho, no seio dos processos de flexibilização e precarização, existe uma outra perspectiva marxista que faz a crítica do trabalho enquanto ação empreendedora. Por este caminho, os intelectuais do campo apontam que a existência de um espírito capitalista, responsável pelo novo *ethos* do homem moderno construiu a ideia do “homem empreendedor”, expressos nos valores individualistas da sociedade contemporânea. Para entender de que forma esse espírito capitalista passa a ser incorporado nas particularidades da sociedade, é importante visitar autores como Max Weber (2004) e Joseph Schumpeter (1985), esse último, de maneira consensual entre os estudiosos, se destaca como um dos propagadores do conceito de empreendedor que contribuiu na redefinição das bases do capitalismo nos dias atuais.

O desdobramento da reflexão sobre o espírito capitalista pode ser percebida em diversas obras contemporâneas da corrente comportamentalista do empreendedorismo, como Fillion (1991, 2000), Dolabela (1999; 2003), Dornelas (2005) e Drucker (1987), que reafirmam a ideia do empreendedorismo sendo o mesmo concebido a partir de uma nova perspectiva, na qual, o indivíduo se orienta para o planejamento, financiamento, gestão e avaliação de si como um empreendimento, como um negócio, alterando, assim, as configurações das relações no sistema capitalista que passam ter ênfase a partir das relações econômicas, em detrimento das relações simbólicas (BORDIEU, 1994) e substantivas (POLANYI, 2012). Ou seja, o trabalhador passa a se comportar como empreendimento.

A crítica à construção discursiva do empreendedor de si, no campo das lutas de classe, articula os conceitos entre empreendedorismo e trabalho, definindo que o indivíduo apto a enfrentar as rápidas e drásticas mudanças ocorridas no mundo do trabalho é a consequência do advento da flexibilização produtiva que precariza a vida dos indivíduos. (BARBOSA 2011; BARRETO, 2005; BORGES, 2003, 2004; DRUCK, 2007, 2011; SILVA 2002, 2008; GORZ, 1998; SOARES, 2008; TAVARES (2004 e 2018); ROCHA, 2018).

Esse modelo de “empreendedor ideal” construído no centro do capitalismo não se apresenta como um tipo de indivíduo acessível a todos, pois ele pressupõe a construção de si mesmo sem os suportes de um projeto comum de sociedade e não leva em consideração as condições estruturais, particularmente no que diz respeito a competição no próprio sistema. Em outras palavras, os estudiosos neste campo, convencionam que a humanidade está envolta por um tipo de indivíduo desvinculado de pertencas coletivas e desprovido de qualquer tipo de estímulo e proteção social fornecida pela sociedade e pelo Estado e, por isso, irrealizável como padrão universal em uma sociedade que busque a diminuição das injustiças sociais. (BARBOSA, 2011).

Muitos autores do campo do empreendedorismo o conceitua como um fenômeno de questões objetivas e subjetivas, com uma necessária dependência entre empreendedor e a ação empreendedora, ou seja, a existência de um agente para realizar a abertura de um negócio, a confecção de um produto, a prestação de um serviço, através de um processo, que muitas vezes considera mais o próprio fazer do empreendedor, do que o que ele é ou representa. (FILION, 1999a; FILION, 1999b; GARTNER, 2012).

Assim, a sua compreensão e explicação demanda problematizações teóricas e empíricas nas suas diferentes manifestações, seja através das análises das suas mensurações quantitativas de suas repercussões econômicas, de inovações, de perfil e comportamento empreendedor

(questões objetivas), até o processo empreendedor, o intraempreendedorismo, a ação empreendedora e a inserção de discussões sobre questões sociais, discursivas pertinentes aos estudos organizacionais (questões subjetivas). (BORGES; ENOQUE; NETO; RISSI, 2021, p.1)

É necessário circunscrever o empreendedorismo como um fenômeno de massa. Duas questões singulares mantem o interesse público nessa temática. Primeiro, percebe-se uma grande disseminação de diferentes experiências associadas ao empreendedorismo não só no Brasil, mas também no plano internacional. Segundo, observa-se, no mundo contemporâneo, mudanças drásticas nos sistemas produtivos e no mercado do trabalho, ao lado do fantasma do desemprego, que assola as economias modernas, com uma profunda transformação na flexibilização das relações de trabalho e na precarização do trabalhador.

Nesse ambiente, muitos vislumbram, no empreendedorismo, uma via possível de inserção social e profissional. Somados a isso, considera-se o aumento crescente do interesse dos governos locais e globais que investem, não somente em termos de pesquisa, como em termos de fomento para o desenvolvimento de iniciativas, principalmente aquelas mais recentes ligadas a desenvolvimento de *startups*, inovações e desenvolvimento de produtos e soluções inovadoras.

O empreendedorismo tem sido amplamente incentivado, principalmente a partir dos anos de 1990, sendo um elemento recorrente sobretudo em situações de crise do capital, à exemplo da crise dos anos 1970, que se agravada, persistindo até os dias atuais. Com ênfase nas chances de autonomia e independência, o discurso em defesa do empreendedorismo conduz o trabalhador a crer que ele tem um lugar no sistema e que pode ser sócio do capital. A perspectiva que considera o empreendedorismo como a salvação do século, tem em seus principais disseminadores noções diferentes, como a de Drucker (1987), que afirma que o empreendedor é aquele que busca a mudança e a percebe como uma oportunidade, reagindo a ela como a um incômodo.

Para o referido autor o empreendedor é aquele que cria algo novo, que muda, que transforma o seu entorno com sua ação; que provoca mutação nos valores e não restringe seu agir apenas a instituições econômicas. Ele convive com riscos e incertezas envolvidas nas decisões. Contudo, seu espírito empreendedor não é uma característica de personalidade, ela é e pode ser desenvolvida, se assim o empreendedor desejar e buscar. Qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar pode aprender e se comportar de forma empreendedora. (DORNELAS, 2005; DOLABELA (1999 e 2003))

Aprofundando melhor o debate no campo das teorias clássicas econômicas, merece ser notado que o desenvolvimento do capitalismo ampliou seus motivos e consequências na vida das sociedades e disseminou um chamado espírito do capitalismo, base para o pensamento que forja o ideal do empreendedorismo nos dias atuais. A expressão foi usada no final do século XIX, em múltiplos sentidos, por economistas e teóricos sociais que começavam a assimilar o legado teórico de Marx (1975), na Alemanha. Destaca-se, por exemplo, Sombart (1953), preocupado com as bases psicológicas do capitalismo. Weber no seu livro “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo (1864-1920)” mostrou como, para o desenvolvimento do capitalismo ocidental moderno, foi fundamental a existência de um “espírito” particular, encarnado em grandes setores da população e não apenas em alguns líderes industriais.

Por último, Schumpeter na obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico (1903-1911)” entendia que independentemente da influência de outros fatores externos, era preciso achar na própria economia as causas do desenvolvimento econômico – e essa causa era o “empreendedor”. Os estudos de Schumpeter inauguram uma tradição pautada no novo indivíduo capitalista, o empreendedor, que seria a base da inovação necessária no sistema, interferindo diretamente na dinâmica do mercado, pelo processo inovador que promove.

O perfil do empreender neste caso se associa à capacidade de assumir riscos, a criatividade e ao desenvolvimento econômico, por implementar mudanças que transformam seus ambientes de atuação. Esta visão, centralizada na figura do empreendedor, reconhece a importância do ambiente econômico na construção tanto do processo de inovação, quanto na formação dos próprios empreendimentos, mas dependente das características individuais das pessoas que decidem empreender. (SCHUMPETER, 1985).

Embora esse novo empresário-empreendedor nos pareça muito aproximado da figura do capitalista, o conceito schumpeteriano de empreendedorismo não se confunde com o mesmo. Schumpeter rompe com as simbioses do empresário e capitalista, ao afirmar que as funções desempenhadas pelo empresário são independentes da propriedade jurídica do capital e do capital monetário. Para ele, os empreendedores não seriam os proprietários das empresas, os capitalistas, mas poderiam ser trabalhadores assalariados ou gerentes, uma vez que o “ser empreendedor/empresário” se apresenta como uma função, um diferencial em termos de competência e não como uma classe social.

O ideal empreendedor de Schumpeter (1985) vislumbra formar pessoas autônomas e criativas, com talento para a livre iniciativa, que apostam na realização do sonho burguês de um “*self made man*”, super-homem que, ao mesmo tempo, estaria conseguindo sua realização

e ajudando no desenvolvimento econômico da sociedade. O conceito de empreendedorismo, neste caso, não se reduziria ao âmbito empresarial, mas seria uma forma de ser e de conceber a vida. Empreendedor seria a única forma de alcançar, enquanto nação, um estágio superior e mais humano de desenvolvimento.

Esse discurso, defendido por várias matrizes teóricas é reproduzido pelos comportamentalistas no campo dos estudos do empreendedorismo (DRUCKER, 1987; FILLION, 1991; DOLABELA, 1999). Nos dias atuais ele transforma valores e concepções da sociedade em relação ao homem, que agora trata-se não apenas de ser o proprietário da sua empresa, o indivíduo passa a ser proprietário do seu capital humano, empresário de si próprio, como alguém que quando trabalha, na realidade, “investe” suas capacidades, habilidades e destrezas, na expectativa (como qualquer investidor) do “lucro” (nesse caso figurado o lucro se traduz em retorno). (LOPEZ-RUIZ, 2007).

[...] teria a ver com o estilo de vida, visão de mundo, protagonismo, inovação, capacidade de produzir mudanças em si mesmo e no meio ambiente, meios e formas de se buscar a auto realização [...] a atitude empreendedora é uma forma de ser e não uma habilidade técnica (DOLABELA, 2008, p. 2).

Esse indivíduo passa a ser o único responsável pela manutenção do seu “capital” e pelos resultados obtidos através deste, sejam positivos ou negativos. Mas, ao mesmo tempo, como não pode separar-se do capital torna-se assim um “produto” do sistema, atendendo a lógica de mercado, sujeito às mesmas regras de qualquer outro produto ou bem com valor econômico no sistema capitalista. (LOPEZ-RUIZ, 2007).

Assim, o movimento contemporâneo de avanço do empreendedorismo se configuraria, nessa perspectiva, com a “autossuficiência” do empreendedor por conta própria. E essas seriam as bases de alimentação e retroalimentação das desigualdades sociais. Assim, o empreendedor configura as suas ações a partir da meritocracia, da manutenção de privilégios e exploração do trabalho do outro. Ou seja, o empreendedor dono do seu próprio trabalho, responsável pelo seu próprio tempo tem, ele mesmo, a obrigação de se qualificar cada vez mais, estar atualizado das tendências de mercado, dominar as ferramentas de gestão, de organização, participar de palestras de autoconhecimento, ser acompanhado por mentores, produzir constantemente novidades, não deixar as redes sociais desatualizadas e se virar para ainda tirar o sustento do seu trabalho- negócio.

Nos estudos das trajetórias dos empreendedores entrevistados, poderemos perceber como o *ethos* do empreendedor acaba interferindo nas concepções de vida, nas práticas e nas trajetórias empreendedoras das pessoas negras. Essa forma de configuração do

empreendedorismo termina por constituir uma ideologia empreendedora que leva os indivíduos a reproduzem, muitas das lógicas e mecanismos que moldam o funcionamento desse sistema e produzem a representação de que os que não acompanham esse modelo são atrasados, despreparados, incompetentes.

Costa, Barros e Martins (2012) retratam três pontos que marcam as principais implicações da atuação da mídia de negócios na criação e divulgação de uma ideologia do empreendedorismo: primeiro, um discurso que estabelece uma convergência entre os interesses das organizações e os interesses dos indivíduos que trabalham em organizações. Segundo, a conciliação do capital e trabalho, ao reconfigurar o trabalhador enquanto capitalista empreendedor, que autogere a sua carreira, enquanto empresário de si próprio, se percebendo como um negócio. O terceiro ponto é a necessidade do sucesso profissional, com uma busca incansável para alcançar autonomia e controle sobre seu próprio destino. (COSTA; BARROS; MARTINS, 2012, p. 370)

No campo histórico materialismo a ideia de ser dono do seu próprio trabalho e do trabalho de outrem é ilusória e se propaga, tirando do empreendedor a condição que realmente lhe é própria, ou seja, a de trabalhador. Desta forma, o empreendedorismo, em lugar de atribuir liberdade, escraviza, uma vez que o sistema se apropria de todo o tempo do sujeito empreendedor. Aqui tocamos numa relação que se entende como uma das principais formas pelas quais a contradição capitalista se move no atual momento histórico, obriga os trabalhadores a se confrontarem diretamente com o mercado, pelo que são canceladas a proteção social e a possibilidade de ampliação da consciência crítica das pessoas. (BARBOSA 2011; BORGES, 2010; DRUCK 2011; DRUCK; SILVA 2019; GORZ, 1998; MARQUESAN; FIGUEIREDO, 2014; OLIVEIRA; MOITA, 2016; SOARES, 2008; TAVARES (2004 e 2018); ROCHA, 2018).

Nessa mesma linha ideológica o crescimento do empreendedorismo e a proliferação das iniciativas empreendedoras revelam as mesmas constelações de sempre do liberalismo, só encontrando formas de expressar diferentes das de outrora aquilo que seria a sua característica estruturante: a contradição capital/trabalho ou produção/apropriação na sociedade capitalista. Nesse contexto, hipoteticamente, o empreendedor seria a classe irrevogável de privilégios, o detentor do conhecimento e dos meios de produção. No Brasil as possibilidades de acesso e direitos isolam esses grupos, que deveriam fazer parte do mesmo ecossistema de mercado, mas são separadas por questões abismais tendo como fundo a desigualdade. (GORZ, 1998; OLIVEIRA; MOITA, 2016; MARQUESAN; FIGUEIREDO, 2014; SOARES, 2008;

TAVARES, 2018; ROCHA, 2018).

3 AFROEMPREENDEDORISMO E A REALIDADE SOCIOECONÔMICA DOS NEGROS NO BRASIL

Nesta seção abordaremos o cenário do afroempreendedorismo no Brasil, entrecruzando análises do passado e presente. Trataremos como a transição capitalista no Brasil foi processada tomando a raça como um componente indispensável ao modelo de desenvolvimento capitalista do país (CARDOSO; IANNI, 1960; FERNANDES, 1965; HASENBALG, 1979; CUNHA, 2004, SANTOS 1994; SILVA, 2008; POCHMANN, 2006) determinando uma política desigual para a população negra, incorrendo numa série de injustiças econômicas e culturais que permanecem até os dias atuais, sendo articulada a partir dos novos modelos neoliberais.

Além disso, faremos uma síntese da invisibilidade do empreendedor negro no Brasil desde o período pós abolição (ALANIZ, 1997; ALENCASTRO, 2000; ANDREWS, 1998; KOWARICK, 1994; POPINIGS, 2013; NOGUEIRA, 2014; THEODORO, 2008). Passando pelo pioneirismo das mulheres negras trabalhadoras por conta própria (CARNEIRO, 2011; MARCONDES, 2013; XAVIER, FARIAS, GOMES 2012). Retratando os estudos que demonstram a presença e a importância das mulheres de tabuleiro na Bahia (LANDES, 1967; SOARES, 1996; FERREIRA FILHO, 1998).

Trataremos das iniciativas econômicas negras que se proliferavam através de organizações coletivas, espaços comunitários, ajuda mútua, como os Quilombos (GOMES, 2015; LEITE, 2017; ARRUTI, 2010) até as Irmandades, Sociedades e Confrarias (LEITE, 2017; MATTOS, 2008; SOARES 2021) abordando como esses movimentos tem servido de referência para os novos modelos de redes solidárias de empreendedores negros reunidos no ecossistema afroempreendedor.

Por fim, discutiremos a realidade socioeconômico dos afroempreendedores no Brasil, apontando os dados da desigualdade, o perfil do empreendedor e os principais desafios, considerando as intersecções de gênero, raça e classe, que demonstram que as mulheres negras são as empreendedoras em maior nível de precarização e os microempreendedores individuais (MEI) são aqueles mais prejudicados por conta das desigualdades no ecossistema empreendedor.

3.1 HISTÓRICO DA SITUAÇÃO DOS NEGROS NO BRASIL

Nessa sessão abordamos como a transição capitalista no Brasil foi processada tomando a raça como um componente indispensável ao modelo de desenvolvimento capitalista

do país (IANNI, 1960; FERNANDES, 1978; HASENBALG, 1979; CUNHA, 2004; SANTOS 1994; SILVA, 2017; POCHMANN, 2006), determinando uma política desigualmente estrutural para a população negra, incorrendo numa série de injustiças econômicas, entre elas os prejuízos para a constituição de um contingente significativo de empreendedores/empresários negros, que foram inseridos unicamente na condição de trabalhador.

O empreendedorismo negro é uma arena de ação que oportuniza o debate político-econômico, ou seja, além de contribuir para a expansão das discussões que passam pela importância das identidades e do seu caráter de representação, ele nos direciona para pensarmos questões estruturais que tocam as desigualdades materiais e a concentração de renda no seio da sociedade capitalista. Isso nos leva, por exemplo, a arguir o lugar do negro na sociedade capitalista. Nogueira (2013) afirmou que “o capitalismo brasileiro é um negócio de brancos”, pois a imaginação mais generosa dos negros no capitalismo sempre o colocou como trabalhadores remunerados, eles nunca foram os empresários.

Não é do negro capitalista-proprietário que se fala quando o assunto é discutir apropriação dos meios de produção. O negro sempre foi à mão de obra que gerou o excedente, por isso a exploração, a dominação e o racismo são faces da mesma moeda. Tanto o capitalismo quanto o racismo são sistemas de dominação e apropriação que criam estruturas de poder para sua reprodução e manutenção. Raça e classe como categorias que se entrelaçam criam mecanismos de desigualdades que geram barreiras que precarizam, estagnam e impedem a ascensão das pessoas negras.

Assim, na análise sobre o empreendedorismo negro é fundamental que elas caminhem juntas no processo de compreensão da realidade da população negra no Brasil, uma vez que, juntas, associadas, denunciam as questões de privilégios, dominação e exploração de determinados grupos, que se utilizam destas prerrogativas para a garantia da acumulação e manutenção de condições de desigualdades na sociedade.

Buscar somente as relações de classe para compreender o universo a nossa volta pode deixar de fora o modo como o racismo configura a dominação no capitalismo, intercorrendo no equívoco de submeter a população não-branca a hierarquias que não estão contidas nas de classe, nem existem de forma independente e paralela a elas. Assim também, como enfatizar as dores dos sujeitos entrecortados pelos sistemas de desigualdades, não significa o enfraquecimento da luta pela consciência de classe, mas a junção das lutas de resistência, que reconhece o sujeito e as suas consciências identitárias como combustível para superação da realidade vivida e compreensão dos sistemas de dominação que são deletérios para os seus

projetos de vida. A junção das lutas é o divisor de águas para a construção de um projeto de emancipação dos sujeitos empreendedores negros. (BIROLI; MIGUEL, 2015).

Para Achille Mbembe (2018, p.28), “a raça não existe, pelo menos tal como o esboçamos”. Para o autor a raça não passa de uma ficção útil, uma construção fantasmática ou uma projeção ideológica que possibilitou que o capitalismo mercantil construísse as suas bases de funcionamento ao longo de séculos, algo que se estende até os dias atuais com o avanço da globalização. O estabelecimento da categoria “negro” foi a invenção que possibilitou a hierarquização das raças, a noção da diferença, constituindo a distinção entre o negro – “figura, do dessemelhante, da diferença e do poder puro do negativo” - e o mundo europeu civilizado, o hemisfério ocidental que “considerava-se o centro do globo, a terra natal da razão, da vida universal e da verdade da humanidade”. (MBEMBE, 2018, p. 29)

Produto de um maquinário social e técnico indissociável do capitalismo, de sua emergência e globalização, esse termo foi inventado para significar exclusão, embrutecimento e degradação, ou seja, um limite sempre conjurado e abominado. Humilhado e profundamente desonrado, o negro é, na ordem da modernidade, o único de todos os humanos cuja carne foi transformada em coisa e o espírito em mercadoria – a cripta viva do capital. (MBEMBE, 2018, p. 21).

A partir dessa hierarquização somente o homem ocidental europeu seria tratado como “humano” e aos negros foi se tirada a plenitude da palavra homem, os classificando como objeto, uma categoria de “pré-humano”, vivendo em estado primitivo, incapaz de autogovernar-se. Assim, criou-se as bases para justificar a condição de escravo-mercadoria do negro. Porém Mbembe (p.19) afirma que no tempo que estamos vivendo, pela primeira vez na história humana, o substantivo negro, outrora atribuído aos povos de origem africana, se institucionaliza enquanto padrão de vida, constituindo aquilo que ele chama de “devir-negro do mundo”, caracterizado pela transmutação dos seres humanos em coisas animadas, dados numéricos e códigos. Todo o homem assim, passa a ser mercadoria, nessa era atual cujo capitalismo se funde com o animismo.

Da fusão potencial entre capitalismo e animismo resultam algumas consequências determinados para a nossa futura compreensão da raça e do racismo. Desde logo, os riscos sistemáticos aos quais os escravos negros foram expostos durante o primeiro capitalismo constituem agora, se não a norma, pelo menos o quinhão de toda a humanidade subalternas. Em seguida essa tendência à universalização da condição negra é simultânea ao surgimento de práticas imperiais inéditas, tributárias tanto das lógicas escravagistas de captura e predação como das lógicas coloniais de ocupação e exploração, incluindo as guerras civis ou razias de épocas passadas. (MBEMBE, 2018, p.19).

Assim, o autor continua afirmando que o neoliberalismo é a época ao longo da qual o tempo curto se presta a ser convertido em força reprodutiva da forma-dinheiro, engendrando

um movimento de escalada do capital baseado na visão segundo a qual “a todos os acontecimentos e todas as situações do mundo da vida (pode) ser atribuído um valor de mercado”. Essas são as leituras que nos levam a interpretar o fenômeno do “empreendedor de si” localizada em uma discussão de raça. Para Mbembe (2018, p.15) esse modelo de vida está pautado em “memória artificial e digital” relegando as pessoas a “humanidade supérflua”.

Já não há trabalhadores propriamente ditos. Só existem nômades do trabalho. Se, ontem, o drama do sujeito era ser explorado pelo capital, a tragédia da multidão hoje é já não poder ser explorada de modo nenhum, é ser relegada a uma “humanidade supérflua”, entregue ao abandono, sem qualquer utilidade para o funcionamento do capital. Tem surgido uma forma inédita de vida psíquica, apoiada na memória artificial e digital e em modelos cognitivos provenientes das neurociências e da neuroeconomia. Sendo que os automatismos psíquicos e tecnológicos não passam de duas faces da mesma moeda, vem se consolidando a ficção de um novo sujeito humano, “empreendedor de si mesmo”, moldável e convocado a se reconfigurar permanentemente em função dos artefatos que a época oferece. (p.15).

Trazendo essa análise de Mbembe em perspectiva global para a realidade do Brasil, precisamos primeiramente entender a realidade do negro a partir de uma perspectiva histórica. Desta forma, entre o final do século XIX e início do século XX, em plena expansão do sistema capitalista, enquanto as obras de Weber e Schumpeter ganhavam repercussão pelo mundo, o Brasil destacava-se pela predominância dos estudos raciais, subsequentes ao momento em que se abolia o sistema colonial escravista e fazia-se a transição para uma sociedade capitalista pautada nos valores do trabalho livre e remunerado.

Se para o mundo branco, a discussão centrava-se na liberdade dos mercados nas mãos dos empresários-capitalistas, para os negros libertos a discussão passava pela garantia material da sua própria sobrevivência. A consolidação do modo de produção capitalista no Brasil não alterou para melhor a condição precária e degradante que já viviam os negros escravizados e já libertos até aquela época. O processo de avanço do capitalismo na sociedade brasileira foi acompanhado, de forma perversa, de uma política de exclusão da população negra.

Hélio Santos (2001) ao analisar o processo de formação brasileiro nos fala de dois brasis, algo que nos ajuda a pensar como se processa a questão das desigualdades no país. Para o autor, existe no país um fenômeno que os especialistas insistem em nomear de assimetrias, caracterizado como a ausência de harmonia, ou seja “a superabundância convivendo com a absoluta escassez”, porém para o referido autor o que existe, na realidade, é um *apartheid* racial-social, expresso nas condições degradantes de vida da população negra. Nas palavras do autor,

[...] salta aos olhos de quem observa [o Brasil] são os estoques raciais alocados em cada um desses dois mundos – o do muito e o do nada. [...] No primeiro Brasil, que poderia ser confundido com um país europeu, como a Bélgica, onde temos uma população de maioria branca e amarela. No outro Brasil, atrasado e pobre, temos um

povo marcadamente não branco, onde predominam os pretos e pardos. Os poucos índios remanescentes também habitam esse segundo Brasil. (SANTOS, 2001, p. 181).

Assim, tomar a raça como parte dos processos sociais inscritos na sociedade capitalista é apreender as suas múltiplas determinações e funcionalidades ao sistema, um ponto de partida necessário para pensar as formas como as injustiças sociais se concretizaram e ainda se expressam nos processos histórico-sociais que indicam as condições dos negros, desde a transição do trabalho escravo, ao trabalho livre, até os dias atuais.

Foi no período pós abolição que algumas teorias consideraram que os negros libertos e seus descendentes estariam marcados pela escravidão, o que tornaria difícil sua ascensão social, ao mesmo tempo em que os culpabilizava pelas mazelas do atraso, que se manifestava no mito da preguiça. O negro não era dotado da racionalidade do *homo economicus*, ou do espírito capitalista que a sociedade brasileira tanto precisava naquele momento, algo que os tornaria inadequados para as relações de trabalho capitalistas. (CUNHA, 2004).

Parte desses estudos empreendidos entre os anos 1940, 1950 e 1960 apresentavam o Brasil como um país livre do preconceito racial, mas determinado pelo preconceito de classe, a exemplo de Donald Pierson que, no seu livro *Branco e Pretos na Bahia: estudo de contato racial*, de 1942 (1971), afirmou: “não existem castas baseadas nas raças; existem somente classes. Isto não significa que não existe algo que se possa chamar propriamente de ‘preconceito’, mas sim que o que existe é um preconceito de classe e não de raça” (1942, p. 402). O que Pierson faz nada mais é do que a conformação de um pensamento que teve, principalmente na interpretação freyriana (FREYRE, 1994), a ideia da convivência relativamente harmônica entre grupos raciais no Brasil.

Em 1979, Carlos Hasenbalg publicou o livro *Discriminação e Desigualdades Raciais no Brasil*. Este livro faz uma revisão da literatura sobre as relações raciais e sugere que a discriminação racial continuaria sendo um importante fator de estratificação social na sociedade brasileira, mesmo com a expansão da sociedade de classes advinda da industrialização. Assim, haveria desigualdade nas chances de mobilidade social entre brancos e não-brancos (pretos e pardos) independentemente de sua classe de origem. As obras de autores deste mesmo período usam como ponto de partida as condições históricas sociais que determinaram a emergência de raça como mecanismo ideológico fundamental à dominação e à exploração capitalista. Trata-se de situar raça como uma necessidade à exploração e à acumulação do capital. (HASENBALG, 1979).

No cenário brasileiro, as possibilidades de inserção/ascensão do negro foram quase sempre nulas. O ex-escravo estava sem trabalho, sem-terra, sem indenização e desprovido de

condições que o possibilitasse a reconstrução da sua vida. Aliado a isso, escolhe-se os imigrantes para assumirem o lugar da classe operária no país, passando a integrar o processo incipiente de industrialização, já que os negros não dotavam das condições necessárias para assumir tal posição. Aos negros libertos, no âmbito das “novas” relações de produção, só restou a “retaguarda” desse processo, inserindo-se nas ocupações amplamente rejeitadas pelos brancos imigrantes. (HASENBALG, 2005). Nas palavras de Hasenbalg (2005, p. 116),

Desde a abolição, a população negra nas antigas sociedades escravistas das Américas tem estado na retaguarda do capitalismo industrial. Durante várias décadas após a abolição, os negros ficaram concentrados nas regiões agrícolas mais atrasadas como parceiros, pequenos arrendatários, camponeses e moradores. Durante esse período, no Brasil sucessivas ondas de imigrantes europeus ocuparam as posições abertas pela expansão dos setores e regiões capitalistas. Sem praticamente alternativa, os negros, longe de penetrarem no cerne da classe trabalhadora industrial, com o movimento das áreas de plantação para favelas e guetos citadinos, aglomeraram-se em torno de suas camadas inferiores em mercados instáveis e irregulares de trabalho não qualificados.

Para Cunha (2004) “a dificuldade de ascensão não residiria na condição de ex-escravo dos indivíduos, mas no seu pertencimento racial. Ou seja, a condição de escravo foi formalmente extinta com o fim da escravidão, contudo, não se extinguiu o fulcro da escravidão: o ser negro”. (CUNHA, 2004, p.15). O autor afirma que é necessário rediscutir o lugar do negro nas análises da transição para o trabalho livre, porque elas sempre “desconsideram a ótica do ex-escravo, do negro, centrando na perspectiva dos ex-escravocratas e dos imigrantes”.

Desta forma é necessário estabelecer novos olhares, novas formas metodológicas que consigam apreender as diversas formas de participação do negro, ex-escravizado e seus descendentes no mercado de trabalho, o que, segundo o autor, os historiadores denominam "o olhar sob a perspectiva do escravo". Para Cunha, “como o destino dos negros no pós-abolição não tem relevância econômica, estes são acriticamente incorporados na categoria de "trabalhador nacional". (CUNHA, 2004, p. 15)

Foi assim que a literatura econômica constituiu o mito do negro incapacitado, vagabundo, que acabou servindo como justificativa a chegada dos imigrantes no período industrial. Os preconceitos com as habilidades de trabalho dos negros foram acolhidos mesmo por intelectuais dispostos a criticar as formas sistemáticas de exclusão. Além disso, o acesso à escola para uma elite privilegiada e conseqüentemente as barreiras de acesso a escolarização para os negros, foram barreiras significativas para a inclusão produtiva deste último (CUNHA, 2004; POCHMANN, 2006).

Com esse histórico, não podemos perder de vista que as ações empreitadas no sentido de inviabilizar a inserção da população negra da história e sociedade brasileira e, mais

particularmente, nos processos e história econômicos, devem ser estudadas ao se falar em empreendedorismo da população negra. Esse foi o cenário encontrado pelos negros pós-abolição, cenário que interferiu diretamente na sua trajetória empreendedora, deixando de lado seu legado, ao não os considerar na história do desenvolvimento do país, inserindo-os como atores chave do subdesenvolvimento nacional.

Santos (1994) afirma “o Brasil seria outro país hoje caso a abolição fosse acompanhada por uma adequada reforma agrária, em que as famílias dos ex-escravos tivessem recebido pequenas propriedades agrícolas aptas à produção” (p.58). Santos (1994) e Cunha (2004) afirmam que os povos africanos já dominavam as técnicas de agricultura, metalurgia e etc. E, ao contrário do que se pensava sobre a capacidade dos imigrantes para o trabalho industrial, segundo Cunha (2004), vários historiadores têm argumentado que os imigrantes europeus eram, em sua grande maioria, camponeses sem “cultura” moderna industrial.

O passado de escravidão e exclusão do negro, aliado ao pensamento racial pós-abolição resultaram em maiores dificuldades de inclusão desta população nos segmentos de maior relevância política, social e econômica da estrutura social, o que ocorre até os dias de hoje fundamentado na persistência do racismo na sociedade brasileira. Desta forma, percebe-se que pesam sobre esse grupo tanto injustiças econômicas quanto injustiças de ordem social e cultural e é em torno delas que se trava a luta dos movimentos negros em busca de reconhecimento do valor da população negra, da sua cultura (reconhecimento) e da igualitária distribuição de oportunidades (redistribuição).

A hierarquia racial que predominava na sociedade escravagista, ainda sustenta as relações sociais desses nossos tempos (CUNHA, 2004). A escravidão é o elemento fundante da sociedade brasileira (SOUZA, 2016), logo todas as estruturas sociais se comportarão tendo como modelo o domínio de poucas raças sob outras. Considerando essas questões, traduzindo essa realidade para os dias atuais, observando o lugar dos trabalhadores negros na estrutura racista da sociedade, podemos inferir que aos negros da atualidade ainda precisam se deparar com duas opções como escolha de vida, ou eles figuramente, e em muitos casos literalmente morrem, sucumbindo as estruturas do racismo ou eles fogem dessas condições, resistindo, superando e reescrevendo as suas narrativas de vida.

3.2 PASSADO E PRESENTE: TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA DOS NEGROS NO BRASIL

Nesta sessão discutimos algumas questões importantes na trajetória empreendedora dos

negros no Brasil: Primeiro, a invisibilidade do trabalhador negro autônomo e independente desde o pós-abolição, retrato de uma sociedade que percebia no negro a ameaça ao projeto de embranquecimento da população brasileira, deixando de reconhecer seus feitos e suas prosperas vocações econômicas. Segundo, as condições estruturais que permaneceram ao longo do tempo e acabaram contribuindo para a situação econômica que os negros empreendedores vivem até os dias atuais.

E por fim, apesar de todos os desafios enfrentados ao longo de séculos, o negro resistiu, não deixou de construir as suas iniciativas, seus negócios, suas empresas e seus projetos de vida, principalmente a partir do aporte coletivo de grupos negros variados, distribuídos desde os modelos das comunidades quilombolas, passando pelas sociedades de “mutualismo de cor” do século XIX (irmandades, associações e clubes de pretos), até a organização atual dentro de ecossistemas afroempreendedores que funcionam como redes de apoio e suporte ao desenvolvimento de profissionais e empresários negros, bem como de seus negócios.

A invisibilidade do negro, que trabalhava de forma livre e autônoma, no Brasil desde o pós-abolição (ALANIZ, 1997; ALENCASTRO, 2000; ANDREWS, 1998; KOWARICK, 1994; POPINIGS, 2013; NOGUEIRA, 2013; THEODORO, 2008) foi uma condição estrategicamente pensada pela sociedade colonial, considerando que seu principal objetivo era extirpar memórias, modos de vida, práticas e corpos negros da sociedade brasileira. Desta forma, o negro era somente associado ao negativo e atrasado. Mas desde aquela época, diversas iniciativas relacionadas ao trabalho, a autonomia e independência da condição econômica dos negros podem ser percebidas em estudos relacionados à temática, mesmo que parte significativa delas estivessem inseridas, nos trabalhos precarizados, como nos sinaliza Barbosa (2017).

A dinâmica da cidade vai se revelando através do mapeamento dessas profissões. Os negros estavam dentro das casas grandes, na cadeia produtiva alimentar, estavam na cozinha ou nos transportes dos alimentos. Eles desembarcavam e embarcavam mercadorias nos navios, mas também colaboravam com a produção de produtos primários lavrados em nosso solo. Eram também trabalhadores nas indústrias, na cadeia de transportes, seja por tração animal ou por vapor. Também eram mão de obra na infraestrutura da cidade, uma vez que trabalhavam em obras de construção civil, nos ofícios mais pesados. Eram atividades básicas, que se confundiam com a pobreza. (BARBOSA, 2017, p.89).

Neste caminho podemos encontrar negros retratados como propulsores de iniciativas econômicas passando pelo pioneirismo das mulheres negras trabalhadoras por conta própria (CARNEIRO, 2011; MARCONDES, 2013; XAVIER, FARIAS, GOMES 2012, BARBOSA 2017), retratadas nos estudos que demonstram a presença e a importância das mulheres de tabuleiro na Bahia, das comerciantes de alimento femininas, presença marcante nas feiras e nas

ruas da cidade, alimentando trabalhadores, garantindo não só a sua sobrevivência, mas também a do proprietário, explorador da sua mão de obra (LANDES, 1967; SOARES, 1996; FERREIRA FILHO, 1998).

Encontramos também outros estudos que apontam as experiências profissionais acumuladas ao longo dos anos dos trabalhadores negros, principalmente voltados ao transporte de alimentos, fabricação industrial em diversos ramos, manufatura entre tantos outros (THEODORO 2008; PALÁCIOS 2009; COSTA, 2017; BARBOSA, 2017).

Remontando um quadro geral dessas cidades, os seguintes ofícios ou as áreas de trabalho eram comuns entre pessoas negras e mulatas: vendas ambulantes, no setor de carregamentos e transportes, cultivos agrícolas dos arrabaldes das cidades, serviços como funileiros, marceneiros, catraieiros, carregadores, ensacadores, pequeno comércio, fretes, aguadeiros, pequenos lavradores ou criadores nos arrabaldes ou roças da vizinhança da cidade, barqueiros, tarefeiros, vendedores de gelo e de produtos alimentícios, carpinteiros, sapateiros, carroceiros, vendedores ambulantes de lenha, de carvão, de peixe. Especialmente entre as mulheres, além de alguns ofícios em comum aos homens, destacavam-se: comércio urbano de comidas feitas, vendas ou quitandas (nas portas das casas ou ambulantes em tabuleiros), lavagem de roupa. (BARBOSA, 2017, p. 90).

Pesquisas históricas dão conta da existência de diversas iniciativas produtivas realizadas por negros a partir do século XIX, principalmente nos territórios onde a presença negra é mais marcante, como a Bahia e o Maranhão (ALANIZ, 1997; ALENCASTRO, 2000; ANDREWS (1998); KOWARICK (1994); POPINIGS (2013); THEODORO, 2008). Theodoro (2008) afirma que até 1850 a maior parte da força de trabalho nas indústrias era de escravo, algo que conduz a conclusão de que os negros adquiriram muitas habilidades relacionadas a atividades indústrias nas fábricas.

Além disso, eles também eram destaques em atividades como criação de gado, uso de bois no transporte e do couro no vestuário, culinária, comércio de panos, entre outras. O autor lista 95 manufaturas somente na cidade do Rio de Janeiro, nos mais diferentes ramos industriais, desde produção de sabão, passando por fundição de máquina, metalurgia de ouro, prata, calçados, móveis, produtos químicos e papéis. E assim, o autor problematiza não ser possível que negros livres não fossem donos de seu próprio negócio, dada as competências laborais encontradas nessa população. (THEODORO, 2009, p. 43-44)

Além dessas atividades, o autor afirma que nas cidades já havia uma produção dinâmica lideradas por negros. Eles constituíam significativa parcela dos artesãos, comerciantes e prestadores de serviços especializados. As quintandeiras, por exemplo, foram retratadas no trabalho de Mamigonian e Vidal (2013) como vitais para a dinâmica da economia do Desterro (hoje Florianópolis). Há vários estudos que demonstram a presença e a importância das mulheres

de tabuleiro na Bahia, das comerciantes femininas, vendedoras de rua, ganhadeiras, entre outros. Em Salvador, Palácios (2009) e Costa (2017) estudaram as estratégias dos negros na produção e comercialização de alimentos no século XIX, em especial a mandioca, importante produto da dieta dos baianos no período, e como esses produtores foram importantes para manter o mercado de farinha de Salvador abastecido.

Abandonado a própria sorte no período pós abolição os negros precisaram encontrar formas e caminhos de garantia da sua subsistência. Assim, o mercador de rua, as vendedoras de taxa, os comerciantes de feiras livre, para além do trabalhador da lavoura, foram as primeiras expressões daquilo que seria o trabalho livre do negro no país. Destaca-se o trabalho protagonista das mulheres negras, como as fateiras dos terreiros de candomblés, lavadeiras, quituteiras e os empregos domésticos, substituto legítimo do trabalho escravo das “pretas cativas”. Mas não somente as iniciativas autônomas dos negros podem ser analisadas nesse processo de suas vocações econômicas. As iniciativas econômicas negras também se proliferavam através de organizações coletivas, espaços comunitários, ajuda mútua, como poderemos acompanhar.

Uma das estratégias coletivas de sobrevivência dos negros mais estudada no período pós abolição são os Quilombos. O agrupamento dos negros nesses tipos de comunidades se constituiu como estratégia direta que contribuiu não só para a sua reprodução enquanto modo de vida e cultura, mas para a construção de modelos econômicos viáveis pautadas em processos de compartilhamento do trabalho (LEITE, 2017, ARRUTI, 2010). Para Munanga e Gomes (2006) os quilombos não significaram apenas um refúgio de escravos fugidos, e sim uma organização de sociedades livres, compostas por homens e mulheres que recusavam a condição da escravidão, através do desenvolvimento de ações de rebeldia e luta contra o sistema de opressão. Os autores apontam que as variações da identidade dessas comunidades, como, “terras de pretos”, “comunidades negras rurais”, “remanescentes das comunidades de quilombolas”, apontam para a complexidade das suas diversas origens.

Ao contrário do que se dissemina na visão tradicionalista sobre os quilombos, de que os mocambos e quilombos eram redutos isolados de negros fugitivos que apenas produziam para consumo próprio, Gomes (2015, p.15) afirma que, na realidade, o tempo todo as comunidades estavam conectadas com agentes da sociedade do seu entorno, como taberneiros, vendeiros e redes mercantis. Na percepção do autor essas comunidades “eram aglomerados agrários articulados, e os excedentes de sua produção abasteciam as redes locais, compostas por fazendas, vilas, feiras e entrepostos de trocas”. As transações comerciais possibilitaram

também os intercâmbios religiosos e culturais e miscigenação étnica.

A atividade econômica nos quilombos, segundo Gomes (2015) foi estabelecida a partir do hábito e o domínio da agricultura, incluindo a comercialização de excedentes. Segundo ele “A economia dentro da fazenda foi também fundamental para a constituição de famílias e a criação de uma margem de autonomia financeira, com uma lógica contrária à da *plantation*, que era a da monocultura”. A reprodução interna foi fator essencial para o crescimento populacional dos quilombos, tendo em vista que esses desenvolveram um sistema econômico de produção sofisticado, que muito pelo contrário, não se fortaleceu pelo isolamento, mas sim pela articulação com o mundo externo.

Na mesma linha, as sociedades de “mutualismo de cor” do século XIX (irmandades, associações e clubes de pretos) foram organizações formadas por negros libertos que tinham como objetivo, além de comprar alforrias de negros escravizados, ensinar ofícios de diversas naturezas para que os libertos se tornassem trabalhadores liberais. Os negros do Rosário, por exemplo, já naquela época, conspiravam por liberdade, uniam-se em redes para prestarem assistência na vida e na morte dos negros e de suas famílias. (CUNHA 2004; SOARES, 2021). Essa iniciativa nos permite auferir que a solidariedade esteve no topo da construção de capacidades para a inserção do negro no mercado de trabalho. Segundo Leite (2017, p. 62) as conexões estabelecidas nas sociedades mutualistas, remete a

[...] uma cultura compartilhada que unia a instrumentos de proteção econômica e institucional uma disciplina associativa e administrativa que representou legado comum para a prática de outras formas de organização de trabalhadores, como as uniões sindicais. (LEITE, 2017, p. 62).

O autor afirma que a dimensão coletiva dos vínculos cotidianos era conformada nas relações de confrarias, irmandade e sociedade entre os seus membros. Eles se dedicavam a guardar dinheiro, realizar caixas, estabelecer reservas financeiras, com o objetivo de se apoiar mutuamente. Não só a providência no momento da dor ou da perda era garantido, como processo facilitador de tranquilidade e paz para a família, como na morte de um ente querido, por exemplo, mas também, os sonhos profissionais, os projetos de vida, eram coletivamente financiados. Essas práticas, segundo Leite (2017) revela os elos e combinações existentes entre identidades e formas institucionais e os modos de sua imbricação funcionam como variações de um amplo e complexo universo de elementos históricos. (LEITE, 2017, p. 63)

Isso quer dizer que o trabalho escravo e o trabalho livre, a religiosidade e a secularização, a tradição corporativa e a luta por direitos profissionais são variáveis que, na transição moderna do mundo ocidental, recombina-se para definir os “padrões” da coexistência de corporações, irmandades, mutuais e, mais à frente, sindicatos. Posto assim, o problema compreende tanto o movimento das

“sobrevivências corporativas” – encaradas como “reminiscências” da prática antiga dos ofícios ou da tradição das irmandades sobre a experiência das sociedades mutuais – quanto os condicionamentos mais ou menos ativos entre mutuais e sindicatos, no limite desse processo histórico. (LEITE, 2017, p. 63).

Sobre esse processo de revisitar o lugar do negro que contribuiu significativamente para a provisão do desenvolvimento econômico da sociedade brasileira, Leite (2017) afirma que é necessário revisitar as narrativas dessa historicidade, recuperar na linha do tempo da história um lugar que consigam traduzir a realidade do negro em outras perspectivas, que não só a do homem branco. Sobre essa constatação, o olhar de Cunha (2004) para esta realidade nos parece significativo:

Nada, no entanto, foi dito sobre o escravo de ganho que, ao longo do século XIX, em troca da alforria, trabalhava muito e em qualquer atividade, para prover sua sobrevivência e os rendimentos do seu patrão/senhor. Também não há menção à possibilidade do escravo constituir pecúlio, prevista pela Lei 2040, de 28 de setembro de 1871, (a Lei do Ventre Livre), tampouco aos inúmeros testamentos e inventários deixados pelos ex-escravos africanos e crioulos (as), nos quais se observa um domínio dos códigos econômicos para o acúmulo de riqueza. Por outro lado, há um total silêncio sobre o significado do ócio, ao que parece entendido pelos estudiosos como sinônimo de não-trabalho. Na ótica do ex-escravo, o ócio poderia ser uma expressão da resistência à disciplina imposta pelo regime de trabalho assalariado. (CUNHA, 2004).

Segundo Leite (2017, p. 93), nota-se atualmente, através da historiografia, como a releitura dos negros são importantes para a ressignificação do seu lugar de trabalhador no período pós-escravagista. O autor afirma que é um grande avanço perceber as diversas formas de como os escravos rompiam com as lógicas do sistema de escravização. “São diferentes estudos sobre as formas de resistência e negociação dos escravos, suas redes de sociabilidade, o lugar e a permanência de suas relações familiares, sua cultura, e as formas de luta sob o cativo”. Para Leite, a luta por direitos no mundo do trabalho livre já existia no tempo da escravidão e mobilizava negros libertos e livres - o marco de 1888 de forma alguma pode ser inaugural da formação de um pensamento de classe de trabalhadores. (LEITE, 2017; MATTOS 2008).

Para Nogueira, (2013) nesse processo de profunda aversão ao reconhecimento das capacidades dos negros, os empreendedores negros atuais estão inseridos em cadeias produtivas e atividades que refletem até hoje, em larga medida, as especificidades das trajetórias dos escravos para o trabalho livre em cada região do país. Pouco conhecidos os desafios encontrados pelos negros na gestão dos seus negócios precisam torna-se pauta de pesquisas multidisciplinares – esse é, inclusive, um elemento importante na tentativa de reverter as consequências do racismo que jogaram a classe empreendedora negra no esquecimento. (NOGUEIRA, 2013).

Desta forma, percebemos que a inserção do negro no país não pode ser analisada sem estudar as consequências após a abolição, mas, principalmente, deve ser avaliada a partir da sua condição nos dias atuais, quando eles se encontram diretamente afetados pela desigualdade na sociedade brasileira, através do processo enraizado da exploração, mas também da discriminação e do racismo. É legítimo que a população negra com o histórico de desigualdade a que foi submetida, queira também se apropriar do discurso do “eu empreendedor” na perspectiva de também fazer parte do sistema capitalista, não como os margeados, mas aqueles que ascende, contando as suas histórias de superação e sucesso, justamente num momento pujante, quando as lutas pelo fortalecimento das identidades, pelo orgulho negro ganham grande destaque no cenário nacional. Guerreiro Ramos (1950) já tinha nos afirmado que um olhar para a valorização das "sobrevivências africanas" nos indicaria que na realidade os negros estariam mais preocupados e dedicados em ascender socioculturalmente.

Segundo Soares (2021) se no período colonial com a escravização dos negros essas redes de solidariedade atuavam como refúgios e suporte de promoção da vida, como nos casos dos quilombos e das irmandades religiosas, nos dias atuais algumas delas permaneceram, com reconfigurações das suas finalidades, além disso, outras redes surgiram com a emergência de novas demandas e de novos atores sociais. A autora afirma ainda que “a luta que outrora era contra a escravidão, se transforma em luta pela inclusão social do negro e, posteriormente, contra o racismo e pela igualdade racial”. (SOARES, 2021, p. 15).

Foi neste contexto, a partir das intenções de grupo de empresários e pessoas negras oriundos de diversos movimentos, como intelectuais, ativistas, militantes e aliados, que nasceram as primeiras iniciativas, conhecidas, no Brasil, com a finalidade de reunir empresários negros para atuar na melhoria das condições dos seus negócios e na qualificação da sua prática empreendedora.

[...] entre as décadas de 1980 e 1990, surgem as primeiras organizações de empresários negros, como o Centro de Assessoramento e Coordenação Empresarial (CACE) em 1988, em São Paulo, o Centro de Estudos e Assessoramento de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (CEM) e o Círculo Olympio Marques (COLYMAR), ambos fundados em 1991 no Rio de Janeiro. Em 1997 foi criado o Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (CEABRAS), já em 1999 surge a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários Afro-Brasileiros (ANCEABRA). (SOARES, 2021, p. 27).

Um desses processos de organização podemos acompanhar nas narrativas de Martins e Santos (2013) no livro “Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-brasileiro”. Segundo Martins e Santos (2013, p.17) foi em 1996 que um grupo de empresários e profissionais liberais negros, juntamente com alguns ativistas, militantes e aliados se reuniram em Brasília com o

objetivo de criar uma das primeiras organizações empresarial negra. Essa iniciativa tinha como propósito ampliar a participação das empresas afro-brasileiras na realização de negócios no Brasil e no exterior. A primeira iniciativa deste grupo foi realizar a visita a uma feira em Senegal, na África, com o objetivo de realizar parcerias para a venda de produtos brasileiros no mercado africano.

Apesar do grande desejo em contribuir para a constituição desse grupo, Martins e Santos (p. 18) afirmam que o grande desafio era saber onde estavam os empreendedores negros brasileiros, considerando que quase não havia naquele momento estudos que retratassem a realidade daquela população. Segundo Martins,

Ao tentar descobrir, se depararam com outro problema: parte considerável dos empreendedores negros vivia na informalidade, não tinha experiência administrativa nem comercial e não possuía ferramentas teóricas de como administrar e levar adiante um negócio próprio. (MARTINS, 2013, p. 18).

Depois de mais de 20 anos passados desse episódio de criação das primeiras organizações, podemos notar na sociedade brasileira uma série de iniciativas, de natureza diversas, que fomentam o empreendedorismo entre os negros e dão suporte de toda ordem. Elas atuam com o objetivo central de melhorias das condições de vida dos empreendedores. Segundo Silva (2017, p. 80) essas redes atuais unem engajamento político com a questão racial e aparece de diferentes maneiras,

[...] construindo um sentimento partilhado de busca de reconhecimento e de reparação, onde, além de se preocuparem com o acesso da população negra [...] apontam para a necessidade de que os negros sejam cada vez mais “produtores de cultura” e que questionem o modo como são representados e por quem são representados na mídia. De modo que, em cada caso, a questão da representatividade é, portanto, um fator preponderante. (SILVA, 2017, P. 80).

Para Silva (2017, p. 58) as organizações da cultura negra que une negócios e cultura apresenta uma série de dinâmicas sociais, que não se restringem somente às atividades comerciais, mas a uma economia das trocas, ou seja, um sistema complexo de relações – políticas, afetivas, morais, culturais e econômicas – que se dão entre as pessoas por intermédio das coisas. Nesta perspectiva, para a autora afroempreendedorismo vai além da dimensão econômica – aquilo que definimos no capítulo quatro desta tese como o mercado de bens simbólicos.

Assim, com todo esse histórico, na contemporaneidade os afroempreendedores tem se mobilizado pelo desenvolvimento socioeconômico da população negra por meio da inclusão no mercado. Segundo Soares (2021) a organização dessa mobilização se dá por meio dos chamados ecossistemas afroempreendedores que funcionam como redes de apoio e suporte ao

desenvolvimento de profissionais e empresários negros, bem como de seus negócios. No quarto capítulo também abordaremos com mais detalhes as características dos Ecossistemas Afroempreendedores, inserindo estes nos contextos dessas novas redes de solidariedade dos empreendedores negros, que utilizam como princípio de condução das suas ações às referências aos sistemas de solidariedade dos quilombos e das sociedades de mutualismo, dando novas roupagens assim à sua ação.

3.3 CONTEXTO DO AFROEMPREENDEDORISMO NO BRASIL: INTERSECÇÃO ENTRE RAÇA, GÊNERO E CLASSE

Nesta seção abordaremos a realidade socioeconômica dos empreendedores negros no Brasil, com um recorte especial de gênero. A partir do conceito de Nogueira (2013) que define o empreendedorismo negro como o fenômeno que envolve os negócios das pessoas negras no Brasil (universo de pardos e pretos segundo o IBGE), podemos inferir que neste universo estão contidos: os empreendedores formalizados nas categorias MEI, ME, EPP e os “trabalhadores por conta própria” hoje também pertencentes à categoria de “donos de negócio”. Percebe-se assim um universo diverso com inúmeros perfis e traduzir esse universo é condição importante para entender a situação dos empreendedores negros e dos seus negócios no Brasil.

A Pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) identificou que na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), em 2019, a Taxa Total de Empreendedores (TTE) chegou a 36% das pessoas. Sendo que a TTE chegou a 39% no grupo dos negros e 37% no grupo dos brancos. Mas em contrapartida, essa mesma pesquisa, apontou que em 2019 a taxa de pessoas que abriram negócios por oportunidade foi de 54% para os negros, contra 70% para brancos. Portanto, no cômputo geral, os negros tendem a abrir mais negócios do que os brancos, mas abrem mais negócios por questão de sobrevivência.

A Pesquisa do Sebrae Empreendedorismo por raça-cor/gênero no Brasil (2021) aponta a síntese dos resultados da investigação sobre a realidade dos negócios liderados por negros, levantado dados, principalmente a partir dos impactos da pandemia nos negócios desses empreendedores. A pesquisa faz uma comparação com a realidade dos empreendedores brancos, demonstrando diferenças significativas. Os resultados da pesquisa apontam que os empreendedores negros em relação aos empreendedores brancos:

Foram os mais prejudicados/afastados de sua atividade, com a crise da pandemia da Covid-19; Foram os que tiveram recuperação mais modesta, após a crise da Covid-19; São os que (estruturalmente): Possuem menor nível de escolaridade; Possuem

menor nível de rendimento mensal; Possuem a maior proporção de conta própria (e menor de empregadores); Entre os empregadores, possuem menos empregados (negócios menores); São os que estão há menos tempo na atividade; São os que estão menos formalizados; São os que menos contribuem à previdência; São os mais jovens; São os que têm maior dificuldade de acessar o crédito. (SEBRAE, 2021, p. 1).

Essa realidade é a demonstração dos impactos das desigualdades estruturais que, tanto a população negra, quanto os seus negócios estão submetidos no mercado de maneira geral. No bojo dessa discussão está presente a relação entre níveis de escolarização e pobreza, contexto socioeconômico e trajetória profissional, bem como comparações entre grupos sociais historicamente excluídos por sua origem social, cor, gênero, orientação sexual, região geográfica e geração, e outros grupos privilegiados de acesso aos bens econômicos e sociais. Dessa forma, podemos afirmar que os empreendedores não têm as mesmas oportunidades e nem as mesmas condições de acesso ao mercado, e conseqüentemente, têm diminuídas suas chances de melhorar as próprias condições de vida e de suas famílias.

As grandes transformações ocorridas nas últimas décadas no âmbito econômico, principalmente no período mais recente pandêmico, provocaram uma geração de desempregados e trabalhadores precarizados, principalmente na população negra, e mais especificamente ainda, na população negra feminina, que trouxeram a necessidade de reflexões estruturantes para dar conta desse sistema de desigualdade e segmentação no mercado de trabalho. De acordo com a Pesquisa Empreendedorismo por raça-cor no Brasil (2021), os negros correspondem a 50% dos empresários do país, eles são a grande maioria dos MEI (54%) ganham os menores rendimentos (34% menor do que os rendimentos dos empreendedores brancos) estão entre a maioria dos empreendedores que não lucram nada (30%, segundo GEM, 2019), ou seja, não conseguem nem o básico, que dirá acumular excedente. Na realidade, roduzem para custear suas vidas e seus empreendimentos, de maneira muito precária.

Mas os desafios relacionados ao afroempreendedorismo não é só uma questão de raça, mas de gênero também. As mulheres negras são o menor percentual de empresários no Brasil (17% dos empreendedores do país), apesar de ser a maioria da população, 28% dos brasileiros. Elas ganham menos do que todos os outros grupos, R\$ 1.539,00 por mês. Um panorama da situação das mulheres empreendedoras, com base em estatísticas oficiais, destaca algumas das principais tendências da inserção laboral das brasileiras, que é marcada por progressos e atrasos.

De um lado, a intensidade e a constância do aumento da participação feminina no mercado de trabalho, que tem ocorrido desde a metade dos anos 1970, de outro, o elevado desemprego das mulheres e a má qualidade do trabalho feminino; de um lado a conquista de bons empregos, o acesso a carreiras e profissões de prestígio e a cargos de gerência e mesmo

diretoria, por parte de mulheres escolarizadas, de outro, o predomínio do trabalho feminino em atividades precárias e informais. (BRUSCHINI, 2007).

Por essas razões partimos para uma análise crítica do empreendedorismo, que envolve não só a questão de raça, mas também as questões de gênero e classe, através das interconexões desses marcadores sociais na vida dos afroempreendedores. Ao falar de empreendedorismo de pessoas negras a discussão no campo das classes mantém viva a temática sobre a distribuição de poder na sociedade e a consciência da dominação, fazendo uma crítica ao modo de vida capitalista. Por outro lado, ao falar das outras intersecções fazemos referência também a práticas articulatórias que obscurecem as origens de distintos aspectos de opressão e a noção de interseccionalidade, que auxilia na compreensão das desigualdades sobrepostas (em diversas direções) em certos indivíduos em posição de maior vulnerabilidade em sistemas de opressões como o racismo e o patriarcado.

Aspectos como o aumento da classe média no Brasil, o incentivo à formalização como microempreendedor individual, além do orgulho de se auto declarar negro são possíveis explicações que conseguem justificar o crescimento de empreendedores negros no país. (SEBRAE, 2014; NOGUEIRA; MOICK, 2013). A Pesquisa do Sebrae Empreendedorismo por raça-cor/gênero no Brasil (2021) possibilita realizar uma análise comparativa da realidade dos empreendimentos das pessoas negras e brancas. Segundo o documento, em 2021 o Brasil contava com 28,6 milhões de empreendedores, sendo 9,8 milhões de homens negros (34%), 8,7 milhões de homens brancos (30,4%), 5,0 milhões de mulheres brancas (17,4%) e 4,7 mulheres negras (16,4%). Os negros são 50,4% de todos os empreendedores no Brasil.

A média de idade desses empreendedores é de 35 a 54 anos, sendo que 50% deles estão localizados nessa faixa etária. Os homens brancos são os mais velhos representando 1/3 dos empreendedores que tem 55 anos ou mais, e as mulheres negras são as mais novas, com 30% delas na faixa etária de até 34 anos. Em termos de escolaridade, há diferenças significativas quando comparamos donos de negócio negros com as demais categorias analisadas, principalmente nos extremos inferior e superior. Em média, o número de anos de estudo dos donos de negócio no Brasil aumentou 31%, entre 2001 e 2014, passando de 6,0 para 7,9 anos.

No grupo dos negros, o número de anos de estudo cresceu 53%, maior evolução relativa, passando de 4,4 anos para 6,7 anos. Nas categorias brancos e “outros”, a expansão foi mais modesta, de 26%. Apesar do alto crescimento do número de anos de estudo entre os negros, ainda notamos a desigualdade quando comparado ao grupo “brancos” que registra em geral 9,1 anos de estudo contra 6,7 dos negros. Essas transformações em termos de escolaridade

apresentam-se como resultado do avanço das políticas públicas de ação afirmativa. Em 2010 aprovou-se o Estatuto da Igualdade Racial, e, em 2012 a Lei de Cotas na Universidade. Nesta mesma época nota-se um crescimento exponencial de uma série de ações de fomento às lutas antirracistas.

Em relação a escolaridade, a pesquisa aponta que as mulheres brancas são as que possuem maior proporção de empreendedoras com nível superior (39%). Enquanto que os homens negros são os que apresentam menor nível de escolarização, com 45% deles com o fundamental ou menos. 34% dos homens brancos tem ensino fundamental e 45% das mulheres negras tem ensino médio completo. Dos homens negros somente 10% deles tinha nível superior, enquanto das mulheres negras essa proporção vai para 17%.

Em média 97% dos empreendedores pesquisados se dedicam unicamente ao empreendimento. As mulheres brancas constituem o segmento com maior proporção que têm mais de um trabalho (4%). Os homens brancos são os que têm a maior proporção de empregadores (20%), ou seja, aqueles que tem um ou mais empregados, e a menor de conta própria (80%), aqueles que trabalham sozinhos. Enquanto as mulheres negras são as que têm a menor proporção de empregadoras (7%) e maior de conta própria (93%). Entre as mulheres brancas 15% são empregadoras e 85% conta própria. E entre os homens negros, 9% são empregadores e 91% são conta própria.

Em relação ao perfil das empreendedoras negras elas são as que mais trabalham sozinhas, sem condições de contratação de suporte para o apoio que tanto precisam. O que mais precariza a condição dessas mulheres é que, se de um lado elas se tornam mais velhas, casadas e mães – o que revela uma nova identidade feminina, voltada tanto para o trabalho quanto para a família –, de outro, permanecem as responsabilidades das mulheres pelas atividades domésticas e cuidados com os filhos e outros familiares – o que indica a continuidade de modelos familiares tradicionais, que sobrecarregam as empreendedoras, principalmente as que são mães de filhos pequenos, em virtude do tempo consumido em seus cuidados. (BRUSCHINI, 2007).

A cada 10 empregadores, cerca de 5 são homens brancos e a cada 10 conta própria, cerca de 4 são homens negros. Os empreendedores homens brancos são os que têm mais empregados (7% têm 6 ou mais empregados) e as mulheres negras são as que têm menos empregados (só 1,2% têm 6 ou mais empregados). Esses empreendimentos de “uma pessoa só”, em geral, envolvem estruturas mais simples de operação. Podem representar também maior precariedade, de modo que o negócio depende quase que exclusivamente do dono. Isso nos direciona a

perceber uma exaustão por parte dos empreendedores negros, que precisam produzir, vender, cuidar da captação de clientes, cuidar das redes sociais, além de todos os serviços administrativos necessário para o funcionamento da empresa.

Em relação a questão da formalização os homens brancos são os que possuem a maior proporção com CNPJ (41%) e os homens negros são os que apresentam a menor proporção com CNPJ (20%). Entre as mulheres, enquanto 41% das empreendedoras brancas possuem CNPJ, 24% das negras estavam na mesma condição.

O rendimento médio mensal dos empreendedores negros é 34% inferior ao dos brancos. Quando segmentamos os rendimentos por raça e gênero percebemos que os homens negros recebem menos que as mulheres brancas, e as mulheres negras estão na base da pirâmide recebendo menos ainda. Uma mulher branca ganha 22% a mais do que um homem negro e 33% a mais que uma mulher negra e um homem negro tem um rendimento 14% maior do que o de uma mulher negra.

Em relação a quantidade de horas dedicadas ao negócio, notamos que os homens brancos são os que têm maior carga de trabalho semanal no negócio (31% trabalham 45 horas por semana ou mais) e as mulheres negras são as que trabalham mais em tempo parcial no negócio (59% trabalham menos de 40 horas na semana). Em parte, os empreendedores negros se dedicam menos ao negócio devido ao tipo de atividade destes, mais intermitentes (ex.: agropecuária e construção), temporárias e/ou sob demanda, ambulantes e de indivíduos que trabalham por conta própria. Isso significa que os negros usam essas horas em defasagem para se dedicar a outras atividades para complementar a renda – o que precariza a sua dedicação ao negócio, reduzindo as suas chances de qualificação, pensar e montar estratégias, fazer parcerias possibilitando assim o desenvolvimento dos seus negócios etc. Mais especificamente no caso das mulheres elas ainda precisam se ocupar do trabalho doméstico e dos filhos, o que só aumenta as barreiras em relação à sua produtividade.

Em relação a quantidade de tempo que empreendem notamos o quanto os empreendimentos das pessoas negras têm dificuldade em manterem-se abertos ao longo dos anos. Seus negócios são relativamente novos. Os empreendedores brancos são aqueles que estão há mais tempo na atividade atual, 83% deles empreendem há dois anos ou mais, enquanto que para os empreendedores negros essa proporção é de 75%. Os homens brancos são a maior proporção entre os empreendedores com mais de dois anos empreendendo (84%) e as mulheres negras são aquelas que estão há menos tempo na atividade atual, 16% delas estão empreendendo há menos de um ano. É necessário pontuar que, em muitos casos, o empreendedor branco, por

ter uma questão econômica e social mais elevada, goza de privilégios que na partida já o insere em condição mais favorável e em pouco tempo podendo crescer, contratar funcionários e investir mais.

Em relação ao setor de atuação as mulheres brancas são as que têm maior proporção de negócios em serviços (53%), enquanto que os homens negros são os que têm maior proporção de negócios na construção e na agropecuária (25% e 20% respectivamente). Em relação a contribuição previdenciária podemos observar que 48,5% dos empreendedores brancos são contribuintes do INSS, contra 26,5% dos empreendedores negros. As mulheres brancas são as que têm a maior proporção que são contribuintes do INSS, com 49%, e os homens negros são os que têm a menor proporção que são contribuintes do INSS, apenas 26% deles contribuem, a situação da mulher negra não é muito diferente desta realidade já que apenas 27% delas contribui para o INSS.

Em um levantamento sobre a participação de negros de 1990 a 2008 em atividades empreendedoras, as autoras Oliveira, Souza e Pereira (2013) constatam que além dos obstáculos recorrentes a investir no mercado e manter seu empreendimento, os empresários negros sentem as circunstâncias das relações raciais, da discriminação. O fator raça limita, em muitos casos, estes empreendedores a ter acesso a recursos financeiros por conta de dificuldades em relações com fornecedores, clientes, concorrentes ou até mesmo com funcionários.

Marcelo Paixão (2008), em uma pesquisa se propôs avaliar a presença de discriminação de cor ou raça no acesso ao financiamento produtivo por parte dos Microempreendedores Individuais (MEIs) nas cidades de Rio de Janeiro e Salvador. O autor constatou que os empreendedores brancos além de terem melhores condições socioeconômicas e de gestão de seus empreendimentos, enfrentam menores problemas para o acesso ao crédito produtivo do que os dos empreendedores pardos e pretos juntos. Em diversos indicadores socioeconômicos levantados na pesquisa, pretos e pardos apresentam resultados próximos e ambos distantes dos MEIS brancos. O referido trabalho conclui que existe, de fato, uma desigualdade de cor ou raça em relação aos microempreendedores individuais ao tentar obter empréstimos financeiros para realizar suas atividades econômicas.

4 AFROEMPREENDEDORISMO ENQUANTO MOVIMENTO DE DIMENSÕES SIMBÓLICAS

A ideia do empreendedor de si enquanto homem utilitarista, explica significativamente as relações de exploração existentes na contemporaneidade, principalmente ao localizar o complexo debate entre trabalhador por conta própria e empreendedor nos processos de flexibilização e precarização do trabalho. Além disso, a sua crítica mais contundente aponta que a dimensão de coletividade e classe desse trabalhador foi-lhe retirada, assim como os seus direitos, à medida que os “pejotiza”. Porém, a condição de ‘pessoa jurídica’ não transfere as benesses econômicas, financeiras e sociais da sua nova condição de empresário, condenando esses empreendedores a condições cíclicas das desigualdades nos mercados.

Por outro lado, as leituras que cristalizam os sujeitos ao campo econômico, não conseguem dar conta de traduzir o campo das referências simbólicas e substantivas dos afroempreendedores, aquelas relacionadas à sua própria identidade, a sua relação com os símbolos, significados e representações estabelecidas no centro da sua ação empreendedora. A inserção dos afroempreendedores no contingente de trabalhadores informais e precarizados empurrados ao trabalho por conta própria, não deixa de ser lugar comum, a medida que estes são as maiores vítimas das assimetrias das desigualdades no sistema capitalista.

Nesta perspectiva, Tude (2014) tomando como base o pensamento de Polanyi, aponta que, mesmo que o princípio da economia clássica seja capaz de explicar a realidade de forma universal, ela “não está apta a compreender os aspectos econômicos de qualquer outra civilização que não se baseie nos mecanismos do mercado”. Ele afirma que a racionalidade instrumental é somente mais uma das formas que o homem tem no processo de condução das suas ações e ignorar as questões de relações sociais, culturais entre outras, implica na falta de compreensão de fenômenos sociais nos quais o econômico não é estruturante. (p.237-238).

Tude (2014), utiliza o conceito de Economia substantivista de Polanyi para compreender as interações do ser humano com o seu meio ambiente natural e social com a finalidade de assegurar a sua sobrevivência material. Nessa concepção fica evidenciado a dependência dos aspectos materiais para a sobrevivência humana, “mas há também a recusa em aceitar os pressupostos do indivíduo maximizador, da escassez e, portanto, da escolha racional, como verdades para toda e qualquer civilização” (p.237).

Diretamente na obra de Polanyi (2000) podemos encontrar contextos que comprovam que nas sociedades pré-capitalistas a economia era um entre outros sistemas que operavam a vida em sociedade, ou seja, o mundo social não era controlado pelo mercado. As relações

estabeleceriam-se na garantia das suas subsistências através das interações entre reciprocidade e redistribuição.

Todos os sistemas econômicos conhecidos por nós, até o fim do feudalismo na Europa Ocidental, foram organizados segundo os princípios de reciprocidade, redistribuição ou domesticidade, ou alguma combinação dos três. Dentro dessa estrutura, a produção ordenada e a distribuição dos bens eram asseguradas através de uma grande variedade de motivações individuais, disciplinadas por princípios gerais de comportamento. E entre essas motivações o lucro não ocupava lugar proeminente (POLANYI, 2012, p. 69).

Segundo Correa, Vale, Melo e Cruz (2020, p. 234) na vertente de raciocínio clássica e neoclássica os indivíduos são compreendidos como *Homo economicus* e a sua ação é pautada na racionalidade econômica, restringindo-se a comportamentos racional e instrumentalizado. Essa perspectiva dirige o indivíduo a agir numa dimensão “individualista metodológica”, conduzindo as relações pessoais para um lugar inexistente e invisível. Segundo os autores, neste contexto as relações são frias, os laços entre as partes são inexistentes, não existe ação ou ato voluntário e altruísta, os indivíduos estabelecem a impessoalidade e o egoísmo como forma de existência, as ações buscam a eficiência e a maximização do lucro, através da busca individual deste objetivo. Zaoual (2010) afirma que não existe indivíduo no mundo direcionado somente por esta forma de racionalidade.

Contraponto a ideia de *homo economicus*, Zaoual (2010, p.2), propõe o conceito de *homo situs*, uma ideia pautada na máxima de que o mundo social precisa ser interpretado a partir de outras óticas ou dimensões não alcançadas pela concepção economicista. A centralidade desse *homo situs* é a sua relação com o território e a mobilização da interdisciplinaridade e a interculturalidade na construção de um conceito alternativo que ultrapasse o reducionismo econômico.

No entanto, no próprio interior do saber econômico, vozes elevam-se, atualmente, para demonstrar que conceitos como o utilitarismo, o *homo economicus*, a utilidade, a satisfação, a auto-regulação do mercado, a racionalidade, o crescimento etc. devem ser reconsiderados, notadamente neste período em que o sistema que os articula se contradiz fortemente. Um autor como A. Sen (1993, 1999, 2000), apesar de economista, demonstra que a teoria que serve de “ciência normal” (Kuhn, 1983, 1990) à economia é incapaz de propor conceitos universalmente indiscutíveis, tais como a utilidade e o bem-estar, sem considerar o contexto do agente econômico. Deste ponto de vista, os enunciados admitidos são desestabilizados no plano teórico pela relatividade dos contextos de ação. A naturalidade do raciocínio econômico encontra-se profundamente afetada. (ZAOUAL, 2010, p. 15).

Diferente do *homo economicus*, que reduz o homem a uma condição irracional de produção e consumo, a ideia do homem situado de Zaoual (2010) admite a interação com dimensões como as sociais, culturais e ecológicas. O comportamento do indivíduo é analisado

na pluralidade de suas motivações a partir da dinâmica do seu sítio simbólico de pertencimento, o “caráter social e territorial do *homo situs* matiza fortemente os pressupostos do modelo do “*homo economicus*” (ZAOUAL, 2010, p. 25;), este recompõe seus interesses sob os efeitos da sua reputação e estima sempre em conformidade com o seu meio social e ecológico. (NASCIMENTO, DENARDIN, 2015, p. 6-7).

Sen (1993) afirma que paralelo ao sentido estabelecido dentro da economia padrão existem numerosas motivações que povoam a estrutura global dos comportamentos dos indivíduos (Sen, 1993, p.104). O sentido de pertencimento é um deles. Ele afirma por exemplo, que na economia do trabalho, o sentido de pertencimento a uma organização implica diretamente na dedicação dos seus membros aos objetivos estabelecidos, sendo que a realização dos mesmos está diretamente atrelada ao grau de pertencimento. Para Sen existe uma incapacidade dos economistas de tratar do pertencimento e das relações sociais:

[...] a teoria econômica clássica negligencia esta questão do pertencimento e das relações sociais que a cercam. [...] Estas questões estão obviamente ligadas à ética, já que o raciocínio moral influencia a ação, mas em um sentido mais largo, são questões de cultura, das quais a moral é apenas uma parte. (SEN, 1993, p 105).

Segundo Correa e Cruz (2020, p. 233) de forma paradigmática a recolocação das questões relacionais no campo dos estudos do empreendedorismo preencheu o buraco estrutural que existia entre a sociologia econômica e o campo da moderna pesquisa do empreendedorismo, concebendo-se caminhos teóricos e metodológicos na busca por questionar a visão generalizada dos empreendedores enquanto atores econômicos isolados. Nesta perspectiva o campo teórico começou a incorporar a figura do empreendedor considerando suas dimensões substantivas e subjetivas, dando ênfase a noção relacional, segundo a qual tais indivíduos se encontrariam imersos em estruturas socioeconômicas capazes de influenciá-los.

Desta forma, reconhecer o afroempreendedorismo no campo das economias simbólicas é confirmar a ideia de que os seus sistemas sociais são concebidos para além das relações estabelecidas unicamente nas racionalidades instrumental do sistema econômico. Esses argumentos de um empreendedorismo que considere as questões particulares das identidades nos servem de base para apresentarmos na sessão seguinte o afroempreendedorismo enquanto um movimento de dimensões simbólicas, aprofundando esse debate em torno das dimensões identitárias, políticas e sociais, mas não só estas, considerando que o afroempreendedorismo também é atravessado por questões culturais, éticas, religiosas e espirituais e até mesmo ancestral, cujo demarcador central é a identidade negra.

Veremos neste capítulo, na primeira parte, o campo dos estudos e as discussões

conceituais em torno do afroempreendedorismo. Na segunda parte discutiremos as dimensões simbólicas do afroempreendedorismo, apresentando o movimento Black Money como um mercado de trocas simbólicas e os Ecossistemas Afroempreendedores, como redes de solidariedade e aquilombamento - dimensões simbólicas fundamentais para compreendermos a luta e ressignificação das identidades dos afroempreendedores nos dias atuais.

4.1 DISCUTINDO O CONCEITO DE AFROEMPREENDEDORISMO

Na trajetória empreendida ao longo desse capítulo apresentamos um panorama conceitual para o afroempreendedorismo a partir de construtos teóricos e empíricos, apresentando o campo de estudo deste fenômeno e as suas principais características. Acrescentaremos a este, uma discussão em torno da dimensão simbólica do empreendedorismo, apresentando como as questões identitárias e políticas influenciam na trajetória empreendedora das pessoas negras.

O campo do Afroempreendedorismo tem sido bastante explorado, principalmente nos últimos anos com o advento do avanço das lutas de reconhecimento. Na nossa trajetória de investigação encontramos estudos que margeiam o tema empreendedorismo negro ao tratar da ascensão dos negros às classes médias-altas, passando pela ascensão dos empresários negros, como os estudos pioneiros de Ângela Figueiredo (2004; 2012), Reinaldo da Silva Soares (2004), Pedro Jaime de Coelho Junior (2011) e Jorge Aparecido Monteiro (2001), normalmente associados aos estudos dos profissionais liberais e autônomos, dos pequenos negócios, ou dos negros executivos de grandes corporações.

Jorge Aparecido (2001), em particular analisou as trajetórias de vida dos empresários negros no Brasil e foi um dos primeiros autores que tocou nos estudos sobre as trajetórias de vida dos afroempresários. Além de apontar os desafios dos empresários frente as questões de identidade e autoafirmação. Na sua obra “O empresário negro: trajetórias de sucesso em busca de afirmação social”, o autor também fez um apanhado histórico sobre os primeiros movimentos representativos do empresariado negro no Brasil, a partir da década de 1980.

A obra de Nogueira (2013) “Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-brasileiro: desafios e perspectivas para o século 21” é um marco dos estudos da temática, uma coletânea de artigos que retrata o empreendedorismo negro, ou afro empreendedorismo, principalmente tomando os resultados do censo do IBGE (2010) que apontou, naquele ano, um crescimento surpreendente de empreendedores negros no Brasil. Os artigos tratam de questões diversas no

mundo dos estudos sobre o negro, passando por políticas públicas, desenvolvimento e subdesenvolvimento, desenvolvimento local e territorial, pobreza, consumo, democratização do crédito e desigualdade social.

No campo do empreendedorismo ligado a identidade temos os trabalhos de Silva (2017), Rezende, Mafra e Pereira (2017), Siqueira, Nunes e Morais (2018) especificamente tratando do modo como a identidade negra interfere na relação dos empreendedores com o negócio. Eles estudam o fato de como a identidade é utilizada como um diferencial para a os negócios, à medida que é central na proposta e na conformação do valor dos negócios dos empreendedores negros. Nesta mesma perspectiva Davies (2010) averigua os elementos identitários que acompanham as ascensões de alguns desses indivíduos, a partir da conexão entre o agir pessoal e os contextos socioeconômicos. Nascimento (2020) trata da convergência dos elementos da identidade negra, empreendedorismo, consumo e a luta antirracista, considerando ser essa combinação a singularidade do Afroempreendedorismo

Santos (2019) propõe uma revisitação ao conceito de empreendedorismo propondo uma dimensão de liberdade, quando o negro subverte a ordem hegemônica esperada, qual seja, a da subserviência. Também encontramos trabalhos que dialogam com o empreendedorismo negro feminino, como Oliveira (2016), Benedito (2014), Siqueira, Nunes e Morais (2018), que observaram como a questão da desigualdade de gênero torna-se mais uma barreira para as mulheres tocarem seus negócios. Silva (2016) também toca este contexto, mas apontando como o fenômeno da ascensão acadêmica de mulheres negras nos últimos anos tem ressignificado o posicionamento da relação entre empreendedorismo e cultura negra. Simão (2017) tratou da organização dos afroempreendedores em redes, como estratégia de enfrentamento às barreiras do mercado.

Encontramos ainda trabalhos que dialogam com empreendedorismo e cultura negra (SANTOS, 2017; SILVA, 2016), abordando principalmente a vocação dos empreendimentos negros relacionados a expressões culturais, dialogando com questões de identidade, cultura e economia. Barreto (2017), trata de empreendedorismo negro e educação, abordando principalmente o acesso a escolaridade como estratégia de inserção no mercado de trabalho. Assim como Soares (2021) apresenta um estudo comparativo sobre o afroempreendedorismo nas cidades do Salvador e Rio de Janeiro, abordando as dinâmicas socioeconômicas que envolvem o empreendedorismo negro em ambas as cidades.

O que tem em comum todos esses trabalhos citados? Primeiro, podemos observar que alguns são estudos muito recentes, dada a novidade que é falar sobre o afroempreendedorismo

no Brasil. Mas, todos eles, sejam com maior ou menor ênfase, tocam nas estruturas de desigualdade que o racismo impunha à população negra, focando principalmente as barreiras e desafios que esses empreendedores e os seus negócios enfrentam para a consolidação no mercado. Fato que nos faz pensar até quando precisaremos tratar da desigualdade da população negra nos nossos estudos.

O afroempreendedorismo é um conceito complexo, difícil de ser delimitado, pois envolve uma série de aspectos heterogêneos em sua concepção. Além das características fluídas que demarcam o próprio termo “empreendedorismo”, esbarramos com uma série de outras questões objetivas e subjetivas quando agregamos a ele o termo “afro”. Nas últimas décadas observamos uma escalada do uso do termo empreendedorismo, principalmente nos cursos de administração, economia e sociologia que acabaram contribuindo para certa elasticidade do conceito.

Assim, o que nasce como uma atividade alicerçada na noção de iniciativas privadas passa agora a fazer parte de contextos diversos, sendo associado ao social, cultural, de impacto, ambiental, feminino e negro, sem contar nas outras derivações como educação empreendedora, comportamento empreendedor, todos alicerçados à ideia do protagonismo, inovação e criatividade dos indivíduos. Desta forma, veremos também que essas interconexões interferem no fazer empreendedor dos nossos entrevistados, a medida que, os seus negócios também se caracterizam como negócios sociais, de impacto ou *startups*.

Santos (2019) coloca o empreendedorismo numa perspectiva interdisciplinar que dialoga com os campos da administração, economia, direito, sociologia, antropologia e psicologia, atravessado por várias questões complexas advindas de pontos distintos das ciências humanas. Nos últimos anos com os avanços dos estudos da diversidade, cresceu-se a demanda para entender o fenômeno do empreendedorismo nos grupos outrora poucos considerados, como é o caso do empreendedorismo feminino, do empreendedorismo negro, entre outros. Segundo Borges; Enoque; Neto e Rissi (2021),

A problematização do empreendedorismo negro gera impactos no sentido da identificação de histórias e trajetórias de empreendedores que abrem suas empresas e que enfrentam desafios relacionados à questão étnico-racial. Esses desafios, certamente, contribuem cientificamente e agregam evidências adicionais a uma incipiente, porém rica, literatura, possibilitando assim a compreensão, de um modo mais aprofundado e consistente, da dinâmica do empreendedorismo e da criação de negócios por parte de empreendedoras e empreendedores negros. (2021, p. 2).

Uma dimensão conceitual estrutural do afroempreendedorismo se situa no campo dos estudos de raça. É quase uma condição no Brasil que vivemos, atestado pelos próprios caminhos

teóricos e metodológicos das pesquisas que apresentamos aqui, que ao tocar na questão racial, aborde-se as estruturas sociais de desigualdade que essa população particularmente sempre viveu. Tratar das questões relacionadas à população negra é tocar nas questões de raça, racismo, discriminação, identidade, etnicidade, enfim. Desta forma, em nossa tentativa de conceituar o afroempreendedorismo, eis um dos desafios: encontrar os consensos e os dissensos nos campos que circundam os termos empreendedorismo e identidade negra.

Enquanto concepção de pesquisa, se por um lado, buscamos contrapor a lógica do capitalismo por trás do modelo de empreendedorismo atual, que na maioria dos espaços não é colocada em questão, mas, ao contrário é internalizada acriticamente, principalmente no *mainstream* dos cursos de administração. Por outro, somos atravessados por uma série de questões ao tocar o lugar do negro na sociedade brasileira, principalmente aquelas ligadas à sua mobilidade social, as estruturas do racismo nos mercados que restringem a ascensão dessa população, algo que nos faz tocar em estudos da sociologia.

4.1.1 Afroempreendedorismo: conceito interlocutor de singularidades

Nos estudos mais recentes sobre afroempreendedorismo podemos observar que os autores distinguem a ação empreendedora de pessoas que simplesmente se autoafirmam negros, da ação empreendedora que além da autoafirmação, utilizam a identidade negra como base de inspiração e condução das suas iniciativas e negócios. Soares (2021) informa que os termos que mais surgem nas referências bibliográficas, assim como nas empíricas para se referir ao ato de empreender das pessoas negras é afroempreendedorismo, empreendedorismo negro e empreendedorismo afro-brasileiro.

Afroempreendedorismo, empreendedorismo negro e empreendedorismo afro-brasileiro são termos usados por organizações como o Sebrae, Instituto Adolpho Bauer (IAB) e a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (ANCEABRA) como sinônimos, para denominar negócios geridos por pessoas autodeclaradas pretas ou pardas a partir das categorias de classificação utilizadas pelo IBGE. (SOARES, 2021, p. 30).

Nascimento (2020) afirma que durante a sua investigação sobre os conceitos que permeiam o afroempreendedorismo ela encontrou diversos desafios, primeiro a existência de um desconhecimento e recusa desse termo por uma parte dos empreendedores que se autodeclararam negros, não considerando que o uso do termo pode ser necessário e estratégico para evidenciar as práticas desses atores. Segundo, porque os próprios empreendedores e organizações utilizam os termos como marcadores de diferença entre negros em geral,

dividindo esse público assim em dois grupos. Desta forma "empreendedores negro" ou "empreendedores afro-brasileiro" são os donos do negócio que se autodeclararam negros e desenvolvem negócios genericamente e os "afroempreendedores" são conceituados como empreendedores autodeclarados negros que desenvolve seus negócios com o objetivo de fortalecer a luta antirracista. (Nascimento, 2020, p. 57)

Segundo Nascimento (2020, p. 58) o prefixo "afro" estampado no termo afroempreendedorismo indica o aspecto étnico-racial relacionado à atividade empreendedora porque,

[...] etimologicamente, é uma palavra que remete à África, assim como outras palavras encontradas em nosso vocabulário, como as palavras afro-brasileiro, afrodescendente, africano, africanidade entre outros. Assim, sendo o "afro", uma palavra cheia de significados alusivos à cultura e identidade africana e afro-brasileira, remete, de uma forma geral, ao universo cultural no qual esta atividade empreendedora está inserida. No entanto, isso não basta para compreender o afroempreendedorismo, em toda a sua complexidade, nem a realidade dos afroempreendedores e de como eles desenvolvem suas atividades. (NASCIMENTO, 2020, p. 58).

Desta forma, podemos considerar o afroempreendedorismo de duas formas. Primeiro, simplesmente como a ação de empreender das pessoas negras no Brasil, aqueles autodeclarados pretos e pardos, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) na concepção de Nogueira (2013). Santos (2019) afirma que esse tipo de afroempreendedorismo pode configurar-se em sentido amplo ou *lato sensu*, cujo as bases estão estabelecidas no negro que decide empreender seja qual for o seu ramo e para qual público for, além disso a autora ressalta que nesta modalidade o público que se busca alcançar não se restringe somente a consumidores negros. (SANTOS, 2019, p.36)

Afroempreendedorismo, em sentido amplo, diz respeito ao movimento empreendedor realizado por pessoas negras e negros. Tal fenômeno, no que tange ao seu nicho de atuação, não necessariamente deve se restringir a grupos de consumidores negros, podendo alcançar outros grupos étnicos sem que isso comprometa a sua estrutura. Não se faz necessário, neste âmbito do ato de empreender, que o produto ou serviço prestado possua e explique um compromisso ético com os ideais antirracistas e emancipatórios. [...] Afroempreendedor, neste espectro amplo, é o negro que decide empreender, seja em qual ramo for e para qual público for, não se restringindo a alcançar somente consumidores negros. (SANTOS, 2019, p. 36).

A autora (p.36) afirma ainda que neste tipo de afroempreendedorismo o dono da iniciativa ou do negócio não é somente aquele que se dedica a trabalhar para um mercado estritamente afro, compostos por negros, de modo a ressaltar cultura e valores étnicos. Ele também não precisa trabalhar estritamente com a temática racial, nem observar se a cadeia produtiva se estrutura com um viés antirracista. Segundo a autora, o que o caracteriza como um afro empreendedor é a condição étnica desse empreendedor e não a sua atividade. Para ela “só

o fato de se ter um corpo negro atrelado ao ato de empreender já significa um início de um movimento transformador” (p.36)

Santos (2019, p.37) afirma que no caso de afroempreendedores que trabalham na perspectiva de uma consciência de raça, aquilo que ela denomina de empreender em sentido estrito, ou *stricto sensu* é necessário a observância de critérios mais taxativos e determinados. Ela afirma que neste caso, não basta a existência de um corpo negro à frente do ato de empreender, é preciso ir além atuando em consonância com os ideais antirracistas e antidiscriminatórios, pautando-se numa prática ética desracializada. Desta forma a autora conceitua,

Afroempreendedorismo em sentido estrito, por sua vez, diz respeito ao movimento empreendedor realizado por pessoas negras e negros, comprometidos em estruturar uma cadeia produtiva que respeite a questão racial, privilegiando práticas antirracistas em todos os momentos da construção do ato de empreender. (SANTOS, 2019, p. 37).

A autora, ao tratar da cadeia de produção, afirma que o afroempreendedorismo se destaca justamente porque os negros empreendedores, através de uma consciência coletiva de fomentar e colaborar para o desenvolvimento do mercado entre pessoas negras (*o black money*) fazem escolhas de consumirem de fornecedores negros, estabelecer parcerias com pessoas negras e contratar trabalhadores também negros. A autora afirma,

Por exemplo, se uma negra ou um negro decide empreender no ramo da moda, é importante que se comprometa com uma cadeia produtiva antirracista, que não faça uso do trabalho análogo a escravidão (partindo desde a colheita do fio, ao preparo do tecido, à confecção da roupa, chegando até sua comercialização) e que também não deixe corpos negros alijados da prática empreendedora (tendo como modelo de suas produções somente corpos brancos, possuindo uma equipe de trabalho estritamente branca, ou produzindo especificamente para público branco). (SANTOS, 2019, p.37-38).

Desta forma a autora constrói um conceito para Afroempreendedorismo resumindo-o da seguinte forma:

O Afroempreendedorismo pode ser conceituado então, como um fenômeno ou estratégia de caráter econômico, político e social que impele o negro ou negra a desenvolver uma atividade empresária, criativa e inovadora, com ou sem o auxílio de colaboradores. Tal fenômeno se subdivide em Afroempreendedorismo em sentido amplo (atrelado ao corpo negro que empreende) e Afroempreendedorismo em sentido estrito (atrelado à preocupação ética de combater a exploração racial em todas as etapas da cadeia produtiva). (SANTOS, 2019, p. 38).

Afroempreendedores são, portanto, pessoas negras que utilizam a comercialização de produtos com valor simbólico ligados a identidade afro-brasileira ou africana. Segundo Nascimento (2018) esses empreendedores, em sua maioria, promovem a visibilidade positiva da identidade negra, realizam atividades voltadas para o empoderamento estético e identitário

da população afro-brasileira. Para isso, eles fomentam o afroempreendedorismo e o afroconsumo (produzir e vender entre negros) como estratégia de enfrentamento à vulnerabilidade econômica e social, embora os produtos produzidos e vendidos não tenham somente o público negro como clientes exclusivos.

Para Nascimento (2018) existe um propósito maior que embasa a prática e os fazeres dos afroempreendedores, para além de uma atividade comercial, afroempreendedorismo é também um dever social de enfrentamento ao racismo e valorização das raízes étnicas e culturais de matriz africana. Segundo ela, a estratégia de aliar o combate ao racismo com práticas empreendedoras não é recente, pois há algum tempo o Movimento Negro do Brasil e de outros países recorre a essa pauta para o enfrentamento da desigualdade socioeconômica entre negros e brancos. Para a autora, esse movimento pressupõe uma rede de solidariedade étnica, com objetivos coletivos de valorização da negritude.

Silva (2018, p. 23) faz uma ligação entre o fazer social dos empreendedores negros, as questões culturais e de engajamento político desse grupo, ao afirmar que esse tipo de empreendedor pode também ser designado como empreendedores sociais e negócios culturais. Para a autora esses negócios envolvem um conjunto de circuitos culturais e comerciais que, associados a distintas noções e experiências com o empreendedorismo e cultura negra, vem alterando as formas de mobilização estética e de engajamento político. Silva aponta que essa série de mudanças são protagonizadas por pessoas contempladas, direta ou indiretamente, pelas políticas públicas e culturais de acesso ao ensino superior promovidas no âmbito nacional nos últimos 15 anos, principalmente as ações de ampliação ao ensino superior.

Em síntese percebemos como os autores articulam uma série de aspectos simbólicos para construção do conceito de afroempreendedorismo pautado na perspectiva identitária. Os autores estabelecem que a relação empreendedor e identidade fornece aspectos para além do econômico material, interconectando elementos dos campos da cultura, da política, do social. Notamos o afroempreendedorismo associado a redes de solidariedade, a símbolos e sentidos que referenciam a cultura africana e afro-brasileira, a própria estética negra, fazendo do afroempreendedorismo um campo fértil de representações e significados sociais.

4.2 A IDENTIDADE NEGRA COMO CONDUTORA DE SENTIDOS PARA O AFROEMPREENDEDORISMO

O afroempreendedorismo, do ponto de vista econômico e político é consideravelmente complexo, pela necessidade de articulação de dois sistemas de regulação distintos. Enquanto a identidade negra está pautada no campo das relações sociais representativas, evocando das pessoas o compromisso com uma noção de pertencimento a um determinado grupo social, empreendedorismo enquanto espaço material de subsistência econômica financeira envolve aspectos pragmáticos como dinheiro, remuneração, lucro, entre outros.

Silva (2017, p. 144) afirma que os afroempreendedores tem protagonizado um cenário particular de relações entre afirmação identitária, mercado e trabalho, onde variadas noções de cultura negra são acionadas como elemento central em seus projetos. Para a autora, se, por um lado o empreendedorismo tem representado alternativas importantes num momento de crescente crise e precarização no mundo do trabalho, por outro, as ações dos empreendedores negros estão respaldadas em uma economia de trocas, que articula relações entre mercado e formas diversas de solidariedade e reciprocidade.

A autora reforça que as economias das trocas dentro do afroempreendedorismo é definida como um sistema complexo de relações políticas, afetivas, morais, culturais e econômicas dadas entre as pessoas por intermédio das coisas. Ela afirma a existência de uma permeabilidade entre as situações de trocas monetárias e não monetárias que se articulam em torno da noção de empreendedorismo e consumo. (SILVA, 2017, p. 58).

4.2.1 Narrativas em torno da Identidade AFROempreendedora: mercado, ética, ancestralidade, solidariedade e espiritualidade

Compreender a identidade enquanto demarcador constitutivo do movimento afroempreendedor no Brasil, é assumir o seu caráter de espaço social na construção do mundo social, concebendo esse mundo enquanto espaço de lutas, transformações e transições, no qual a dimensão simbólica é produtora de realidades. Desta forma é possível perceber as relações entre o mundo material e as formas simbólicas. Esta seção, foi desenvolvida a partir dos resultados da pesquisa empírica, entrecruzando as principais observações levantadas em campo às teorias que colaboram na interpretação dos eventos discutidos.

Em nossa jornada abordaremos a identidade negra como um marcador que dialoga com uma série de dimensões que colaboram para o fornecimento de sentidos para a ação das pessoas

empreendedoras. Trataremos, da ligação com a África, abordando as identidades dos povos africanos em diáspora e de como os elementos narrativos de ligação com a ancestralidade se apresentam como fonte de inspiração, ressignificação, mas também como estratégia de gestão, marketing e singularidade para os negócios.

Assim, como tocaremos na relação com o Sagrado, que ao mesmo tempo que é encarado como missão para alguns, tem seus sentidos ressignificados, à medida que são incorporadas no processo de condução dos seus negócios e práticas gerenciais. Abordaremos também como o sentimento de pertencimento a um coletivo conduz a ação ética dos empreendedores, os direcionando a práticas em torno de redes de solidariedade comprometidas com justiça social e dignidade da população negra.

Três questões são fundamentais para a compreensão deste capítulo:

(i) a primeira, informa que os aspectos subjetivos do afroempreendedorismo aqui apresentados, que articulam identidade e mercado, não perpassam a vida de todas as pessoas negras que empreendem de forma simétrica, muito menos pode ser considerado como representativo da forma de viver das coletividades. As pessoas negras que empreendem na perspectiva identitária, pensam, vivem, sentem de formas diferentes a relação entre indivíduo e negócio, mesmo que, segundo Hall (2016) alguns grupos compartilhem do mesmo mapa conceitual. Banaggia (2014) aporta que os conhecimentos populares podem ser submetidos a um olhar científico, mas não para confrontá-los com a realidade, ou estabelecer juízos morais sobre eles, mas para reconhecê-los, validá-los, ampliando assim as inteligibilidades entre ciência e cultura;

(ii) a segunda questão, que inclusive já abordamos anteriormente, mas reforçaremos com Amartya Sen (2000) ao tratar da ética econômica, é a de que as relações estabelecidas no campo simbólico não são desprovidas de materialidades e interesses. Assim, não se trata de avaliarmos se tal ação está ou não carregada de intenções e interesses econômicos por trás das suas práticas, considerando que esse processo é implícito, e muitas vezes até explícito, à ação do “agente social” no campo das práticas simbólicas e imateriais. (SEN, 2000; HALL, 2016; CANCLINI, 2014). Banaggia (2014) afirma que somos todos providos de interesses:

Se, levando o argumento a seu extremo, não há nada de errado em dizer que somos todos movidos por nossos interesses, ao mesmo tempo não há aí nada de muito informativo quando não se considera a questão de que interesses são esses. Conceitos como os de originalidade, inventividade e manipulação, [...] fornecem ferramentas para ajudar a lidar com os temas a que se dedicaram os primeiros estudos na área, capazes simultaneamente de evitar as armadilhas. (BANAGGIA, 2014, p.60).

(iii) a terceira e última questão dialoga diretamente com a primeira, e se refere a escolha do conceito de identidade, sinalizando os campos dos estudos multiculturais e hibridização (HALL, 2016; CANCLINI, 2014), negando, a existência de uma identidade “pura”, ou “autêntica” dos sujeitos, abrindo espaço para as efluências culturais que sinalizam a riqueza das experiências sociais dos empreendedores desta pesquisa. Para Hall (2016) existem muitas sociedades multiculturais e diversos multiculturalismos. O multiculturalismo, não é algo novo, e já estava presente no mundo helênico, em termos de interação entre o centro e a periferia. Os impérios e os sistemas coloniais são multiculturais, mas o fenômeno tem se intensificado após a Segunda Guerra Mundial e, sobretudo nas últimas décadas.

O multiculturalismo refere-se a estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiculturalidade gerados pelas sociedades multiculturais. É normalmente utilizado no singular significando a filosofia específica ou a doutrina que sustenta estratégias multiculturais”. (HALL, 2016, p. 57).

Na sua obra *Culturas Híbridas* (2013), Canclini, aborda o conceito de hibridação para tratar das contradições e conflitos da interculturalidade em torno das identidades. Para o autor a identidade deve ser interpretada de forma relativa, como um fenômeno heterogêneo, cujo as questões centrais vinculam-se mais às noções da própria diversidade, em vez das questões da igualdade, rejeitando assim o conceito de identidades “puras” ou “autênticas” (CANCLINI, 2014, p. XXII)

[...] entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existem de forma separada, se combinem para gerar novas estruturas, objetos e práticas. Cabe esclarecer que as estruturas chamadas discretas foram resultado de hibridações, razão pela qual não podem ser consideradas fontes puras. (CANCLINI, 2014, p. XIX).

O autor afirma que não é possível falar de identidade como se tratasse apenas de um conjunto de traços fixos, muito menos afirma-la como a essência de uma etnia ou de uma nação. Para ele, a própria história dos movimentos identitários, articulados em diferentes épocas, contribui para atestar o caráter heterogêneo das identidades. A fusão das práticas sociais de diferentes grupos tem seu aspecto positivo para a formação de uma sociedade, pois, mesmo que elas ocorram de maneira não planejada, elas acabam por gerar novas estruturas, novas práticas que se reconvertem. E o autor finaliza,

Busca-se reconverter um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado. Esclareçamos o significado cultural de reconversão: este termo é utilizado para explicar as estratégias mediante as quais um pintor se converte em *designer*, ou as burguesias nacionais adquirem os idiomas e outras competências necessárias para reinvestir seus capitais econômicos e simbólicos em circuitos transnacionais (Bourdieu). (CANCLINI, 2014, p. XXII).

Canclini afirma que os setores populares também utilizam estratégias de reconversão econômica e simbólica, citando exemplos como, o de um camponês que modifica seu artesanato a usos modernos para interessar compradores urbanos, ou de operários que reformulam a sua cultura de trabalho frente as novas tecnologias produtivas, ou dos povos indígenas que reinserem suas demandas na política transnacional, utilizando-se dos discursos ecológicos, comunicando-os ao mundo por rádio, televisão e internet. (CANCLINI, 2011, p. XXII).

Observaremos na seção das trajetórias de vida dos empreendedores como essa relação fluida das identidades pode ser notada nas suas práticas. Abordaremos no item da metamorfose empreendedora como a identidade do homem empreendedor se funde à identidade dos sujeitos negros ativistas e engajados na luta antirracista, quando estes incorporam e se apropriam da linguagem, dos hábitos e práticas do homem empreendedor. É importante sinalizar que essas identidades não são divergentes, uma não invalida a outra num processo cíclico em que se fundem e se retroalimentam. Elas não se constituem identidades independentes e podem funcionar em sistemas de permuta, sendo acionadas, em graus diferentes, a partir das experiências e contextos vivenciados pelos sujeitos.

Na seção que tratará sobre as trajetórias de pertencimento étnico racial, mais a frente, observaremos como a consciência racial surge a partir do confronto com outras identidades (HALL, 2016; GOMES 2002; MUNANGA, 2019), deflagrando situações de preconceitos por conta da cor ou das características fenotípicas da negritude. Não sem razão, a estética é utilizada como estratégia, principalmente das empreendedoras femininas, para autoafirmação da sua identidade e ressignificação desses episódios enfrentados (GOMES, 2002).

Entre as narrativas dos nossos empreendedores, encontramos, casos em que os empreendedores associam o ato de empreender como “fuga”, para escapar ou superar as experiências desiguais e estruturais vivenciadas no mercado de trabalho, desejando ser dona do seu próprio negócio, mas no fundo, a intenção é ser o dono do seu próprio trabalho (FIGUEIREDO, 2004; DAVIES, 2009; MONTEIRO, 2001), rompendo com as situações degradantes sofridas ao longo das experiências laborais enquanto empregado, assumindo assim um lugar de autonomia – neste caso, muitos empreendedores associam a ação de empreender a liberdade. (SILVA, 2019).

Munanga (2019, p. 13) subscreve que o processo de construção da identidade nasce a partir da tomada de consciência das diferenças. Para o autor o grau dessa tomada de consciência é diferente entre os negros, assim como são diferentes os contextos em que eles vivem. Assim, para ele, em termos da complexidade que são, as análises das identidades negras devem ser

estabelecidas num caminho que considere os componentes essenciais na construção de uma identidade, como o fator histórico, o fator linguístico e o fator psicológico. Gomes (2002) nos sinaliza que na construção do conceito de identidade existem dois vieses de confronto que são fundamentais para as suas interpretações: a percepção do “eu” e do “outro”:

A ideia que um indivíduo faz de si mesmo, de seu “eu”, é intermediada pelo reconhecimento obtido dos outros em decorrência de sua ação. Nenhuma identidade é construída no isolamento. Ao contrário, é negociada durante a vida toda por meio do diálogo, parcialmente exterior, parcialmente interior, com os outros. Tanto a identidade pessoal quanto a identidade socialmente derivada são formadas em diálogo aberto. Estas dependem de maneira vital das relações dialógicas estabelecidas com os outros. Esse é um movimento pelo qual passa todo e qualquer processo identitário e, por isso, diz respeito, também, à construção da identidade negra. (GOMES, 2002, p. 39).

Para Munanga, (2019, p. 16) a identidade de um grupo funciona como uma ideologia na medida em que permite a seus membros se definir em contraposição aos membros de outros grupos para reforçar a solidariedade existente entre eles, visando a conservação do grupo como entidade distinta. Mas, pode também haver manipulação da consciência identitária por uma ideologia dominante quando considera a busca da identidade como um desejo separatista. Essa manipulação pode tomar a direção de uma “folclorização pigmentada despojada de reivindicação política”.

[...] a confusão persiste quando estudiosos e militantes falam da construção da identidade negra. De que identidade se trata? Dessa identidade mítico-religiosa conservada nos terreiros religiosos? Da identidade do grupo oprimido que vacila entre a consciência de classe e a de raça? Ou da identidade política de uma "raça" afastada de sua participação política na sociedade que ajudou a construir? Esta última, ainda em formação, que caracteriza a tomada de consciência da jovem elite negra politicamente mobilizada, me parece a mais problemática de todas. Nela se misturam os critérios ideológicos, culturais e raciais." (MUNANGA, 2019, p.16-17).

Desta forma, é na tentativa de mitigar o uso utilitarista das lutas identitárias do povo negro, que Munanga (2019) estabelece o lugar de contraposição ao poder hegemônico. Ele afirma que esse novo lugar de discussão das elites negras sobre a sua identidade passa pelo discurso da identidade contrastiva do negro em oposição à identidade do opressor:

A situação do negro reclama uma ruptura, e não um compromisso. Ela passará pela revolta, compreendendo que a verdadeira solução dos problemas consiste não em macaquear o branco, mas em lutar para quebrar as barreiras sociais que o impedem de ingressar na categoria dos homens. Assiste-se agora a uma mudança de termos. Abandonada a assimilação, a liberação do negro deve efetuar-se pela reconquista de si e de uma dignidade autônoma. O esforço para alcançar o branco exigia total autorrejeição; negar o europeu será o prelúdio indispensável à retomada. É preciso desembaraçar-se dessa imagem acusatória e destruidora, atacar de frente a opressão, já que é impossível contorná-la. (MUNANGA, 2019, p. 52).

Sob essa mesma perspectiva, Nascimento (2020, p. 140) afirma que esse é o diferencial do afroempreendedorismo, quando inserido no bojo das lutas antirracistas, para a autora o viés de empoderamento econômico tende a ser não só individual, mas também em benefício da comunidade. Santos (2019, p. 64) por sua vez afirma que nem sempre o movimento empreendedor precisa ser caracterizado com o movimento do oprimido que deseja tornar-se o opressor, mas sim como um movimento que possibilite a dignidade das pessoas negras e a libertação das antigas formas de subserviência. Essas são narrativas de reconstrução dos negros na sociedade, engendrada a partir da condição do negro intelectual, que assume o compromisso de revisitar o aparato teórico em torno dos espaços estabelecidos para os negros na sociedade ao longo dos séculos. (SANTOS, 2019; NASCIMENTO, 2018; SOARES, 2021).

Nesta direção, Santos (2019, p. 56) afirma que tratar de afroempreendedorismo não é somente abordá-lo como um fenômeno de mercado, mas sobretudo “de uma complexidade de movimentos que impulsionam sujeitos a se deslocar”. A autora afirma que o reposicionamento do negro no âmbito dos negócios implica o abandono da posição do negro enquanto mercadoria para a posição de sujeito-mercador, deslocando-se do *negro-coisa* para *negro-ser*, sendo este, na percepção da autora, um movimento paradigmático. Aqui percebemos como o afroempreendedorismo capitaneia para si novos discursos em torno da ressignificação das identidades das pessoas negras que empreendem.

Logo, o aspecto significativo que diferencia um afroempreendedor de qualquer outro empreendedor é a sua autoidentificação, que o torna, ao mesmo tempo diferente, mas pertencente a grupos de pessoas que compartilham um universo de representações ligadas à cultura negra. A noção de pertencimento étnico racial desses sujeitos, vai determinar grande parte das suas escolhas e decisões, direcionando-os no sentido de segmentação do seu mercado consumidor, nas características dos seus produtos e serviços, a cor e a forma de contratação das pessoas das suas equipes de trabalho, a representação e símbolos da sua marca e a sua forma de se relacionar com o próprio mercado.

Ao mesmo tempo o compromisso social com o pertencimento étnico intercambia uma série de sentidos para a ação empreendedora, à medida que interconecta os empreendedores à cultura africana, a partir de uma concepção dos povos em diáspora (HALL, 2016; GILROY, 2007; PINHO 2004), estabelecendo uma ligação com os seus símbolos, com as suas crenças, que são vitais para os seus processos emocionais, afetivos e relacionais, mas também os conduzem como diferenciais na relação com o mercado (NASCIMENTO, 2018; SILVA, 2018).

Azevedo (2018) compara a percepção de pertencimento africano à presença do Espírito Santo, tal qual o grau de fluidez desta percepção na vida dos negros com consciência racial:

A África está em nós assim como o Espírito Santo. E não se trata de uma presença insidiosa, mas de algo vigoroso que impregnou do cóccix ao pescoço o estilo de vida dos negros e mestiços no Brasil. Os estudos em questão afirmam que essa presença se fez sentir a partir de três elementos culturais centrais: música, artes do corpo e religião. (AZEVEDO, 2018, p. 37).

O racismo enquanto processo histórico sempre esteve presentes nas civilizações ao longo do tempo, mas as lutas por valorização, reconhecimento e conscientização do pertencimento étnico racial, só conseguiu se constituir enquanto movimento amplo a partir da segunda metade do século XX. Liderado por inúmeros intelectuais negros, principalmente a partir dos Estados Unidos, esse movimento político-social resulta do período de transição entre o final do comércio negreiro e da escravatura. No centro do seu debate está a crítica ao colonialismo, uma forma de dominação imposta pelas nações europeias, principalmente sobre a África, que duraria até às últimas décadas do século XX. (HALL, 1997; NASCIMENTO, 2009; SANTOS, 2007; SILVA, 2016).

Segundo Silva (2016) foi a partir dos anos 1960 que se intensificou a difusão de uma ideologia radicalmente favorável ao legado cultural africano, disseminada por intelectuais provenientes dos mais diversos países desse continente, nascendo assim o conceito de Pan-africanismo. Esses autores descortinam para o mundo a questão do negro, justamente num período em que há “a prevalência das teorias raciais “científicas” e deterministas, além de delimitar, nos EUA, o ápice da discriminação e da perseguição aos negros afrodescendentes” Logo depois outros conceitos como a negritude, afrocentricidade - e outros similares e complementares, que serviram como embriões para a disseminação das contranarrativas e releituras das identidades negras africanas e em diáspora. (SILVA, 2016, p.256).

Um movimento disseminado por intelectuais em todo mundo teve como principais referências nomes como, Aimé Césaire tratando sobre negritude, Du Bois e Garvey refletindo sobre o Pan-africanismo nos anos de 1960, Karenga e Obenga tratando sobre afrocentricidade em 1980. (SILVA, 2016, p. 256). Esses autores contribuíram para um legado imensurável no processo de redefinição das identidades negras. Eles revelam os conhecimentos africanos envoltos na tessitura do tempo, eles “(re)elaboram a afrocentricidade como paradigma epistemológico duplamente qualificado: descentramento universal da Europa e pluriversalização das epistemologias não universais”. (SILVA, 2016, p. 256).

Segundo Reis e Fernandes (2018, p. 106) os movimentos de reconstrução das identidades africanas e de africanos em diáspora não tem a pretensão de criar um novo paradigma de superioridade, conforme alguns estudiosos vêm afirmando, mas sim de reposicionar a cultura africana como centro epistêmico para os africanos do continente e da diáspora, mas não para todos os povos. A questão central não é

[...] reivindicar uma universalidade cultural e epistemológica que sabidamente não existe. É exatamente o contrário. O esforço da afrocentricidade é demonstrar que, em vez de defender uma universalidade epistêmica, o que se deve sustentar é a pluriversalidade dos sistemas culturais. (p. 109).

Ao fazer uma associação direta, encontramos a autora Patrícia Pinho (2004, p.30), que nos faz refletir sobre o lugar do empreendedorismo negro na tradição africana ao considerar que “a linguagem da diáspora é criada por povos que sentem, vivem e inventam uma conexão com o lar primordial”. O que eles buscam reencontrar são às raízes perdidas, uma África mítica. E que a cidade de Salvador, por exemplo, enquanto polo disseminador de uma cultura que não está congelada em uma “herança africana”, mas que se reinventa e desenvolve, exerce um papel de destaque nessas relações transnacionais, ao conectar os imaginários da negritude e africanidade à multiplicidade do Atlântico Negro. (GILROY, 2007)

Gilroy (2007) estabeleceu o conceito de Atlântico Negro, para designar as relações transnacionais entre os povos africanos em diáspora com a Mãe África. Suas ideias estão estabelecidas num livro de mesmo nome. Esse autor considera que a diáspora é um fenômeno sempre em construção. Sua função é problematizar a mecânica cultural e histórica do pertencimento, da definição de identidade étnica ao quebrar a sequência simples de elos explanatórios entre lugar, localização e consciência. (GILROY, 2007). Segundo o autor, o “Atlântico Negro” tem como ideia fundante a percepção dos negros como agentes, como pessoas com capacidades cognitivas e com uma história intelectual – atributos negados pelo racismo moderno. (GILROY, 2007, p. 42)

O autor rompe com a ideia de pureza racial, disseminada a partir de determinados espaços dos movimentos negros politizados. Ele afirma a necessidade de fuga das “clausuras das categorias com as quais conduzimos nossas vidas políticas.” (GILROY, 2007, p. 30)

A ideia de diáspora oferece uma alternativa imediata à disciplina severa do parentesco primordial e do pertencimento enraizado. Ela rejeita a noção popular de nações naturais espontaneamente dotadas de uma consciência de si próprias, compostas meticulosamente por famílias uniformes; ou seja, aqueles conjuntos intercambiáveis de corpos ordenados que expressam e reproduzem culturas distintas em absoluto, assim como pares heterossexuais formados com perfeição. Como uma alternativa à metafísica da “raça”, da nação e da cultura delimitada e codificada no corpo, a diáspora é um conceito que problematiza a mecânica cultural e histórica do

pertencimento. Ela perturba o poder fundamental do território na definição da identidade ao quebrar a sequência simples de elos explanatórios entre lugar, localização e consciência. Deste modo, ela destrói a invocação ingênua da memória comum como a base da particularidade, ao chamar a atenção para a dinâmica política contingente da comemoração (GILROY, 2007, p. 151).

Da mesma forma, Stuart Hall (2018) trabalha com o conceito de diáspora enquanto uma teoria inacabada de uma complexidade que, muitas vezes, a torna incompreensível. Ele trabalha com a ideia do “sujeito fragmentado”, “homem pós-moderno” atravessado por diversas identidades culturais em contraposição a ideia de “homem moderno” cristalizado em um ciclo de permanência da vida. (HALL, 2016, p. 30-31)

A manutenção de identidades racializadas, étnicas-culturais e religiosas, é obviamente relevante à autoconcepção dessas comunidades. O fator da negritude é decisivo para a identidade da terceira geração de afro-caribenhos, assim como a fé hindu ou mulçumana para a segunda geração de certos asiáticos. Mas certamente essas comunidades não estão emparedadas em uma Tradição imutável. Assim como ocorre na maioria das diásporas, as tradições variam de acordo com a pessoa, ou mesmo dentro de uma mesma pessoa, e constantemente são revisadas e transformadas em respostas às experiências migratórias. (HALL, 2016, p. 73).

Essa noção de pertencer a identidade africana sustenta os discursos em torno da ancestralidade. Este, por sua vez, alimenta discursos de resgate da memória, de reconfiguração das identidades, estabelecendo narrativas de restituição. No afroempreendedorismo, a ancestralidade é fio condutor de redefinição das narrativas. Enquanto resultados de pesquisa, notamos como os empreendedores utilizam o discurso da realeza, que se sustenta a partir da ideia dos negros enquanto reis e rainhas da África, mas que foram destituídos dos seus tronos, a partir do processo da escravização. E essa realeza está simbolicamente representada no cabelo enquanto coroa, nas roupas reais e coloridas feitas com tecidos africanos, nos símbolos e na linguagem africana usados para nomear seus negócios, suas marcas, seus produtos, seus serviços e seus processos de trabalho.

Os símbolos e a mitologia africana também ganham formas, histórias, tornam-se fontes de inspiração para concepção de ideias, coleções de produtos, interconexões de experiências e histórias de vida. Enfim, os discursos e produtos são carregados de ideias de conexões e reconexões ancestrais, que corroboram com significados entre o real, o imaginário e o fictício. Eles tornam-se facilitadores na ligação dos empreendedores com o mercado, sustentando os discursos da diversidade, da originalidade, da exclusividade e da tradição - estratégias definidas no processo de compra e venda, sensibilização do cliente, fazendo dessas negociações espaços de trocas simbólicas.

Notamos como os empreendedores que utilizam a ancestralidade como sentido para a prática empreendedora fundamentam a sua trajetória empreendedora no resgate das práticas dos

seus antepassados. Eles trazem relatos das práticas dos seus avós, dos pais, da família de santo. O fazer da atividade cotidiana, que antes lhes era banal, hoje ganhou novas conotações, tornando-se fonte de sustentação. As histórias são recontadas recheadas de emoções e regastes de momentos e vivências do passado. A bisavó quituteira que agora ancora a ação da bisneta *chef* de cozinha, ou a avó benzedeira que ensinou a prática de manusear as folhas sagradas, e atualmente é a fonte de inspiração da empresa de óleos essenciais, naturais, com ligação e significado ancestral. A vida entre discursos e práticas que se entrelaçam nas teias entre o que seria “tradicional”, antigo e moderno e novo – o caráter híbrido das trocas simbólicas.

O universo conceitual dos empreendedores negros, a partir desses direcionamentos são carregados por significados de cultura africana, de reivindicação pelo passado não conhecido, pela complexidade de compreensão da inteireza das suas histórias. Para Hall (2016), as pessoas que pertencem à mesma cultura compartilham um mapa conceitual relativamente parecido, além de compartilhar uma maneira semelhante de interpretar os signos de uma linguagem, pois só assim os sentidos serão efetivamente intercambiados entre os sujeitos. Ele afirma,

Pertencer a uma cultura é pertencer, grosso modo, ao mesmo universo conceitual e linguístico, saber como conceitos e ideias se traduzem em diferentes linguagens e como a linguagem pode ser interpretada para se referir ao mundo ou para servir de referência a ele. (HALL, 2016, p. 42).

Hall (2016, p. 22), informa que são os sentidos que regulam e organizam nossas práticas e condutas, relacionando-se através dos circuitos da cultura, em diferentes áreas, a partir de diferentes processos e práticas, nos guiando na construção da identidade e na demarcação das diferenças, na produção e no consumo, bem como na regulação da conduta social. Ele nos permite cultivar a noção de nossa própria identidade, através da percepção de quem somos e a quem pertencemos.

Segundo Hall (2016), os sistemas de representação nos permitem elaborar conceitos para objetos reais e materiais, assim como para coisas, ideias, abstratas e obscuras. São esses sistemas que nos permitem realizar conexões entre pessoas, objetos e eventos reais ou ficcionais de forma mais complexas, considerando as distinções existentes das suas diferenças, utilizando princípios de similitude e diferenças por exemplo, para distinguir, ou o princípio da casualidade, da sequência, da consequência, entre outros princípios - "o sentido depende da relação entre as coisas no mundo". (p. 22).

Outro elemento fundamental para pensarmos no caráter simbólico do afroempreendedorismo é a ética em torno do pertencimento a uma coletividade, que conduz ações em prol de justiça e dignidade para a população negra. Percebemos nos empreendedores

como a identidade negra ancora as narrativas baseadas no entendimento de reciprocidade, que, por sua vez, sustenta a força motriz do pensamento de que “um sobe e puxa o outro”, inserindo a solidariedade como condição e compromisso no processo de mobilidade social. Outros discursos de representações, circunscrevendo poder econômico, consumo e identidade também são notados, quando, na forma de boicote, ou nas ações nas mídias, principalmente através das redes sociais, os negros cobram dos grandes conglomerados mercadológicos adaptação dos seus produtos, com imposições do tipo “se não me vejo não consumo, não compro, não é pra mim”. Enfim, esse universo, que é mercado, mas também são subjetividades das identidades negras.

Segundo Munanga (2019) a relação dos negros com a identidade afro revela uma intenção de resgatar o sentido de comunidade calcado na matriz da ancestralidade africana que enfatiza relações de irmandade, respeito e compromisso coletivo. Com isso, nota-se que os discursos de noção de pertencimento a uma coletividade, associado a um forte posicionamento de não aceitação à condição desigual da população negra nos dias atuais, tornam-se elos para pessoas negras se agregarem em ecossistemas afro empreendedores, vinculando esses novos espaços dotados de novas tecnologias e ferramentas de comunicação e gestão, aos modelos antepassados das sociedades e irmandades dos homens livres do período pós-abolição. A associação simbólica que mantém vivo o caráter da memória da resistência do povo negro.

Os discursos de solidariedade estão fortemente amparados nos modelos de sociedades pretas que resistiram a todas as formas de opressão no passado, como as próprias irmandades, os quilombos, o próprio movimento negro e os quadros de intelectuais precedentes reconhecidos e referenciados. E são esses modelos que rebatizam, com novas roupagens experiências coletivas em formato de “quilombamentos”, quilombos virtuais, quilombos culturais, “hubs”, entre outros. Estabelecendo os diálogos entre o velho e o novo, o antigo e o moderno. Assim, os empreendedores negros fortalecem suas próprias identidades, referenciando essas histórias de resistência dos seus antepassados e reconstituindo o caminho da própria reparação, considerando que até os dias atuais, os mesmos não tiveram a reparação por parte do Estado e da sociedade por todas as mazelas consequentes do período da escravização.

Entre os empreendedores pesquisados, muitos deles são inspirados numa crença e/ou busca de mudança do *status quo* da sociedade hegemônica, que explora, que domina. (SANTOS, 2019; NASCIMENTO, 2019). Eles se denominam empreendedores de propósito. O combate ao racismo, o trabalho em rede, a disseminação de conteúdos antirracistas, os protagonismos em torno de projetos sociais, enfim, esses empreendedores tem uma agenda

política em prol da identidade. Seu ato de empreender é também compromisso social, e para muitos os seus negócios, além de sustento, é condutor dos seus valores para o mundo. Eles palestram em grandes eventos sobre as suas experiências, narrativas sempre regadas de orgulho da cor, reconhecimento do esforço dos seus antepassados, superação das barreiras, trajetórias de ensino, entrada na universidade e o compromisso com o futuro – equidade.

Muitos empreendedores negros afirmam ter enquanto modelo nas suas empresas, os chamados negócios sociais ou de impacto social, que segundo Petrine, Scherer e Back (2016) propõem um modelo de organização híbrida que combina as competências do setor privado com os conhecimentos de gestão social do Terceiro Setor. Suas empresas, ou organizações visam a resolução de problemas sociais, utilizando mecanismos de mercado. Elas vão além do lucro e apresentam uma visão humanista, buscando um capitalismo inclusivo. É um setor relativamente recente, mas que vem ganhando força em um momento que as pessoas querem trabalhar com um significado maior.

De acordo com Barki (2015), os chamados negócios sociais emergem a partir da premiação do Nobel da Paz, em 2006, na qual Yunus foi reconhecido pelo seu trabalho sobre microcrédito, buscando a redução da vulnerabilidade dos pobres em Bangladesh. No formato de desenvolvimento das suas empresas estão modelos de negócios que oferecem acesso a produtos e serviços para a população de baixa renda e que ajudam a diminuir o elevado déficit social do mundo. Essa discussão ocorreu no momento em que a saturação dos mercados desenvolvidos pressiona as organizações a olhar para a base da pirâmide como uma oportunidade com imenso potencial de crescimento nos próximos anos (PRAHALAD; HART, 2002; PRAHALAD, 2005)

Assim, alguns empreendedores abrem negócios em lugares onde a iniciativa privada não alcança, outros criam negócios para incluir aqueles que estão à margem. Eles disponibilizam produtos com valores mais acessíveis que os de mercado, colocando por vezes em risco a própria sustentabilidade do negócio em prol da causa social. Uns empreendem por oportunidade, outros alinham oportunidade e realização. Mas, as intenções em torno da identidade se alinham ao discurso, sempre presente, de um negócio de representação que é para além da sua própria individualidade enquanto empresário/empreendedor. Esse é uma demarcação forte da identidade AFROempreendedora dos negócios aqui estudados.

Os empreendedores dos setores de consultoria especializada, com unanimidade na pesquisa, trabalham na perspectiva da educação antirracista, disseminam os conceitos de diversidade, constroem trajetórias profissionais de destaque e utilizam as suas histórias para

conduzir a criação de outras redes, para educar outras pessoas, para melhorar a condição escolar ou profissional da população em situação menos “privilegiadas” que as deles. Com essa nova geração, o conhecimento sobre raça e negritude agregam valor profissional e econômico-financeiro. Eles abrem empresas de consultoria para prestar serviços às iniciativas públicas e privadas, ofertam produtos como letramento racial, censo racial, palestras sobre diversidade nas empresas, lotam as agendas no mês de novembro. O mercado da diversidade. Como nos sinaliza um dos empreendedores em sua narrativa: “falar de preto agora dá dinheiro”.

Difícilmente eles apresentam discursos apolíticos, eles articulam discursos interseccionados entre raça, classe, gênero, entre outros. Alguns deles alegam se preocupar com práticas de sustentabilidade ambiental, trabalhando com reciclagem ou processos que reduzam os impactos da sua ação empreendedora no meio ambiente. Outros citaram a relação horizontalizada estabelecida com seus funcionários, contrapondo a lógica de violências simbólicas vivenciadas em espaços de trabalho. Outros citaram a preocupação com a diversidade de corpos daqueles que representam as suas marcas, transmitindo um viés inclusivo, dialogando com as realidades subjetivas dos seus clientes. Nestes casos, a identidade fornece sentidos a novas formas de produção e consumo.

Essas, são práticas e debates, que de certo modo, estão localizados no *métier* das estratégias contemporâneas empresariais de responsabilidade e marketing social, mas que, fugindo dos reducionismos econômicos (HALL, 2005; CANCLINI, 1999; SEN, 2000), não podemos deixar de interpretá-los a partir da disposição de uma ética associada à condição de pertencimento à identidade negra. Amartya Sen (2000) redefiniu as bases das relações entre ética e economia, afirmando que foi a separação dessas duas categorias, no âmbito das sociedades modernas, que colaborou para os cenários catastróficos em torno dos diversos males sociais enfrentados pela humanidade.

Sen argumenta, que a ética direciona as motivações e comportamentos dos homens e, só uma economia vinculada a um projeto de desenvolvimento de bem-estar individual e coletivo seria capaz de devolver a dignidade aos seres humanos. Para Sen, da mesma forma que as economias tocam as pessoas, as pessoas conseguem tocar as economias, mesmo que as proporções aconteçam de forma assimétrica. A noção de ética de Sen aproxima-se dos afroempreendedores e das suas escolhas de vida pautada em uma ética identitária, ao tratar do conceito de “agente”.

Em Sen, “agente” é um conceito base para a construção da identidade humana, é essa concepção que estabelece o lugar dos sujeitos contextualizados à sua realidade, comprometido

com a democracia e as condições de justiça. O autor associa a condição de agente à alteridade, ao afirmar que a pessoa como agente não necessita ser guiada somente por seu próprio bem-estar, ela precisa conectar seus próprios objetivos de realização a um bem-estar social maior, mesmo que para isso seja necessário ponderar seus objetivos (p.33).

Estou usando o termo agente não nesse sentido, mas em sua acepção mais antiga – e “mais grandiosa” – de alguém que age e ocasiona mudança e cujas realizações podem ser julgadas de acordo com seus próprios valores e objetivos, independentemente de as avaliarmos ou não também segundo um critério externo. Este estudo ocupa-se particularmente do papel da condição de agente do indivíduo como membro do público e como participante de ações econômicas, sociais e políticas (interagindo no mercado e até mesmo envolvendo-se, direta ou indiretamente, em atividades individuais ou conjuntas na esfera política ou em outras esferas) (SEN, 2000, p. 33).

A ética também pode ser percebida a partir do paradigma da dádiva (MAUS, 1974; CAILLÉ, 1998; FRANÇA FILHO, 2013) por ser um fenômeno paradoxal que é ao mesmo tempo, obrigatório e livre, interessado e desinteressado (CAILLÉ, 2002a, p. 61). Nesta perspectiva a dádiva tem seu valor simbólico estabelecida enquanto relação social. Ela rompe com a dualidade estabelecida na relação do elemento simbólico e da materialidade do ato, ampliando as dimensões das relações considerando aspectos dialógicos, de generosidade, morais, afetivos entre outros.

A troca há sempre três momentos que se revertem no princípio da ação recíproca – dar, receber, retribuir. (RADOMSKY, SCHNEIDER, 2007; FRANÇA FILHO, 2013). A troca não seria somente uma permuta de produtos, ela carrega a potencialidade da sociabilidade humana, sobre a qual se fundam a solidariedade, a integração social e as obrigações mútuas. A dádiva pressupõe diálogo interdisciplinar de um entendimento ampliado dos elementos constitutivos da vida humana. França Filho (2013) explica a dádiva e o seu caráter de “fato social”:

Anti-utilitário, anti-acumulador, anti-equivalente, a dádiva não é, portanto, redutível à uma relação mercantil. Os objetos doados, aceitos e devolvidos não se “trocaram” nem porque são úteis, nem em razão da sua equivalência monetária, mas porque significam simbolicamente a vontade de construir relação (*faire lien*). Enquanto, na relação mercantil, o bem conta mais que a relação, na dádiva, a relação conta mais que o bem (ela está mesmo a serviço da relação). (FRANÇA FILHO, 2013, p. 9).

Na relação entre a ética e a identidade, São Bernardo (2018) insere a ancestralidade enquanto valor central para estabelecer uma relação de solidariedade e reciprocidade, a denominando enquanto uma “categoria de alteridade”. Segundo São Bernardo (2018) o valor ancestral não se trata de uma mera saudade do passado, mas de uma referência deixada no legado de luta, sobrevivência e compromisso com a história dos antepassados que deve ser levada a diante pela geração atual. O autor afirma que a ancestralidade requer sempre uma

memória e uma história, ao ponto que a história requer uma identidade e a identidade exige o debate da diversidade e da diferença.

Por fim, São Bernardo afirma ser a ancestralidade um projeto de ação política ligado a pressupostos libertários no sentido da identidade e da autonomia. (p. 237). Nesta perspectiva ele complementa,

A ancestralidade pode ser lida como uma categoria de alteridade. Mais que isso, uma categoria de trans-alteridade, posto que se referênciamos no local de relação, ou seja, do encontro da diferença. A ancestralidade é a categoria que permite entender os territórios desterritorializados que, ao se reconstruírem, a exemplo da experiência negra no Brasil, constroem outros territórios capazes de suspender a temporalidade e a linearidade de uma história de cunho progressista e unívoca; ou como a história indígena, cuja própria existência e resistência determinam o local de rasura de uma nação que se pretende homogênea. (SÃO BERNARDO, 2018, p. 231).

Neste mesmo caminho, a narrativa de quilombamento entre os afroempreendedores, conecta os conceitos de ancestralidade e identidade negra, a medida em que interliga no centro das suas ações o valor de alteridade fortalecida a partir da ideia de ação em coletividade. Patrocínio (2022, p. 2) nos direciona a refletir sobre as práticas éticas no centro dos movimentos contemporâneos de quilombamento das pessoas negras, ao informar que o quilombamento é este termo atual, que sinaliza para a reunião de pessoas negras em torno da raça.

Ela afirma que o quilombamento entre as pessoas negras são novas formas de territorialização de sujeitos que vivem e estão em processos perenes de reconceitualização das estéticas da negrura e das identidades [...] tais instâncias de contato e troca apontam para o surgimento de quilombamento éticos e estéticos, instaurando maneiras de relacionalidade inéditas. E ela ainda continua afirmando que para além de ser pensada no sentido revolucionário e político de agrupamento de pessoas negras,

essa noção, como estamos propondo, se projeta como movimento: juntar-imaginar-criar-transcriar-reimaginar para, além de movimentar sentidos outros, descortinar o próprio sentido múltiplo das experiências pretas. Logo, refletir sobre o processo de quilombamento, na contemporaneidade, é apontar práticas éticas e estéticas comprometidas em fundar novas possibilidades de existir, criar e se relacionar. (PATROCINIO, 2022, p. 4).

Assim, esse conceito de ‘quilombos contemporâneos’ conecta os conceitos de ética, dádiva e ancestralidade, nos sinalizando que nos espaços onde estejam, seja nas artes, na academia, no empreendedorismo, os negros unidos estarão juntos a partir de um sentimento de empatia e pertença a uma identidade, ou grupos e coletivos de identidade que contemplam as dores e agruras de suas vivências, mas também o desejo de construção de outros repertórios para os seus futuros. Veremos mais à frente, na seção que trata dos ecossistemas

afroempreendedores, como a noção de coletividade respaldada na ideia dos quilombos atravessou anos e se constituiu como base desses movimentos de negros empreendedores em redes na contemporaneidade.

Nesta perspectiva, a ancestralidade, mais uma vez presente, torna-se o valor que interconecta o significado de pertença de alguns empreendedores, a partir das religiões de Matriz Africana. Assim, podemos observar como a relação com o Sagrado direciona para a própria escolha empreendedora, influenciando a decisão do segmento do negócio, a gestão do dia a dia, a confecção e caracterização dos seus produtos, o seu modo de perceber-se enquanto empreendedor, fazendo dos seus negócios meio de realização da sua própria missão espiritual, como sinaliza Borges, *et.al* (2014).

As motivações para a abertura de empresas no setor de artigos religiosos, nos casos estudados, revestem-se de elementos simbólicos associados à religião, envolvendo a ação de empreendedores estruturada a partir da exploração de recursos materiais e imateriais para a criação do novo negócio. Um fato que merece destaque é o de que, além de aspectos mercadológicos e econômicos, existem motivações ligadas a aspectos religiosos. Neste sentido, a fé, e a motivação por ela obtida para servir a Deus através do trabalho posicionam a intenção de abertura da empresa como um trabalho preestabelecido, predeterminado e planejado pela espiritualidade, configurando-se como uma espécie de missão [...]. Assim, a empresa seria a cruz, o sagrado, o encontro com Deus, a realização, revestindo o processo de criação de negócios no ramo de artigos religioso por aspectos que vão além de elementos puramente objetivos e racionais, normalmente vinculados ao fenômeno do empreendedorismo. (BORGES, *et.al*, 2014, p. 574).

A religiosidade de matriz africana se estabeleceu a partir da ideia de pluralidade, alicerçada às diversas matrizes étnicas culturais dos povos africanos sequestrados e escravizados no território brasileiro. Diferentemente das religiões de matrizes cristãs, que se baseiam em filosofias cartesianas ocidentais, a filosofia das religiões de matriz afro se estabeleceu a partir da concepção da diferença. (ANJOS, 2008; RIBEIRO; LIMA, 2019).

Segundo Gaia, Vitória e Comin (2019, p. 26) não é simples sintetizar uma definição para as Matrizes Africanas no Brasil, primeiro porque o termo no plural já sinaliza para a existência de concepções diversas, segundo porque, o contexto das noções distintas de povos, nações, embora advindos de uma mesma matriz afro-brasileira, o candomblé, direcionam os aspectos de pluralidade e especificidades socioculturais. Os autores complementam que as “Matrizes Africanas, no Brasil, resume uma África “descoberta” (SLENES, 1992) e readaptada pelos africanos e seus descendentes através da resistência cultural, adequadas para o contexto diaspórico”. (GAIA, VITÓRIA; COMIN, 2019, p. 26)

Anjos (2008) ao analisar a base do pensamento do sincretismo no Brasil, afirma que essa foi a construção discursiva que disseminou a ideia de unificação e apagamento das

especificidades, ao contrário do que se predispõe a concepção do pensamento religioso de matriz africana, que se consolida em torno da preservação da diferença e da convivência. Para o autor, “a lógica rizomática da religiosidade afro-brasileira em lugar de dissolver as diferenças conecta o diferente ao diferente deixando as diferenças subsistirem enquanto tal” (ANJOS, 2008, p. 82).

[...] característica da lógica das diferenças na religiosidade africana no Brasil [...] as diversas nações (Jeje, Ketu, Angola...) não são essências identitárias pertencentes a indivíduos, mas territórios simbólicos de intensidades diversas, passíveis de serem percorridos por multiplicidades de raças e indivíduos. (ANJOS, 2008, p. 82).

Ele complementa alertando que nem essencialização, nem desracialização, a filosofia de terreiro faz das raças e das nações um patrimônio simbólico, “espaços para percursos nômades, desessencializados mais racializados”. Para o autor essa equalização parece paradoxal aos olhos demasiadamente ocidentalizados, que não é sequer cogitada nas arenas de reconstrução da identidade nacional.

Na relação que as religiões de Matriz Africana exercem com o empreendedorismo, Borges *et.al*, (2014, p. 570) afirma que as pesquisas que abordam empreendedorismo, religião e espiritualidade buscam interpretar nesse fenômeno os aspectos que influenciam a atividade empreendedora, tendo como pano de fundo os valores, símbolos e comportamentos sobre a atividade. Os autores estabelecem parâmetros que demarcam pontos na concepção desses estudos:

(a) as diferentes religiões valorizam o empreendedorismo de formas distintas; (b) as diversas religiões produzem diferentes padrões de comportamento empreendedor, devido a diferenças em seus conjuntos de valores; (c) a especialização em uma determinada religião determina o empreendedorismo; (d) as redes de relacionamento entre membros de uma determinada religião delimitam o empreendedorismo; (e) a religião oferece oportunidades empreendedoras; (f) as crenças religiosas podem dificultar o empreendedorismo; e (g) as religiões possuem mecanismos para a perpetuação de valores que facilitam ou dificultam o empreendedorismo. (BORGES, *et.al*, 2014, p. 570).

Da mesma forma, identificamos narrativas que possibilitam interpretar como a concepção de religiosidade e espiritualidade dos empreendedores podem ser impactadas a partir da própria relação estabelecida com mercado. O Sagrado passa a ser mercantilizado, ganhando contornos de formalização a partir do uso de técnicas gerenciais tradicionais. Visando a sustentação dos seus negócios, os empreendedores precisam estabelecer linhas mais pragmáticas de decisões intercalando as suas crenças com as estratégias de mercado. O Sagrado, que outrora assinalava relações mais espontâneas e voluntárias, ganha um caráter de geração de renda, sustentação das famílias e etc. Segundo Borges *et.al* (2014), “tais práticas visam garantir

a sobrevivência desses empreendimentos”, podendo “se tornar negócios lucrativos, promissores e sustentáveis ao longo do tempo”. (BORGES, et.al, 2014, p. 571)

Enfim, afroempreendedorismo é um lugar de redefinição das identidades negras, não somente em relação ao próprio negro, que só nos dias atuais configuram-se nos espaços de poder, ainda que de maneira muito reprimida, mas também para a sociedade, que precisa se reeducar no âmbito das suas práticas discriminatórias, adotando novas formas de posicionamento em relação ao tema. Assim, ao mesmo tempo em que crescem exponencialmente os casos de denúncia de racismo, aumenta-se também as vozes daqueles, que mesmo não sendo negro, mostram-se aliados das lutas antirracistas.

Graças à busca de sua identidade, que funciona como uma terapia do grupo, o negro poderá despojar-se do seu complexo de inferioridade e colocar-se em pé de igualdade com os outros oprimidos, o que é uma condição preliminar para uma luta coletiva. A recuperação dessa identidade começa pela aceitação dos atributos físicos de sua *negritude* antes de atingir os atributos culturais, mentais, intelectuais, morais e psicológicos, pois o corpo constitui a sede material de todos os aspectos da identidade. (MUNANGA, 2019, p. 24).

Por esta razão, que em seu caráter político-simbólico o afroempreendedorismo está ligado ao movimento coletivo por reconhecimento constituído pelo Movimento Negro, à medida que consegue inserir na sociedade mudanças culturais e simbólicas de revalorização das identidades, transformações dos padrões sociais de representação, interpretação e comunicação de modo a alterar o sentido do “eu” para todas as pessoas, dos seus grupos e produtos culturais.

4.2.2 Mercado de Bens Simbólicos: *Black Money*

Enquanto um conceito de mercado, afroempreendedorismo articula um sistema de produção e consumo pautado na ideia de *Black Money*, com a finalidade de gerar e circular a riqueza entre a população negra. O *Black Money* é um movimento que dialoga com as questões das crenças e valores, associando identidade e dinheiro. Os empreendedores e consumidores negros, na percepção de que, ao utilizar seus próprios recursos para contribuir com pessoas e negócios negros, criam encadeamentos que reforçam diretamente os seus sistemas de crenças num mercado mais igualitário e justo.

Esse mercado afro também inspira a ideia de compra pautado na memória do povo negro africano, ou nas identidades dos povos negros em diáspora. Com isso, mercado e consumo intercomunicam-se com o imaginário da memória dos seus símbolos, com a ideia do resgate

dos seus antepassados, dando ênfase ao consumo cultural. Clanclini (1999) afirma que a identidade e o sentimento de pertencimento interferem diretamente nos bens consumidos por cada indivíduo, estabelecendo uma forte conexão entre aquilo que ela acredita e aquilo que a pessoa usa. Desta forma, identidade e consumo são marcadores sociais significativos e demarcatórios para a identificação e a diferenciação do indivíduo perante os grupos que ele participa. (HALL, 2005; CLANCLINI, 1999).

Porcinato *et.al* (2019) afirma que as relações sociais acontecem em um universo complexo e que, por isso, as relações econômicas, como o consumo, e as relações subjetivas, com o sentido de pertencimento e a afetividade, não podem ser analisadas de maneira separada, o que em geral tende a acontecer. (p. 263). Segundo Douglas e Isherwood (2009) os estudos em torno das relações entre mercado e bens simbólicos passam por dois debates principais, o dos economistas que não priorizam questões subjacentes às motivações do consumo, e a dos ambientalistas e moralistas que apontam para a ânsia destrutiva da sociedade do consumo.

Os autores reforçam, que nestas perspectivas, o consumidor, longe de ser visto como alguém que realiza uma escolha soberana, seria o dono passivo de uma carteira de dinheiro, cujo conteúdo foi esvaziado por forças poderosas. Douglas e Isherwood (2009) a partir desta crítica, buscam relativizar as relações de consumo, referenciando-a como processo social. Segundo Rocha (2006, p. 9) é o compartilhamento dos bens que oferece distinção ao mesmo, à medida que os fornece sentidos e significados. Para o autor, o consumo é um acontecimento público, uma prática cultural diversa e complexa e “retira a sua significação, elabora sua ideologia e realiza seu destino na esfera coletiva, existindo como tal por ser algo culturalmente compartilhado” (ROCHA, 2006, p. 9).

Douglas; Isherwood (2009, p. 106) afirmam que bens são mais do que meios de subsistência, segundo eles o homem precisa de bens para comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 149): “ Todos concordam a respeito dessa abordagem dos bens, que sublinha o duplo papel de provedores da subsistência e de marcadores das linhas de relações sociais” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 106).

Canclini (1999) aborda o que significa ser cidadãos e consumidores em meio às mudanças culturais que alteram a relação entre o público e o privado, e estuda a comunicação, o consumo e a mercantilização da cultura. Para o autor, na sociedade contemporânea, as identidades têm se estruturado mais através da lógica dos mercados do que dos Estados, em

consequência tramita-se o enfraquecimento dos referentes jurídico-políticos da nação, ao passo que a identidade se vinculava exclusivamente a territórios próprios.

Homens e mulheres percebem que muitas das perguntas próprias dos cidadãos a que lugar pertença e que direitos isso me dá, como posso me informar, quem representa meus interesses recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que nas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos. (GARCÍA CANCLINI, 1999a, p. 3).

A obra de Canclini (1999) é uma crítica a um novo tipo de indivíduo, cidadãos da era global, atravessado por uma diversidade de produtos culturais oriundos de diferentes lugares do mundo. O autor afirma que o sistema de referência em torno das representações do que é “típico” está se enfraquecendo, dando lugar cada vez mais a “universalização das coisas”. Esses processos, imputam mudanças no imaginário das pessoas, no comportamento, interferindo diretamente na percepção de pertencimento a uma determinada cultura, ou nação. Os conteúdos midiáticos, por sua vez exercem forte influência nos cidadãos globais. E, essa nova forma de exercer cidadania perpassa por construções simbólicas.

A reivindicação da identidade africana ou afro-brasileira dos grupos afroempreendedores e o seu aspecto de trabalho em coletividades em torno das identidades, implicam na construção de um mercado de bens simbólicos, interconectando mercado e vida social, alterando as formas de trocas de modo diacrônico, ou seja, não só os mercados transformam as normas sociais, mas também as relações sociais transformam as transações de mercado. (POLANYI, 2000).

Silva (2017, p. 2019) destaca as dimensões criativa, coletiva e solidária do afroempreendedorismo que se manifestam através das trocas. Para ela existe no tipo de empreendedorismo que esses grupos afros constroem, diferentes lógicas econômicas onde as relações de reciprocidade e de mercado se confundem, tornando a experiência econômica mais complexa à medida que se aproxima muito mais de uma dinâmica de trocas do que necessariamente simples tentativas individuais de desenvolvimento financeiro. Ela afirma que tão importante quanto a ascensão social são os laços e solidariedades que envolvem as vivências denominadas de empreendedorismo.

O *Black Money*, dinheiro preto em tradução livre, é uma expressão que nasceu nos Estados Unidos para definir dinheiro ilegal, mas que foi ressignificada pela comunidade negra no Brasil para incentivar o consumo de produtos e serviços produzidos por afrodescendentes e levar ao público consciência social, econômica e financeira. (SOARES, 2021; SILVA, 2019)

Se não me vejo, não compro. Essa é uma das premissas de Nina Silva, uma das fundadoras do Movimento Black Money. Fazer nosso dinheiro cair em mãos negras é

uma via de mão dupla. Ao contribuir para a ascensão financeira de outros negros, a população negra como um todo se favorece e cresce junto. Com menos negros na linha da pobreza, no desemprego e em trabalhos subutilizados, temos maior representatividade negra no mercado como um todo e, assim, mais pessoas com poder aquisitivo preocupadas em levantar outros negros e poder empresarial para contratar, financiar, apoiar e promover pessoas negras. É um ciclo virtuoso. (SOARES, 2021).

Segundo Nascimento (2020, p. 62) o afroempreendedorismo enquanto movimento visa estabelecer a circulação de riqueza entre pessoas negras e para tal, as instituições tradicionais que sempre excluíram os negros do acesso, precisam passar a ser negras. Nessa perspectiva, segundo a autora, somente um dono de banco negro saberá dimensionar todas as mazelas existentes no mercado que criam barreiras para o acesso ao crédito e benefícios de empreendedores negros. Da mesma forma, organizações de fomento lideradas e chefiadas por pessoas negras estarão mais atentas no combate das desigualdades estruturais e no compromisso com a mudança do *status quo*.

[...] esses objetivos concretos dependem, antes de tudo, da consciência racial que possibilita perceber as consequências do racismo e, por isso, compreender que a mobilização coletiva pode ser eficaz para as mudanças sociais. Dessa forma, o foco do movimento de empreendedores negros engajados tem sido o desafio de gerar mudanças na subjetividade dos negros brasileiros e da sociedade em geral por meio do marketing, da discursividade, produtos e prestação de serviços voltados para desconstrução do racismo e para a emergência de uma percepção positiva da negritude. (2020, p. 62).

Sobre a origem americana do termo *Black Money*, Silva (2019, p. 83) afirma, que é preciso ter cuidado ao se trabalhar com uma ideologia criada em um país diferente, cujo o povo possui vivências diferentes. Ela afirma que nos Estados Unidos, as diferenças entre brancos e negros são bem demarcadas e provocativas, conduzindo a população negra a buscar estratégias de união para a sua própria defesa e conseguir condições sociais mais equilibradas.

Segundo ela, em um cenário em que as questões raciais são expostas, estratégias como a união de riquezas negras, agregação de recursos para fortalecimento da comunidade negra, incentivo do deslocamento das riquezas das pessoas negras para instituições financeiras controladas por negros ou de predominância de capital negro, a fim de que haja riquezas circulando nas mãos dos negros, faz todo o sentido. Possibilitando a implementação de práticas que materializem a estruturação daquilo que ela chama de um “capitalismo negro”. (p. 83)

Ela complementa que em relação ao Brasil, onde o racismo é velado e se dialoga no sentido de negar o racismo e a discriminação. Um país em que os negros vivem em condições altamente precárias de subsistência, com baixa escolaridade, predestinados a ocupar empregos servis, cujo parte significativa dos negros não possuem se quer conta bancária e trabalha para satisfazer necessidade básicas, não sobra recursos para investir em outros âmbitos de uma

vivencia humana digna. Não é possível fazer a aplicação desse modelo, sem que se faça as devidas transposições sociais. (p. 83-85).

A autora complementa que, apesar de haver indivíduos negros no Brasil em melhores condições econômicas e sociais, do que essas transcritas acima, esses não chegam nem a 2/3 da população negra do país, cujo a realidade de maneira massiva é pobreza. Silva (p. 85) afirma que a melhor saída de implementação de um modelo Black Money no Brasil deveria partir de um lugar da coletividade, através da construção da coesão de grupos, seja através da alavancagem de bancos negros e de fundações de suporte e formação ao afroempreendedorismo.

Segundo Soares (2021) o *Black Money* em sua centralidade visa a realocação da renda para a diminuição das desigualdades, contratando e comprando de pessoas negras, com o objetivo de instrumentalizar financeiramente indivíduos estatisticamente à margem da economia brasileira. O autor salienta que para além da circulação de dinheiro o Black Money também visa estabelecer mecanismos de pressão nas empresas e no Estado, para ampliar as políticas públicas e privadas de melhoria da condição econômica dos negros na sociedade.

Ele afirma que no âmbito privado, das empresas, o movimento visa cobrar a contratação de mais pessoas negras em todos seus setores, para a diminuição da desigualdade salarial, para a capacitação de colaboradores negros a fim de que eles possam ocupar cargos de liderança, para além dos cargos subalternos, além disso existe uma cobrança por uma maior representatividade negra nos discursos das próprias marcas.

Em relação ao Estado, Soares (2021) afirma que os negros buscam cada vez mais cobrar medidas públicas que insiram mais profissionais negros no mercado de trabalho e na qualificação de estudantes - uma vez que a taxa de analfabetismo entre pretos e pardos é mais do que o dobro do que entre brancos, segundo o IBGE. Ele finaliza afirmando que, o cenário é complexo, mas a população negra não tem como esperar apenas por mudanças estruturais de longo prazo é preciso agir, em paralelo, na realidade atual.

A maioria da população brasileira é de negros (mais de 55% se autodeclararam pretos ou pardos), que movimentam 1.7 trilhão de reais na economia e são donos e donas de 53% dos pequenos empreendimentos do país. Diante disso, o fortalecimento do afroempreendedorismo a partir de uma prática consciente de consumo resulta no aumento da renda para mais da metade dos brasileiros que, em sua maioria, encontra-se na base da pirâmide socioeconômica. Consequentemente, a economia passa a crescer de forma mais sustentável e melhor distribuída,

com relações comerciais e trabalhistas mais justas, entre outros indicadores sociais e financeiros. (MOVIMENTO BLACK MONEY, s/d, p. 9)

Segundo Silva (2017) parte da população negra que havia tido seu poder de consumo aumentado nos últimos anos configura-se numa nova classe média negra que passou a frequentar a universidade, ampliando as suas opções de escolha de consumo. Com isso, cresceu a percepção da existência de uma escassez de produtos no mercado que atendessem as necessidades dessa nova população negra economicamente empoderada. A autora afirma que, tais produtos não diziam respeito apenas aos chamados produtos segmentados – entre os quais se destacam os produtos de beleza, para pele e cabelos, e artigos de moda, - mas também, a um cenário de produção cultural engajada, considerada por seus produtores fundamental para o fortalecimento identitário dessa população. (SILVA, 2017, p. 25)

O foco do ativismo não está ligado tão somente ao consumo, mas o que este consumo pode proporcionar aos pequenos empreendedores e empresários, campanhas como “Compre do pequeno”, “Se não me vejo não compro”, “ajude a desenvolver sua comunidade local” são importantes iniciativas que indicam transformações. Essas campanhas estão centralizadas na noção de que um consumo consciente voltado para um compromisso com a comunidade negra, trará transformações positivas. (NASCIMENTO, 2020, p. 136)

Quando priorizamos as nossas compras em estabelecimentos de pessoas negras, estamos contribuindo para que elas gerem o sustento tanto do próprio negócio quanto de suas famílias. O crescimento da empresa gera empregos que, concedidos a mais pessoas negras, gera mais renda na comunidade, fortalecendo um ciclo econômico virtuoso. (MOVIMENTO BLACK MONEY, s/d, p.8).

Neste aspecto as relações de mercado estabelecidas em torno do afroempreendedorismo evoca um intercâmbio entre objetos, que para além do seu valor utilitarista, apresenta valor histórico, cultural, emocional, estético, até mesmo ético, quando aliado à sua ação estão intenções que passam pelo resgate da dignidade ou pela busca da justiça social, combate à desigualdade, enfretamento ao racismo. Assim, nesta perspectiva, o consumo ganha aspectos de processo social, fazendo com que as pessoas guardem lembranças ou conectem-se a sentimentos, sensações, emoções, intenções e dever de compromisso social, extrapolando assim, a barreira mercantil da materialidade, quando entram em contato com o objeto. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009); ROCHA, 2006; SILVA, 2017; PORCINATO *et.al*, 2019).

4.2.3 Os Quilombos Contemporâneos em formatos de Ecossistemas Afroempreendedores

No terceiro capítulo ao abordarmos as trajetórias dos empreendedores negros no Brasil, discutimos como os quilombos e as sociedades, irmandades e confrarias tornaram-se sinônimo de resistência dos negros, que se uniram em coletividades diversas para o apoio mútuo, manutenção das suas vidas e das suas famílias e reprodução dos seus modos de vida. Esses conceitos atravessaram séculos e permanecem no imaginário desses novos grupos de empreendedores baseando os seus discursos e práticas em prol de ações de melhorias para a população negra.

O intelectual Abdias Nascimento (2019) citou em sua obra o “Quilombismo” para se referir às diversas iniciativas de pessoas negras na manutenção daquilo que o autor denominou de “sustentação da comunidade africana”. O autor afirma ainda, que se antes esses quilombos assumiam caráter de organização pautados na religiosidade, recreação, esporte e cultura, nos dias atuais elas se ampliam através da institucionalização passando assim a chamarem-se “quilombos legalizados”, podemos perceber esses elementos e outros do que seria o quilombismo na percepção do autor,

O quilombismo se estruturava em formas associativas que tanto podiam estar localizadas no seio de florestas de difícil acesso, que facilitava sua defesa e organização econômico-social própria, como também assumiram modelos de organização permitidos ou tolerados, frequentemente com ostensivas finalidades religiosas (católicas), recreativas, beneficentes, esportivas, culturais ou de auxílio mútuo. Não importam as aparências e os objetivos declarados: fundamentalmente, todas elas preencheram uma importante função social para a comunidade negra, desempenhando um papel relevante na sustentação da comunidade africana. Genuínos focos de resistência física e cultural. Objetivamente, essa rede de associações, irmandades, confrarias, clubes, grêmios, terreiros, centros, tendas, afoxés, escolas de samba, gafieiras foram e são os quilombos legalizados pela sociedade dominante; do outro lado da lei, erguem-se os quilombos revelados que conhecemos. Porém tanto os permitidos quanto os "ilegais" foram uma unidade, uma única afirmação humana, étnica. (NASCIMENTO, 2019, p. 252).

Tema de estudo de diversos intelectuais que se debruçaram para compreender sua concepção e conceito, os quilombos, são conhecidos como uma das primeiras experiências de liberdade dos negros no Brasil, permanecendo até os dias atuais, à sua memória, o seu povo e a sua descendência, representados a partir das experiências das comunidades tradicionais de remanescentes de quilombos dos dias atuais. Até o início do século XX, a categoria ‘povos e comunidades tradicionais’, nasce da ideia de que o “tradicional” está diretamente vinculado a imobilidade histórica e o atraso econômico, numa relação contraposta as parcelas das populações industrializadas com meios de vida capitalista.

A ideia de progresso social e científico, particularmente no Brasil, foi o caminho escolhido para a exploração de recursos naturais e conseqüentemente a modernização dos seus meios de produção. Mas, a visão negativa de povos tradicionais, alimentada pela ideia de subdesenvolvimento começou a ser transformada, ainda nos meados do século XX, quando ocorre a associação dos povos e comunidades tradicionais com os novos paradigmas do desenvolvimento sustentável e da conservação ambiental. (OLIVEIRA 2010). Paralelo a este movimento, as crescentes iniciativas não somente no Brasil, mas no mundo, de revalorização da identidade negra demarcadas nas ideias de Pan-Africanismo, como abordamos na seção anterior, possibilitaram redefinir os discursos em torno do tema.

Hoje, o conceito de comunidades tradicionais está muito ligado a territorialidade, que é entendido como um fator de identificação, defesa e força, através de laços solidários e de ajuda mútua, com regras firmadas sobre uma base física considerada comum. Para Arruda e Diegues (2001) território é espaço de reprodução econômica e de relações sociais, mais também é o lugar das representações mentais e do imaginário mitológico das comunidades. Little (2002) afirma que a territorialidade se traduz no esforço de um grupo social que deseja ocupar, usar e controlar seu ambiente biofísico.

Atravessando o tempo, a ideia de quilombismo pauta nos dias atuais as ações desses novos movimentos. Segundo Nascimento (2019) o quilombismo é uma estratégia de mobilização política, pautada no legado das experiências históricas e culturais da população afrodescendente no Brasil. O autor afirma que essa é a expressão que articula uma proposta afro-brasileira para o Estado nacional contemporâneo, pautado nos valores multiétnicos e pluralista.

Dinâmico na estratégia e na tática de sobrevivência e progresso das comunidades de origem africana. Com efeito, o quilombismo tem se revelado fator capaz de mobilizar disciplinadamente o povo afrobrasileiro por causa do profundo apelo psicossocial cujas raízes estão entranhadas na história, na cultura e na vivência dos afro-brasileiros. (NASCIMENTO, 2019, p. 252).

Segundo Soares (2021) se no período colonial com a escravização dos negros essas redes de solidariedade atuavam como refúgios e suporte de promoção da vida como nos casos dos quilombos e das irmandades religiosas, nos dias atuais algumas delas permaneceram, com reconfigurações das suas finalidades, além disso, outras redes surgiram com a emergência de novas demandas e de novos atores sociais. A autora afirma ainda que “a luta que outrora era contra a escravidão, se transforma em luta pela a inclusão social do negro e, posteriormente, contra o racismo e pela igualdade racial”. (SOARES, 2021. p 15). Para a autora,

Na atualidade o afroempreendedorismo se configura como uma estratégia política e econômica de desenvolvimento de negócios afrocentrados, tendo em vista a promoção da cultura, identidade e estética negra e a superação de obstáculos impostos aos afroempreendedores pelo racismo que estrutura as relações sociais afetando a população negra em diversos âmbitos da vida social. (SOARES, 2021, p. 16).

Assim, os ecossistemas afroempreendedores se constituem em redes de solidariedade que utilizam os discursos em torno desse legado quilombola, como fonte de inspiração das suas ações. Segundo Valente, Dantas e Brito (2021, p.105) o termo ecossistema empreendedor foi inicialmente utilizado por Prahalad (2005) e Cohen (2006) para descrever condições em que o indivíduo, as empresas, os governos, a sociedade civil e outros parceiros se reúnem regionalmente para apoiar atividades empresariais, com o objetivo de gerar riqueza econômica e prosperidade.

Mason e Brown (2013), define Ecossistema Empreendedor como “um conjunto de atores empreendedores interconectados (tanto potenciais quanto existentes), organizações empreendedoras, (como empresas, capitalistas de risco, investidores anjos e bancos), instituições (universidades, agências do setor público, órgãos financeiros) e processos empresariais que formal e informalmente se fundem para conectar, mediar e governar o desempenho dentro do ambiente empresarial local (p. 5).

Diante desses conceitos podemos considerar que as somas dos esforços dos afroempreendedores, das suas empresas e dos grupos e organizações negras no Brasil em torno da realização de ações de capacitação, fomento e apoio financeiro, de articulação ou até mesmo moral, dos empreendedores e negócios negros, podem ser caracterizados como ecossistemas afroempreendedores. A diferença em relação aos ecossistemas tradicionais é que esses ecossistemas são constituídos como estratégias de mitigação das desigualdades.

Em sua maioria, eles se apresentam como redes de apoio para facilitar o acesso às oportunidades, contribuir na busca ou garantia dos investimentos, intermediar a aquisição de bens, equipamentos e tecnologias, possibilitar o acesso ao crédito, usando métodos e formas menos burocratizadas, com linguagens mais acessível e a ampliar as redes de *networking* desses empreendedores, sendo este último um dos maiores desafios na busca pela sustentabilidade mercadológica.

Soares (2021, p. 90) afirma que o ecossistema afroempreendedor é composto por diversos atores e organizações que atuam no fomento e apoio a expansão do afroempreendedorismo e dos envolvidos, seu objetivo é trabalhar em rede que interconecta pessoas, negócios e organizações empreendedoras e entidades que tem o papel de apoiar e fomentar o desenvolvimento desse sistema. Soares afirma, que se no passado os negros se

apoiavam através das irmandades, nos dias atuais esse tipo de apoio, no empreendedorismo, acontece por meio desse afroecossistema.

No passado colonial os negros do Rosário conspiravam por liberdade, uniam-se em redes de ajuda mútua para a compra de cartas de alforria de negros escravizados, além de prestarem assistência na vida e na morte destes e de suas famílias. Na contemporaneidade os afroempreendedores se mobilizam pelo desenvolvimento socioeconômico da população negra por meio da inclusão no mercado, a organização se dá por meio dos chamados *ecossistemas afroempreendedores* que funcionam como redes de apoio e suporte ao desenvolvimento de profissionais e empresários negros, bem como de seus negócios. (SOARES, 2021. p 15).

Empreendedorismo em seu caráter distributivo ganha formas de políticas públicas tornando-se destino direto de recursos para fomentar políticas, ações e projetos nas diferentes esferas dos governos. A chave para compreensão dos sistemas de redistribuição reside no fato de que pessoas e instituições usam distinções simbólico-materiais que sinalizam comprometimentos morais e projetos de valores, bem como constroem fronteiras e conexões entre elas e os outros. Assim, as redistribuições de bens simbólicos podem cuidadosamente envolver estratégias econômicas individuais que organizam símbolos visando à construção de significados e bases morais. (POLANYI, 2000; PAULI; DALMORO; BASSO, 2017, p. 4).

Nesta perspectiva, as barreiras sofridas por empreendedores negros ao acessarem as políticas públicas ligadas ao empreendedorismo reforçam a desigualdade racial fincada na escolha pública de quem serão as prioridades na destinação dos recursos. E, ao mesmo tempo mobilizam os sujeitos negros em estratégias econômicas de mitigação desses problemas. Os ecossistemas afroempreendedores tem se ancorado nos discursos da solidariedade, de redes e apoio mútuo, a partir das referências dos seus antepassados, como os quilombos, as irmandades, estabelecendo a ideia de uma coletividade que age para alterar as realidades de uma população, abandonada pelo Estado e assujeitada às iniciativas privadas num lugar da subserviência.

Empenhados nos discursos de criar protagonistas nos lugares de destaque na sociedade, essas iniciativas têm ganhado formas de associações, grupos, coletivos, empresas, coalisões e etc, e cada vez mais tem se estruturada em redes diversas que passam por mobilizar os setores nacionais da educação, da política, da saúde e dos mercados em torno do compromisso de melhoria das condições de vida da população negra no Brasil. Tendo como protagonistas e lideranças as pessoas negras, militantes, ativistas e intelectuais implicados com a luta antirracista no país, essas redes também contam com apoio de pessoas, grupos e empresas aliadas à causa.

Os projetos e iniciativas são financiados de diversas formas, sejam através de editais públicos ou privados, mobilização dos setores empresariais em torno de ações específicas em

periferias, nas favelas, nas cidades, focando principalmente no contingente de pessoas negras vulneráveis. Esses grupos, não se articulam somente em torno do tema do empreendedorismo, a pauta em torno das desigualdades estruturais e a sua consequência em todos os contextos na vida dos negros é o que os mobilizam. Com o crescimento e inserção da pauta racial na esfera pública nos últimos anos, essas iniciativas têm ganhado corpo, principalmente a partir da pauta de diversidade equidade racial.

Com a inexistência do debate público racial na esfera pública federal nos últimos quatro anos no Brasil, as ações dos grupos negros se voltaram principalmente para as iniciativas de mobilização pelos investimentos sociais privados, a partir da parceria com empresas, instituições e organismos nacionais e internacionais. A ampliação da pauta racial e o consequente crescimento do mercado de diversidade e inclusão, não só no Brasil, mas no mundo, ganhou maiores proporções a partir do movimento internacional *Black Lives Matter*, ou numa tradução livre “Vidas Negras Importam”, uma ação ativista que começou nos Estados Unidos da América (EUA), com o objetivo de denunciar e cobrar providências contra a violência contra os negros, especialmente a violência policial.

Em 25 de maio de 2020, a morte de George Floyd, pelo policial David Chauvin, gerou uma comoção nacional fazendo o movimento alcançar proporções exponenciais através de uma série de outros movimentos em diversos países do globo. Após este episódio, a população negra, juntamente com as populações aliadas a luta racial vem cobrando uma série de ações dos Estados, empresas e sociedade para o combate do racismo e das desigualdades contra as pessoas negras. No Brasil, o crescimento das empresas de diversidade e inclusão que ofertam serviços como letramento racial, censo racial, planos de formação na temática de raça, entre outros, tem dado a pauta racial uma dimensão jamais vista outrora nos ambientes corporativos, cobrando das empresas que insiram negros nos seus quadros, mas não só no chão de fábrica, como de costume, mas principalmente nos seus quadros de gestão, liderança e conselhos deliberativos.

Para entender melhor as complexidades relacionadas ao contexto do ecossistema empreendedor para pessoas negras, recorreremos as informações da pesquisa Empreendedorismo Negro no Brasil 2019, realizada pela PretaHub em parceria com o Plano CDE e com o apoio do banco JP Morgan. Para mapear o ecossistema do afroempreendedorismo e entender o perfil e os desafios desses empreendedores e dos seus negócios, a pesquisa entrevistou 1.220 empreendedores de todo o país, entre 18 e 70 anos, de todos os gêneros e classes sociais. Uma segunda etapa envolveu um trabalho qualitativo feito com 12 empreendedores negros de diversos perfis, recursos financeiros e áreas de atuação.

A pesquisa concluiu que o empreendedorismo negro ele é um movimento não homogêneo. Para tentar redimensionar essa heterogeneidade, a pesquisa enquadrou os entrevistados em três grupos distintos, de acordo a motivação empreendedora: aqueles que empreendem por vocação, aqueles que empreendem por necessidade e os engajados.

Dos que empreendem por vocação, os principais resultados apontaram que 51% deles sempre quiseram empreender, 95% tinham planos para ampliar seus negócios em até um ano e 85% deles alegam que a renda pessoal aumentou com a abertura dos negócios. Por sua vez, os empreendedores por necessidade foram apontados como os mais solitários, sendo que, 86% não têm funcionários ou parceiros e 46% empreendem por falta de emprego no mercado de trabalho tradicional. Muitos deles não se entendem como empreendedores.

Segundo a pesquisa, o Perfil dos engajados é formado por empreendedores cujo desejo em abrir o próprio negócio está atrelado à vontade de autoafirmação, de fortalecimento do público afro-brasileiro e encara o empreendedorismo como um “processo de cura” para o racismo estrutural e social. Do total de empreendedores negros dessa categoria, 29% trabalham em rede com outros empreendedores negros e 36% são voltados para inovação.

A pesquisa apontou ainda que existe uma baixa representatividade dos empreendedores negros no ecossistema de *startups*². Suas maiores dificuldades passam por: conseguir comercializar seus produtos e serviços, acesso restrito às novas tecnologias e à educação financeira. Além disso, o acesso ao crédito também foi colocado como um entrave relevante, que faz com que muitos empreendedores negros usem apenas a própria poupança ou a ajuda de seus familiares para investir nos negócios. E, embora o racismo não tenha sido apontado pela maioria como o principal motivo, 32% dos entrevistados afirmaram terem o crédito negado sem explicação.

Os ecossistemas afroempreendedores nascem neste contexto para contribuir para os negócios de pessoas negras, ajudando na superação das barreiras que esses empreendedores enfrentam na gestão dos seus empreendimentos. Podemos observar na pesquisa que uma grande tendência dos empreendedores engajados é o trabalho em rede. Eles estão inseridos dentro de diversos grupos que se ajudam mutuamente, seja através de indicação, compartilhamento de informações e oportunidades diversas, grupos de compras de insumo e produtos coletivas,

² Uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema real, do mundo real, oferecendo uma solução escalável para o mercado, e, para isso, usa a tecnologia como ferramenta central”. Justamente por nascer em um ambiente de incerteza e de validação, a startup precisa de uma série de recursos para se desenvolver. Pois é aí, que entra o papel das comunidades de startups. (SITE ABSTARTUPS, 2022).

consumo dos próprios produtos entre os grupos, suporte técnico, barganhas ou fornecimento de prestações de serviços diversas, acompanhamento e fortalecimento dos processos de aprendizagem ou simplesmente pela escuta e apoio moral. Veremos todos esses suportes nas falas dos nossos empreendedores ao tratarmos do Ecossistema Afroempreendedor nas trajetórias de vida.

Percebemos dentro do movimento afroempreendedor a articulação de grupos em torno desse ecossistema negro, vinculando-o aos movimentos reivindicatórios em torno da visibilidade e reconfiguração do mercado. Neste sentido, Nascimento (2020) afirma que as reivindicações de representação na mídia, visa, por um lado dar visibilidade as próprias pautas dos afroempreendedores e, por outro, ressignificar a visão elitista do próprio empreendedorismo:

As reivindicações de representação na mídia e no mundo dos negócios fazem parte da pauta dos movimentos de afroempreendedores, que alegam a invisibilidade como fator de exclusão tanto dos empreendedores especializados em produtos voltados para a comunidade negra quanto de consumidores que sentem dificuldade de encontrar produtos mais específicos. Outra preocupação importante é desmitificar o imaginário social de que um empresário bem-sucedido sempre vai atender ao estereótipo de homens caucasianos, de meia idade ou jovens também brancos, que iniciam suas *startups* ainda na faculdade. A inviabilidade e não existência de referências coétnicas influencia no distanciamento de determinadas funções no mercado de trabalho (além de outras barreiras possíveis nos âmbitos políticos e econômicos). (NASCIMENTO, 2020, p. 130).

O movimento afroempreendedor tem uma série de desafios, principalmente relacionadas ao desenvolvimento de capacidades técnicas empreendedoras para os pequenos negócios, que precisam, dominar o jogo mercadológico para conseguir se manter. Para Silva (2017, p. 98) se por um lado há um grande incentivo com as ações empreendedoras, estimulado principalmente pelos programas de formação do Sebrae, por outro, existe uma preocupação muito grande em relação às reais possibilidades de autonomia desses empreendedores.

Nesse caso [...] os editais públicos tornam-se um recurso bastante importante, porém além de serem insuficientes, produzem a dependência de diferentes grupos e coletivos [...] Assim para estes empreendedores, pode-se dizer que há dois enfrentamentos explícitos na relação com o mercado. Em primeiro lugar, é fundamental o investimento na formação de público para consumir seus trabalhos. [...] Neste caso a retórica da criatividade e da inovação tornam-se centrais para a criação e desenvolvimento de projetos específicos que possam trazer um diferencial e atrair investimentos. Em segundo, está a questão da competitividade, ou desigualdade de oportunidades de mercado, e que diz respeito à dificuldade de captação de recursos especialmente em empresas privadas, questão que está no cerne também das discussões sobre ações afirmativas. (SILVA, 2017, p. 98).

Neste contexto por busca de investimento, de capacitação, surgem uma série de iniciativas a nível nacional de apoio aos afroempreendedores. Essas iniciativas articulam diversos

redes profissionais e empreendedoras, utilizando fortemente as redes sociais. O objetivo é o compartilhamento de informações e oportunidades. Normalmente as lideranças dessas organizações são pessoas negras, que diante dos desafios enfrentados em suas trajetórias profissionais constroem esses empreendimentos como alternativas para a sua própria superação, mas também para a contribuição com a população negra que enfrenta a mesma situação.

É importante sinalizar que enquanto ação política esses movimentos têm sido singulares para a inserção de empreendedores das periferias, qualificação dos mesmos e dos seus negócios excluídos sistematicamente dos ecossistemas tradicionais. As iniciativas dialogam com negócios em diversos estágios, desde iniciantes, ainda em formato de ideias, até os negócios mais consolidados. E, justamente por dialogarem com essa diversidade de empreendedores eles adaptam suas metodologias de trabalho pensando na realidade desses indivíduos, eles adequam as suas linguagens, seus formatos pedagógicos, tornando-se interlocutores mais inclusivos.

Alguns apresentam um conjunto de soluções para dar suporte aos pequenos negócios, seguindo a cartilha do mundo empreendedor, como formações, mentorias, incubação, aceleração, fomento e investimentos diversos. A reciprocidade se faz presente nesses espaços, considerando que nas redes, os próprios empreendedores são apoiados e apoiadores das iniciativas. Enquanto uns se configuram como mentores, professores ou até mesmo pequenos investidores em determinadas redes, colaborando assim no acompanhamento e desenvolvimento dos empreendedores, em outras redes eles são apoiados no desenvolvimento de suas próprias habilidades e competências para os mercados.

Outros carregam em suas características o conceito de *Hub*, que dentro dos ecossistemas empreendedores são designados como espaços – físico ou virtual – onde empreendedores, iniciativas, negócios e startups podem se instalar para desenvolver suas atividades e ganhar visibilidade diante de parceiros em potencial, como empresas, universidades e o governo. Os Hubs funcionam como uma espécie de vitrine, para que soluções inovadoras sejam vistas por empresas e investidores com o objetivo de gerar oportunidades estratégicas. (OLIVEIRA, 2020). Abaixo listamos alguns poucos grupos, organizações e empresas que ganharam grande visibilidade nos últimos anos, mas é importante ratificar que as iniciativas negras pelo Brasil são inúmeras:

- A Feira Preta que é uma organização pioneira dentro do ecossistema afroempreendedor no Brasil. Hoje transformou-se em uma organização que aglomera uma série de iniciativas no sentido de fomentar o afroempreendedorismo no Brasil. Atualmente denominando-se PretaHub transformou-se num Hub de criatividade, inventividade e tendências pretas. Sua história

começa em 2002, com a criação do Instituto Feira Preta e a realização de atividades de mapeamento, capacitação técnica e criativa, aceleradora e incubadora do empreendedorismo negro no Brasil.

- O PretaHub compreende, portanto, que a tradicional Feira Preta é um de seus produtos, parte integrante de um processo maior e estrutural da inclusão de empreendedoras e empreendedores negros em um ecossistema empreendedor que precisa ser mais justo e equilibrado em oportunidades e resultados financeiros, desde a criação, passando pela produção e estratégias de distribuição e consumo. Atualmente, os projetos desenvolvidos pelo PretaHub são: Afrolab, Bioma PretaHub, Programa de Aceleração de Mulheres Negras e Indígenas, Pretas Potências – Programa e Festival, Festival Feira Preta, Conversando a gente se aprende e Casas PretaHub.

- O Movimento Black Money é um hub de inovação para inserção e autonomia da comunidade negra na era digital junto a transformação do ecossistema empreendedor negro, com foco em comunicação, educação e geração de negócios pretos. Tendo como diferencial o fomento do letramento identitário e do *mindset* de inovação ao ecossistema afroempreendedor. O MBM nasce imerso na filosofia Pan-Africanista Garveista³, ideologia que considera a união dos povos de todos os continentes africanos na busca de soluções para problemas sociais e o preconceito racial.

- BlackRocks é uma organização que está criando um ecossistema que estimula o empreendedorismo tecnológico, inovador e promove o crescimento econômico à população negra brasileira. Criando desta forma um ciclo de ações que promovem o acesso à população negra desde o conhecimento de metodologias, incentivo ao empreendedorismo de impacto e visibilidade de seus negócios, promovendo a democratização do acesso, enriquecendo o ecossistema e dando oportunidade para que haja o crescimento econômico de pessoas negras. Realizam ações de mentorias, capacitações de ideação, programa de aceleração, festival de inovação, hackathon, intermediação de negócios, entre outras ações.

- A Coalizão ÉDITODOS nasceu em 2017, com o propósito de enfrentar o racismo estrutural e as disparidades de gênero, por meio do fomento ao empreendedorismo negro e periférico no Brasil. Para isso, a iniciativa busca atrair e administrar recursos financeiros

³ Marcus Mosiah Garvey (1887-1940) nasceu na Jamaica, no distrito de Saint Ann's Bay e faleceu em Londres, exilado, em 10 de Junho de 1940. Visionário, excelente orador, político e empresário, Garvey acreditava e organizava um projeto universal que pudesse reunir política, educação, economia, religião, cultura, militarismo para a construção dos Estados Unidos da África. Garvey acreditava que os afro-americanos precisam garantir sua autonomia financeira em uma sociedade dominada por brancos. Ele fundou, com este objetivo várias empresas nos Estados Unidos, incluindo a Negro Factories Corporation e o jornal Negro World. (PAIM, 2014, p. 98-99).

privado, público e de órgãos de fomento nacionais e internacionais que possam promover impactos positivos concretos e duradouros ao serem levados a empreendedoras (es) (formais e informais) negras(os). Atualmente, a Coalizão é formada por seis organizações – AfroBusiness, Agência Solano Trindade e PretaHub (São Paulo); FA.VELA (BH); Instituto Afrolatinas (DF) e Vale do Dendê (Salvador) – e conta com uma rede com mais de mil empreendedoras(es) em todo o país.

- O AfroHub é um programa de aceleração de empreendimentos negros com foco na decodificação dos códigos da internet para o uso das redes sociais de forma estratégica para o crescimento dos seus negócios. É idealizado em parceria com o Afrobusiness e Diáspora.Black, com o apoio do Facebook.

- O FA.VELA é uma organização que atua como uma plataforma de educação e aprendizagem inclusiva, com o foco no desenvolvimento social e econômico de grupos e territórios vulnerabilizados. Além de oferecer educação empreendedora e aceleração de negócios e projetos, atua no desenvolvimento de metodologias de ensino, trilhas de inovação e impacto social, elaboradas para preparar pessoas ao futuro do trabalho e a economia do conhecimento. Fundada em 2014 e com sede em Belo Horizonte

- A Vale do Dendê é uma organização social que tem como objetivo fomentar ecossistemas de empreendedorismo e impacto social com foco em diversidade.

- REAFRO é a Rede Brasil Afroempreendedor, uma associação sem fins lucrativos que tem a missão de fortalecer o afroempreendedorismo por meio da educação empreendedora. O programa tem como propósito gerar apoio para que afroempreendedores e afroempreendedoras se desenvolvam, alcancem todo o potencial necessário e passem a ganhar ainda mais destaque no mercado, com iniciativas que contemplam mentorias e outros temas voltados ao Planejamento de Negócios

Algumas organizações se especializaram em disponibilizar desde produtos bancários mais acessíveis, até consultoria de mercado, além das plataformas de vendas online que funcionam como vitrines para a divulgação e vendas dos produtos. Observamos a partir das entrevistas em profundidade com os empreendedores que o grande desafio de muitas iniciativas de apoio ainda é de cunho financeiro. Alguns editais, fundos, programas e projetos, ou só ofertam capacitação, ou, muitas vezes, os recursos e valores financeiros disponibilizados, apesar de fazer diferença para os empreendedores, são em alguns casos irrisórios, ou aquém dos reais recursos para alavancagem dos negócios.

Esses ecossistemas afroempreendedores operam a partir da lógica do *Black Money*.

Enquanto movimentos econômicos de mercado eles reforçam a ideia do crescimento e fortalecimento de um mercado negro. O objetivo é a ascensão da população negra a um patamar econômico de dignidade, ampliando assim a ideia de que, quanto mais pessoas negras acessarem e ocuparem espaços nos mercados, menor será o impacto das desigualdades estruturais. Existe um viés do trabalho coletivo com a crença de que, se os negros ascendem, eles conseguem estabelecer as condições estruturais para contribuir com as políticas públicas e privadas de redução das desigualdades da população negra no Brasil.

5 TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Neste capítulo objetivamos apresentar o caminho metodológico escolhido na pesquisa. Durante a nossa investigação, uma das questões mais relevantes para entendermos os posicionamentos dos empreendedores em relação às suas práticas foi analisar dentro das suas trajetórias de vida a sua autoidentificação, os seus valores e as suas ações dentro do universo étnico-racial. Para isso, adentramos nas suas histórias de infância e juventude, na sua jornada rumo a consciência racial, nas suas relações com os estudos, com a família, com o mercado de trabalho e claro, com o empreendedorismo. Assim, também, investigamos a sua relação consigo mesmo, a sua relação com o outro, com o seu negócio, com outras empresas e organizações negras e não negras – aquilo que chamamos de ecossistema.

Desta forma, as grandes categorias que guiaram as nossas ações foram: trajetórias de vida; trajetórias empreendedoras; Negócios e Ecossistema Empreendedor. Cada categoria foi subdividida de forma que pudesse nos levar a resposta da nossa pergunta chave: De que forma o pertencimento étnico racial, influencia a trajetória empreendedora das pessoas negras. Considerando o afunilamento da nossa pesquisa, escolhemos trabalhar com o universo de pessoas negras que empreendem a partir da perspectiva racial (AFROempreendedores).

5.1 A ESCOLHA PELAS TRAJETÓRIAS DE VIDA

Compreender o afroempreendedorismo foi um caminho desafiador que construí com uma trajetória que aponta muito mais para os caminhos trilhados durante o fazer da pesquisa em campo, do que necessariamente com as construções teóricas. Levei em consideração diversas experiências nesse processo. A minha experiência como pessoa negra antes de tudo, a minha experiência como empreendedora, o meu histórico familiar em relação aos contextos de sobrevivência, me tornando assim também ator dessa pesquisa. Participo não somente do processo de pesquisa, escrita e reflexão, mas, também, como objeto e fonte de referência.

Outras fontes foram tão importantes quanto as pesquisas e entrevistas, cito as idas às Feiras, as compras nos camelôs, as conversas informais com os empreendedores diversos, as leituras nos sites, a participação em eventos da temática, enfim, uma série de atividades que me ajudaram a entender o *modus operandi* das pessoas empreendedoras negras e das percepções destas sobre a sua ação empreendedora.

Para atender os objetivos dessa tese escolhemos a pesquisa qualitativa, ancorada no método biográfico. Bertaux (1999), Denzin (1989) e Conde (2004), entendem o método

biográfico, como produção controlada de uma narrativa sobre a vida de uma pessoa, através de um sistema teoricamente orientado de procedimentos explícitos (distinguindo-se assim das suas versões literárias e jornalísticas) de recolha, seleção e análise de um conjunto (ou “corpus”) relevante de informações, com o intuito de observar e compreender certos processos sociais (diferenciando-se do seu uso, por exemplo, na psicologia).

Entendemos que através das trajetórias de vida dos afroempreendedores, objeto desse estudo, onde o social é visto como um mundo de significados passível de investigação, o conhecimento e a experiência dos atores sociais e suas práticas são os principais elementos dessa abordagem. É imprescindível se considerar os significados, motivos, aspirações, atitudes, crenças e valores que se expressam pela linguagem comum e na vida cotidiana dos envolvidos (TEIXEIRA, 2002). Contando histórias, os indivíduos organizam suas experiências de vida e constroem sentido sobre si mesmos; analisando histórias, podemos alcançar e aprofundar inteligibilidades sobre o que acontece na vida social.

Não à toa, se convencionou chamar de virada narrativa a tendência de, nas ciências sociais, se questionar o estatuto até então objetivo das descrições etnográficas de diferentes grupos sociais. Passou-se a assumir, a partir de então, que os dados não falam por si, nem descrevem uma realidade; que o conhecimento produzido em campo é sempre produzido por um pesquisador, ele próprio um ator social, que, pelas lentes de suas próprias condições identitárias e contextuais, olha seu objeto de uma determinada perspectiva, e constrói sobre o campo de pesquisa uma narrativa única. (BASTOS; ANDRADE, 2015)

A análise das narrativas por trás das trajetórias de vida configura-se como uma ferramenta útil a esse projeto na medida em que: a) promove diálogo entre múltiplas áreas do saber; b) se debruça sobre a fala dos mais diversos atores sociais, nos mais diversos contextos; c) reverbera entendimento do discurso narrativo como prática social constitutiva da realidade; d) nega a possibilidade de se delinear as identidades estereotipadamente, como instituições pré-formadas, atentando para os modos como os atores sociais se constroem para fins locais de performance (BUTLER, 1990) e e) avança no entendimento sobre os modos como as práticas narrativas orientam, nos níveis situados de interação, os processos de resistência e reformulação identitária.

Para a análise de narrativas, diferentemente da etnografia clássica, considera-se que a inserção no contexto de pesquisa e as descrições desse contexto devem ser densas o suficiente para ancorar as análises do discurso produzido no campo – produz-se, assim, como etapa necessária à interpretação de dados, uma descrição de viés etnográfico, orientada para uma

interpretação êmica do que acontece, ou seja, buscando “interpretar os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem” (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 17).

Para o alcance dos nossos objetivos realizaremos pesquisa bibliográfica e entrevistas com empreendedores negros. A análise de narrativas será a forma como trataremos os dados coletados, a partir da elaboração das categorias. As categorias escolhidas para a análise foram: a) empreendedor; b) negócios; c) ecossistema empreendedor; d) identidade étnico-racial.

5.2 UNIVERSO DA INVESTIGAÇÃO

As entrevistas em profundidade foram realizadas com nove empreendedores, como dois eram sócios foram oito negócios no total. O perfil dos empreendedores que entrevistamos é composto, primeiramente de pessoas que se auto afirmam AFROempreendedores, ou seja, aqueles que empreendem a partir da perspectiva de raça e demonstram isso através do propósito dos seus negócios, dos nomes relacionados aos termos “Afro”, “Preto” e simbologias africanas. Eles também segmentam seu público a partir da cor e participam de diversas redes nos ecossistemas afroempreendedores das cidades do Rio de Janeiro e Salvador.

Apesar de trabalharmos com essas duas cidades (Salvador e Rio de Janeiro), esse estudo não teve caráter de comparativo dessas duas realidades. Primeiro porque os seus contextos são próximos e, segundo, durante a própria investigação os resultados não demonstraram diferenciações significativas dignas de análises mais aprofundadas.

Além do quesito de autoafirmação, escolhemos empreendedores formalizados, ou seja, que possuíam CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Físicas) enquadrados como Micro Empreendedor Individual ou pequenas empresas. Segundo o Sebrae (2022), Microempreendedor Individual (MEI) está regulamentado pela Lei Complementar nº128/2008 e estabelece a regularização de negócios bastante simples. O empreendimento deve possuir faturamento anual máximo de R\$ 81.000,00 reais, uma média de R\$ 6.700,00 mensais. Uma microempresa (ME) é um empreendimento que possui faturamento anual de até R\$360 mil reais e o pagamento de impostos pode ser realizado de forma simplificada. Na microempresa, técnicas de gestão precisam ser conhecidas e implantadas. (SEBRAE, 2017. p. 2). Uma empresa de pequeno porte (EPP) pode faturar anualmente entre R\$ 360 mil reais e R\$ 4,8 milhões de reais. (SEBRAE, 2017. p. 2).

O quadro abaixo nos aponta a síntese do perfil dos nove empreendedores entrevistados.

Quadro 1 - Perfil dos Empreendedores Entrevistados

Empreendedor	Idade	Sexo	Escolaridade	Curso Graduação/Pós-graduação	Cidade	UF
Akin	29	Masculino	Ensino Superior Incompleto	Design Gráfico	Salvador	BA
Aziza	29	Feminino	Pós-graduação	Marketing e Pós em Empresas de Impacto Social	Salvador	BA
Jafari	36	Masculino	Ensino Médio Completo	Não se Aplica	Salvador	BA
Bintu	40	Feminino	Pós-graduação	Graduação em Filosofia e Pós-graduação em Produção Audiovisual	Salvador	BA
Fayola	45	Feminino	Pós-graduação	Secretariado Executivo. Pós-graduação incompleta	Rio de Janeiro	RJ
Kalifa	31	Feminino	Pós-graduação	Assistência Social. Pós-graduação em Negócios de Impacto Social	Salvador	BA
Malaika	43	Feminino	Pós-graduação incompleto	Administração; Mestrado em Administração; Doutorado em Administração incompleto	Rio de Janeiro	RJ
Nala	31	Feminino	Superior Completo	Direito	Rio de Janeiro	RJ
Zuri	41	Feminino	Pós-graduação	Letras e Especialização em Educação e Gestão Ambiental	Salvador	BA

Fonte: Autoria Própria

Para manter preservada a identidade dos empreendedores optamos por utilizar nomes fictícios. Existem algumas questões que são internas aos sujeitos entrevistados e que dizem respeito ao espaço íntimo. Os nomes escolhidos são todos de origem africana. Em resumo temos empreendedores com idade entre 29 e 45 anos, maioria do sexo feminino, com nível superior completo e pós-graduação. São dois empreendedores do sexo masculino e sete do sexo feminino. Temos um empreendedor com ensino médio completo, um empreendedor com ensino superior incompleto, seis empreendedores pós-graduados, sendo que uma tem mestrado completo e doutorado incompleto. Os cursos de graduação são diversos com empreendedores formados em design gráfico, marketing, filosofia, secretariado executivo, assistência social, administração, direito e letras. Seis empreendedores residem na cidade de Salvador e três são da cidade do Rio de Janeiro.

O quadro abaixo nos apresenta o negócio dos empreendedores com uma breve descrição, o ano de formalização e o estado onde estão estabelecidos:

Quadro 2 - Perfil dos Negócios

Empreendedor	Descrição da Empresa	Enquadramento Jurídico	Ano de Formalização	UF
Akin	Startup de entrega de produtos (<i>delivery</i>). Intermediação comerciante e consumidor final.	ME	2019	BA
Aziza				
Jafari	A empresa confecciona e comercializa produtos ligados ao vestuário masculino: camisas, calças, bermudas, carteiras e etc.	MEI	2015	BA
Bintu	A empresa oferta cursos, treinamento e consultoria na área de empreendedorismo e gestão.	MEI	2021	BA
Fayola	Confeção de artesanatos e peças decorativas afro referenciada: adornos de parede, quadros, pintura, obras de arte	MEI	2017	RJ
Kalifa	A empresa oferta cursos, treinamento e consultoria na área de empreendedorismo e gestão, além de consultoria em diversidade e inclusão para empresas.	MEI	2019	BA
Malaika	<i>Startup</i> caracterizada como um clube de assinaturas que realiza curadoria afro centrada com foco em crianças, produtos disponibilizados: livros infantis, brinquedos, roupas, acessórios entre outros.	MEI	2021	RJ
Nala	<i>Startup fintech</i> , que analisa os problemas relacionados as contas de casa, como telefonia, TV a cabo, Internet banda larga, luz, água e CPF negativado indevidamente. A mesma adquire e antecipa o futuro ativo judicial, transferindo para o cliente um determinado valor pelo caso, chamado de compensação financeira.	EPP	2020	RJ
Zuri	Empresa de cosmético artesanal. Confecciona e comercializa produtos de um catálogo com 35 itens de perfumaria higiene entre outros.	MEI	2019	BA

Fonte: Autoria Própria

No total foram analisados oito negócios. Em seu perfil, eles são relativamente novos, com uma média de 3 anos de existência. Cinco deles estão localizados na Bahia e três no Rio de Janeiro. Dos oitos empreendimentos, um é EPP (Empresa de Pequeno Porte), uma é ME (Microempresa) e seis são MEIs (Microempreendedores Individuais).

5.2.1 Coleta de dados

Utilizamos as entrevistas em profundidade e consulta a documentos oficiais e eletrônicos dos empreendimentos dos entrevistados. Para as entrevistas elaboramos um

questionário semiestruturado. Segue abaixo quadro constando informações observadas na coleta de dados:

Quadro 3 - Coleta de Dados

Bloco	Fonte de Informação	
Empreendedores/ Empreendimentos	Entrevista em Profundidade	O empreendedor fundador e gestor de cada negócio Narrativas e falas; Gestos, postura, forma de se expressar e comunicar; Acompanhamento das redes sociais
	Documentos	Portfólios dos negócios; Website; banner; cartazes; panfletos; fotografias; Redes sociais

Fonte: Autoria Própria

5.2.2 Entrevista em Profundidade

As entrevistas foram realizadas entre os meses de dezembro de 2021 a julho de 2022. Nove empreendedores negros foram entrevistados. A média de duração das entrevistas foi de duas horas. Todas foram realizadas a partir da plataforma *Google Meet*, sendo gravadas e logo após transcritas. Durante as entrevistas buscamos entender informações e relatos sobre a sua experiência enquanto empreendedor, suas motivações, desafios e perspectivas individuais e coletivas sobre o seu ato de empreender. Sua relação com a identidade e a intersecção com o empreendedorismo. Seu engajamento político, através das lutas antirracista, envolvimento em organizações, uso da sua ação empreendedora na sociedade.

Sobre os seus negócios buscamos entender a situação atual, como se organizam, percepção sobre o acesso ao ecossistema empreendedor: acesso a políticas públicas, acesso a crédito, acesso a qualificação, desenvolvimento e melhoria dos seus produtos/serviços, participação em redes de empreendedores, incubação, aceleração – enfim, as facilidades, barreiras e desafios na trajetória empreendedora. O estágio do seu negócio (inicial ou consolidado). As relações com a rede de apoio pessoal, pública e privada: família, amigos, grupos, organizações de suporte.

Segue abaixo a quadro com a estrutura da entrevista realizada.

Quadro 4 - Estrutura da Entrevista em Profundidade

Categorias	Dimensões	Variáveis
Empreendedor	Perfil do Empreendedor	Idade, sexo, escolaridade, residência; Trabalho antes de empreender
	Motivo para empreender	Necessidade ou oportunidade

	Histórico Familiar	Profissão dos pais e profissão do empreendedor
	Transitoriedade	Relação da mobilidade do empreendedor (desempregado/empregado/empreendedor)
	Trajetória da Consciência Racial	Relação com movimentos de luta; Participação em organizações sociais; Relação com as questões de enfrentamento ao racismo; Importância da identidade negra para a sua ação empreendedora; Sua percepção quanto contribuição para uma sociedade mais justa; Seu legado para a sociedade.
	Síntese da trajetória	Principais desafios, barreiras enfrentadas; Principais vitórias e histórias de superação.
Negócio	Perfil do Negócio	Atividades, faturamento, forma de funcionamento.
	Proposta de Valor do Negócio	Simbólico (Identidade; Solidariedade, coletividade); Instrumental (Individualismo; Lucratividade)
	Estágio e tempo de funcionamento	Inicial Consolidado
	Situação Financeira	Lucro ou prejuízo Custos e despesas Faturamento
	Fluxo de Atividades	Processos de Produção e vendas Relação com o cliente Processos de divulgação Contratação de pessoas
Ecossistema Empreendedor ⁴	Acesso a políticas públicas e programas sociais privados	As facilidades, barreiras e desafios na trajetória empreendedora Salvador 360; Hum Digital; Espaço Colabore; Políticas de Microcrédito; Agente Empreendedor
	Desenvolvimento e melhoria dos seus produtos/serviços	Novos produtos; Novas estratégias; Novos mercados
	Participação em redes de empreendedores	Ganhos e perdas no processo
	Processos de incubação, aceleração:	
	Acesso a qualificação;	Desenvolvimento Pessoal; Desenvolvimento do negócio
	Acesso a crédito e financiamento;	Aumento do faturamento; endividamento; resolução de dívidas; aporte financeiro no produto ou negócio.
Rede de Apoio e relacionamento	A família e rede de amigos em relação ao negócio	Apoia; É apoiada; Ajuda com aporte financeiro, técnico, operacional.
	Indicações, contatos estratégicos para desenvolvimento do empreendedor	Apoia; É apoiada; Ajuda com aporte financeiro, técnico, operacional.
	Religião, espiritualidade	Apoia; É apoiada; Suporte espiritual.

⁴ No empreendedorismo o ecossistema é um sistema complexo e com alto grau de incerteza que impulsiona o agir, o fazer para acontecer o que se busca, com o envolvimento de diversos agentes para efetivar os objetivos de cada um deles, muito além dos empreendedores, uma vez que todos, pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, têm o que ganhar com os resultados proporcionados pela produção sistêmica (ISENBERG, 2011; BRESCIANI, L. P. *et al.*, 2014). Adotamos para fins didáticos dessa tese o termo ecossistema porque resume o universo de questões inerentes aos negócios.

Fonte: Autoria Própria

5.2.3 Estratégia de Análise das Trajetórias

Ao transcrever as narrativas, utilizamos um quadro de convenção de transcrição com o objetivo de tornar as falas a mais próxima possível da entrevista original. O estudo realizado por meio das entrevistas mostrou que através da Análise das Trajetórias conseguimos capturar sentimentos, pensamentos e práticas dos afroempreendedores sobre cada tema. Conseguimos localizar alguns dos elementos essenciais nas narrativas, como a ordenação temporal dos fatos, as percepções que os empreendedores têm sobre sua própria identidade, reflexões sobre suas atividades, dificuldades encontradas na sua prática.

A Análise da Narrativa permitiu a interpretação dos fatos narrados e dos fatores que os informantes julgam importantes sobre o tema em que são questionados. O estudo qualitativo por meio de narrativas nos possibilitou ir além da transmissão de informações, pois conseguimos capturar as tensões do entrevistado, fazendo com que revelássemos a experiência do indivíduo.

O quadro abaixo mostra o exemplo da organização das análises, separados por tema.

Quadro 5 - Modelo de Quadro de Análise

Empreendedor	Motivos para Empreender	Narrativa
Akin	Ele descreve um misto de empreender por necessidade e oportunidade, pois, ao mesmo tempo em que ele relata que precisava de "dinheiro" para se manter na faculdade, pagar o transporte e contribuir em casa, ele afirma que sempre apresentou uma tendência a arriscar, a perceber as necessidades da comunidade, observando o que as pessoas estavam dispostas a comprar e ele "ia lá e vendia".	"Eu sou o cara das ideias. [...] E a partir daí [...] todas as ideias que eu tinha e colocava em prática, acabava gerando algum produto. Umás foram por oportunidade, boa parte foi por necessidade. Ter ideia de vender alguma coisa e fazer e vendia. Pra conseguir, pelo menos, pagar ou transporte da faculdade ou parte da mensalidade da faculdade, ou até pra ajudar em casa mesmo". (Akin)

Fonte: Autoria Própria

6 TRAJETÓRIAS DE VIDA DOS AFROEMPREENDEDORES

Esta seção está dividida em quatro partes. Na primeira veremos a trajetória de vida dos empreendedores entrevistados, abordando as suas histórias de vida, a trajetória do pertencimento étnico racial, a relação dos mesmos com os estudos, a influência e o suporte dos pais na sua ação empreendedora e por fim, a relação com o mercado de trabalho. Na segunda parte trataremos da trajetória empreendedora informando o histórico empreendedor e os motivos para empreender de cada entrevistado.

Na terceira parte apresentaremos mais aprofundadamente os negócios dos nossos empreendedores abordando os perfis dos negócios e a situação atual e financeira. Explicaremos também como esses negócios se apresentam enquanto negócios de propósito e explanaremos sobre a realidade dos negócios das mulheres negras, tocando na intersecção entre raça e gênero.

Por fim, na última parte abordaremos sobre o ecossistema empreendedor, tratando num primeiro momento da percepção dos empreendedores quanto aos processos desiguais enfrentados, além de apresentar a relação dos mesmos com o acesso às políticas públicas e privadas do setor, apresentando o ecossistema afroempreendedor enquanto aquilombamento no processo de ajuda mútua.

6.1 HISTÓRIAS DE VIDA ENTRECruzADAS PELAS DIFERENÇAS

Nas linhas abaixo apresentamos as histórias de vida dos nove empreendedores. Destacamos as principais vivências que tiveram na infância, com os seus lugares de origem, na relação com os estudos, com a família, a trajetória de consciência racial e como essas questões influenciaram posteriormente as suas trajetórias empreendedoras. Além disso, poderemos observar como as questões raciais se fazem presente a todo o tempo nos relatos das suas experiências.

6.1.1 Apresentação das Trajetórias de Vida dos Afroempreendedores

A história de vida de cada empreendedor foi contada nestas linhas a partir da ênfase dada por cada um à sua trajetória de vida. Quando perguntávamos a eles “qual é a sua histórias de vida?”, normalmente eles nos devolviam com outras questões do tipo, “*mas que parte ou etapa da história você quer saber?*” e nós respondíamos que a escolha era livre. Assim, alguns

escolheram começar suas histórias a partir da infância, outros a partir do seu lugar de origem, outros a partir das suas maiores vitórias, ou dos seus maiores traumas, mas eles sempre passavam pela infância, pela relação com a família, com os pais, pela relação com o bairro ou lugares onde moraram.

Enfim, com exceção das informações dos primeiros parágrafos que tratam de informações gerais sobre o perfil dos empreendedores, como idade, sexo, escolaridade, profissão e condição da sua sustentabilidade financeira, cada história contada aqui é a fotografia dos seus enredos, com as ênfases que lhes são próprias e foi isso que respeitamos no nosso processo de escrita.

Akin, o nosso primeiro empreendedor, é do sexo masculino, tem 29 anos. É de Salvador. Reside com a família em um bairro da periferia da cidade. Possui ensino superior incompleto, desistiu do curso superior em uma faculdade privada por dificuldades nos processos formais da instituição. Além do negócio principal tem outras sociedades e faz trabalhos de freelance como designer, possuindo mais de uma fonte de renda. A possibilidade de ter outras fontes de recursos, o deixa mais tranquilo para “tocar” o negócio, segundo o empreendedor. Se ele fosse depender somente do pró-labore da empresa não teria condições de disponibilizar tanta energia para o próprio negócio.

Filho de uma cozinheira industrial e de técnico em eletromecânica, seus pais construíram carreira em empresas na área industrial. Ele relata a sua trajetória de vida, principalmente a partir do histórico de mudanças ao longo da sua infância e juventude, num primeiro momento morando com os pais, num segundo momento, morando em outro bairro de Salvador com o seu pai e a sua madrasta, mas sempre “nas periferias da vida” como ele mesmo sinaliza.

Das memórias dos 10 anos, quando ocorre mais uma mudança, mas dessa vez para morar com a mãe em uma outra periferia, ele traz recordações de uma vida mais feliz, mas também disciplinada, considerando que, com a sua mãe, tinha uma rotina, que lhe permitia não só estudar, como fazer cursos. Estar naquele bairro lhe permitiu se divertir com os amigos, já que a sua mãe passava parte do seu tempo trabalhando. O medo da mãe de vê-lo “*crescendo num bairro perigoso e iniciando uma fase complicada da adolescência*”⁵ trouxe o receio do nosso empreendedor se envolver em situações de riscos, com má amizade e no mundo do tráfico.

⁵ Utilizaremos trechos demarcados em itálico e entre aspas para estabelecer as falas dos empreendedores ao longo do texto corrido.

Assim, ela toma a decisão de manda-lo para viver com o seu pai que, dessa vez, estava vivendo em uma cidade do interior por questões de trabalho.

A mudança para uma cidade do interior na adolescência redefine seus rumos, pois além de trazer complicações para a vida estudantil, ele passou a se sentir isolado, sofrendo preconceitos de diversas natureza. A escola na qual agora ele estudava, diferente das escolas públicas das periferias de Salvador, era privada, sendo os alunos filhos de prefeitos, deputados e empresários da região. Sem conseguir se enturmar com os alunos, ele passou a tirar notas baixas, entrar em situações de conflitos, fazer diversas recuperações de disciplinas, culminando em suspensões e na repetência de alguns anos. Além disso, a distância da vida que levava em Salvador o deixou bastante triste, levando-o quase à depressão.

Vejamos a relação visceral de Akin com o seu lugar de origem, a cidade de Salvador com a “sua periferia”, como ele nos fala em diversas oportunidades – era aí que estava o seu grande afeto, era de onde ele guardava as memórias de dias felizes, intensos, amáveis e amados. Não à toa, este entrevistado empreende justamente usando como base do seu discurso, a inserção, o acesso e o desenvolvimento das periferias da cidade. A “causa do preto favelado”, inclusive chega a ser mais importante para ele do que a própria “causa negra”, como podemos observar nas suas palavras:

[...] minha bandeira mesmo é quando fala assim: "você é preto..." Não, eu sou um preto favelado! Então, o racismo que eu sofro, às vezes, é por localidade. [...] Mas essa coisa que, tipo, essas bandeiras que vão sendo levantadas acaba ocultando outras. [...] Cada um com sua... com seu difícil, com suas dificuldades. Mas acabo levantando algumas coisas assim que: “Ó, minha bandeira preta, principalmente nessa área de empreendedorismo, é mais voltada para o preto favelado do que o preto como geral. (Akin).

Aziza, nossa segunda empreendedora, é do sexo feminino e tem 29 anos. Solteira, reside com os pais no Subúrbio de Salvador. É graduada em Marketing, com pós-graduação em Empresas de Impacto Social. Atualmente está cursando a sua segunda graduação, em ciências contábeis, pois, ao longo dos anos de atuação enquanto empreendedora percebeu a sua “*afeição pela área*”, além disso, tem pretensões de criar uma carreira independente na área contábil após a finalização do curso, como um “*plano b de carreira*”, como nos sinalizou.

Apesar de não ser um dos sócios fundadores do negócio, afirma que o sentimento de pertencimento pela empresa foi crescendo ao longo dos anos, à medida que se aumentavam as responsabilidades dentro do negócio. Responsável pelo funcionamento das operações na empresa, hoje, a empreendedora está à frente liderando e executando os trabalhos nas áreas administrativa, financeira e logística. Atualmente se dedica exclusivamente ao negócio, mas

está sempre muito preocupada com a sua própria sustentabilidade, considerando que o negócio ainda não a remunera satisfatoriamente, além de ocupar parte significativa do seu tempo. Filha de uma empregada doméstica e um trabalhador autônomo do ramo de eventos, Aziza é uma mulher extremamente dedicada à família e a realização do negócio.

Aziza é sócia do nosso primeiro empreendedor, o Akin. Assim como ele, a entrevistada tem uma forte ligação com o seu lugar de nascimento. Com pais que vieram do interior, ela conta que uma das fases mais significativas da sua infância-adolescência foi quando passou a estudar, simultaneamente, junto com os pais, percebendo o quanto “*os três foram aprendendo juntos*”. Sua relação de afeto com o lugar que nasceu e reside se dá também por conta de parentes que moram muito próximos, conservando as relações de afeição e troca mútua. A empreendedora afirma que uma das grandes razões que a fez considerar o convite de Akin para a sociedade foi “*a possibilidade de contribuir com o seu próprio bairro e com o território do Subúrbio como um todo*”.

Aqui é um lugar muito bom de se morar, é um lugar que ainda transmite uma certa paz. Dentro de todas as possibilidades. [...] Em certos lugares você não pode mais ficar na porta de casa, né, é uma realidade duras. Aqui ainda não está nesse patamar, graças a Deus, espero que demore bastante. Mas a gente tem uma relação muito boa, a comunidade toda é muito unida, se você precisar o outro vai ajudando. Teve uma vez que eu fiquei doente, gripada, minha mãe estava na casa de meu tio, minha mãe acionou Deus e o mundo, só vi gente: “você já almoçou? Tome aqui o almoço. ”, “toma aqui um chá de não sei o que”. Então tipo, eles são muito assim... Não sei se é porque eu também sou nascida aqui e todo mundo me conhece desde criança, né, porque acho que isso também influencia. Mas aqui tem um acolhimento muito forte. (Aziza).

Jafari, nosso terceiro empreendedor é do sexo masculino, tem 36 anos. É de Salvador, mas nasceu numa cidade do interior da Bahia. Reside em um bairro de classe média da cidade. Possui Ensino Médio completo. Além do negócio o empreendedor complementa a renda realizando impressões e desenhos de estampas para outras empresas como *freelancer*. O empreendedor também administra um Programa de Comunicação em formato de *Podcast*⁶, além de realizar palestras e eventos relacionados ao combate da ‘masculinidade tóxica’. Nota-se a forte ligação que o empreendedor teve no convívio no espaço de terreiro de candomblé e como essa referência foi significativa para a sua construção enquanto empreendedor: “[...] *a marca é um reflexo da minha admiração pela forma que minha mãe se vestia, pelas roupas do terreiro e pela forma que meu tio vestia, meu tio avô vestia ali*” (Jafari).

⁶ Podcast é um conteúdo em áudio, disponibilizado através de um arquivo ou streaming, que conta com a vantagem de ser escutado sob demanda, quando o usuário desejar. Fonte: Resultados Digitais (2022). Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/como-criar-um-podcast/>

Ainda sobre essa relação dos empreendedores e o seu lugar no mundo, Jafari, nasceu em Cachoeira/Bahia e demonstra ter as memórias de infância demarcadas de uma forma muito otimista por conta dessa origem. Ele destaca como a sua relação com o lugar que nasceu influenciou diretamente seu estado de espírito, seu sentimento de orgulho, de “positividade” diante das características do lugar de onde veio - a cidade de Cachoeira é o berço da independência do Bahia, um lugar que guarda uma experiência considerada como heroica no imaginário dos baianos:

Eu sou de uma família cachoeirana. Não sei se você já observou ou conhece alguém de Cachoeira, ninguém vai dizer que Cachoeira é ruim. Nenhum cachoeirano vai dizer que Cachoeira é ruim. Cachoeira é uma cidade heroica. Cachoeira é cidade da heroína e do herói, do índio, do caboclo herói, dos negros heróis, dos negros, que são maioria e que expulsaram os portugueses. Então, se você olhar uma pessoa em Cachoeira, minha avó, minhas tias, minha mãe, a gente não estava com um centavo no bolso, sem dinheiro, sem comida direito na despensa, mas o orgulho estava ali, o pensamento positivo estava ali (Jafari).

De fato, o que mais nos marcou nesse empreendedor foi a sua postura de estar sempre de sorriso aberto, de encarar a vida de forma muito otimista, apesar de todos os desafios que ele mesmo enfrenta no seu dia a dia. Além da sua alegria, o empreendedor também remete a cidade de Cachoeira à relação da sua família e conseqüentemente a sua, com o Sagrado. Sagrado este que o *“guia, fortalece e renova as suas forças para superar todas as adversidades enfrentadas na vida”* (Akin). Ele foi criado dentro de um terreiro por muitas mulheres. Assumiu cargo religioso de importância ainda na infância, o que também, segundo ele, influenciou a sua história de liderança nos espaços em que atua.

Filho de uma funcionária pública e de um trabalhador rural, o empreendedor afirma que a relação com o terreiro o preservou de muita coisa na vida, principalmente na adolescência e juventude, considerando que ele foi um adolescente e jovem negro vivendo na periferia, com riscos de envolvimento com álcool, drogas e etc. Outro fato curioso é que ele viveu uma história de ausência do pai, ausência essa que ele transformou em “presença política”, uma vez que, motivado por esta dor, ele passou a discutir nos espaços públicos sobre masculinidade tóxica⁷. Ele fala para homens de todo o Brasil sobre as conseqüências do abandono parental na vida de crianças negras, da necessidade de superação das atitudes machistas e da construção de projetos

⁷ A masculinidade tóxica é uma construção social, que define um conjunto de regras que determinam comportamentos específicos esperados de indivíduos do sexo masculino. Devido a isso, pode impactar negativamente a vida afetiva, relacional, social e a saúde e o dia a dia de muitas pessoas. Disponível em: <https://summitsaude.estadao.com.br/desafios-no-brasil/os-efeitos-da-masculinidade-toxica-na-saude-do-homem/#:~:text=A%20masculinidade%20t%C3%B3xica%20%C3%A9%20uma,a%20dia%20de%20muitas%20pessoas>. Acesso em 14 de set. 2022.

de vida que produzam homens curados de dores tão profundas.

Bintu, nossa quarta empreendedora é do sexo feminino. Com 40 anos. Mãe solo. Graduada em curso de ciências humanas e pós-graduada em gestão. Reside num bairro central de Salvador. Além da sua atuação como empreendedora é trabalhadora concursada de uma instituição que atua no ramo da Gestão e empreendedorismo. O seu emprego é responsável pela sua sustentação financeira e utiliza recursos próprios para financiar as ações do seu negócio. A empreendedora afirma que recentemente decidiu reduzir as atividades no negócio por conta das demandas relacionadas ao trabalho formal, cuidado com o filho e vida pessoal.

Com a mãe professora e empreendedora e o pai contador, estudar nunca foi uma opção para a Bintu, mas, uma obrigação. Obrigação que ela sempre fez com muito gosto se destacando como a melhor aluna em todos os lugares que passava. A história da sua família passa pela importância do seu avô na sua vida, um homem negro, que chegou do interior à capital com 19 anos, se tornando um dos primeiros negros a cursar a Universidade Federal da Bahia (UFBA). Ela afirma que cresceu ouvindo o seu avô contando as histórias de racismo que ele sofria na Universidade, dos apelidados pejorativos que depreciavam a sua cor:

[...] primeiro, das pessoas duvidarem da capacidade dele e, depois, quando viram que ela era muito inteligente, buscavam se aproximar, para poder beber daquele conhecimento, tirar algum proveito. Então essas questões sempre foram muito discutidas na minha casa. [...] a gente passava por situações de racismo e isso era discutido em casa, isso era conversado (Bintu).

Não diferente do avô, a empreendedora passou pelas mesmas situações. Destacamos, a seguir, os seus relatos relativos a uma infância permeada pelo racismo na escola.

Na infância eu sofri muito racismo na escola. [...] Por ser negra retinta, do cabelo crespo e ser uma pessoa que se destacava. Porque, é aquela coisa assim, tem um negro que não incomoda e tem o negro que incomoda, pelo fato dos brancos acharem que você não deveria estar naquele lugar. Então, eu era uma das melhores alunas. Então, os professores destacavam isso. Eu aprendi a ler cedo. Então, isso de alguma forma... incomodava. A maneira que eles reagiam era sendo racistas, criticando o meu cabelo, especialmente essa coisa do cabelo, a cor da pele. Tinha... de certa forma uma diferença social também, especialmente, no segundo grau, quando eu fui 'prum' colégio maior e aí tinha essa diferença financeira mesmo. Apesar de não, não vir de uma família extremamente pobre também não era de uma família rica. Então tinha essas diferenças" (Bintu).

Essa empreendedora afirma que conseguiu “*ressignificar todas as experiências negativas que viveu*”, e foi a própria necessidade de se destacar como aluna excepcional que deu a ela a “*possibilidade de se tornar uma mulher empreendedora que empreende dentro de um negócio especializado*”. Ela afirma que entender-se enquanto “*uma pessoa mais inteligente que a média*” na sua trajetória estudantil foi definitivo para a melhoria da sua autoestima e a criação de caminhos promissores.

A nossa próxima empreendedora é a Fayola, do sexo feminino, ela tem 44 anos, é casada. Mãe de um menino. É Artesã e *Personal Organizer*. Graduada em curso de Secretariado Executivo, com pós-graduação na área. Reside num bairro da Zona Oeste do Rio de Janeiro. A empreendedora exerceu a profissão de secretária por mais de dez anos, chegando a lugar de destaque e reconhecimento na carreira, mas a maternidade chegou ocupando um lugar de prioridade total em sua vida. Ter uma criança para cuidar e não ter rede de apoio foi determinante, tanto para abrir mão da sua carreira executiva, quanto para optar por iniciar sua trajetória empreendendo, se valendo da flexibilidade de produzir em casa, de levar a criança nas feiras, considerando que não tinha pessoas para tomar conta dele.

Mulher de terreiro, com cargo de Equede⁸, iniciada no candomblé desde a infância, acredita que a sua ação empreendedora é conduzida a todo momento através da sua fé ancestral. Afirma que o seu ato de empreender é uma conexão e reconexão com o Sagrado, pois aprendeu a arte de pintar, cozer, fabricar artefatos, primeiramente no terreiro para reverenciar as Entidades. Sobre a sua jornada empreendedora a entrevistada deixa claro o resumo da sua trajetória com a seguinte frase: “*eu falo que nunca foi sorte, sempre foi Exu... parafraseando o Emicida*”.

Quando criança saiu do Rio de Janeiro e foi morar em Brasília com a família. A mudança se deu por questões religiosas, pois um tio abriu uma Casa de Santo em Brasília e contava com a família para ajudá-lo nos cuidados espirituais do novo terreiro. Desde cedo, a empreendedora assumiu cargo de importância no terreiro da família e aprendeu “*com os mais velhos a arte de pintar, costurar, bordar, fazer artesanato como ações de culto e cuidado aos Orixás, Caboclos e Inquices*” (Fayola). Fato que a levou a tornar-se artesã. Estudou em escola particular durante toda a sua trajetória estudantil.

O pai era taxista e a mãe dona de casa, por ter uma condição melhor de estudo e por ter uma mãe dedicada quase que exclusivamente a sua educação, a empreendedora se denomina como “*superprivilegiada*”. Perdeu o pai aos onze anos, fato que marcou demais a sua adolescência. Apesar de afirmar que sempre ocupou lugar de liderança em todos os espaços que frequentou, escola, universidade, trabalho, teve sérios problemas de autoestima na adolescência, inclusive informou “*que se pudesse apagaria a fase de adolescência da sua trajetória*”, pois se achava feia e pouco inteligente:

⁸ Equede, ajoinê e macota são nomes dados de acordo com a nação do candomblé para um cargo feminino de grande valor: a de “zeladora dos orixás”. É o equivalente feminino dos ogãs, sendo escolhida e confirmada pelo orixá do terreiro de candomblé.

Eu fui uma criança superprivilegiada por ser preta, estudei em escola particular. Não me recordo de passar necessidade por mais que minha mãe falasse que era difícil a vida. [...] Mas eu fui essa criança que cresceu com vários privilégios de tá sempre bem vestida, de estar sempre andando de carro, de ir pra escola, de viajar até que, quando ele (referindo-se ao pai) faleceu, minha mãe assumiu ser pai e ser mãe. Eu tinha onze anos [...], estava entrando num período de ficar mocinha... A gente quando é adolescente, nossa senhora, é uma, uma época, assim, que eu queria apagar e pular já pra 18, porque gente, foi uma fase na qual minha autoestima era no chão. Eu me achava feia, eu não me achava tão inteligente. E o curioso é que eu sempre fui uma líder nata, as pessoas estavam sempre em volta de mim, mesmo assim eu me achava tudo isso” (Fayola).

Notamos que as questões de autoestima atravessam as infâncias e adolescências das empreendedoras Bintu e Fayola, e a estratégia de superação das duas seguiram caminhos muito próximos: o destaque a partir dos estudos. Fayola, assim como Bintu, aproveitou *“o gosto pela leitura e a facilidade em escrever para se sobressair na escola e até mesmo no meu negócio”* (Fayola).

Kalifa, nossa sexta empreendedora, é do sexo feminino, tem 31 anos. Casada. Graduada em curso de Assistência Social, com pós-graduação em Inovação. Reside num bairro central da cidade de Salvador. A empreendedora afirma que ama a sua ação de empreender - ação que, segundo ela, está diretamente relacionada a sua identidade e às suas características enquanto uma “mulher trabalhadora” que herdou o gosto pelo trabalho dos seus pais. Com uma personalidade bem marcante, a empreendedora apresenta na sua forma de falar e se expressar um forte pragmatismo, tanto quando fala das suas questões objetivas, quanto para as mais subjetivas. Apaixonada por planejar, desenvolver metodologia e construir conteúdos, a empreendedora encontrou no empreendedorismo e no trabalho especializado da sua empresa de consultoria a receita certa para uma vida profissional de realizações.

Ela nasceu num bairro periférico de Salvador e relata com muita alegria que teve uma infância feliz e livre. Como os pais trabalhavam muito, ela afirma que a vizinhança era que tomava conta dela para os seus pais trabalharem sossegados. Seu pai era motorista de ônibus e empreendia através de um bar. Sua mãe era técnica de enfermagem e trabalhava em dois lugares diferentes. Aos 9 anos, com a melhoria das condições de vida dos seus pais e a ascensão social da família, eles se mudaram para um condomínio de funcionários públicos em um bairro de classe média de Salvador e foi aí que a empreendedora percebeu o abismo social da sua família em relação as famílias que viviam naquele lugar, conforme pode ser observado na sua fala: *“aí, minha irmã, é que eu fui perceber que eu era preta e pobre, porque lá só tinha gente branca e filho de funcionário público, com dinheiro, que não era o meu caso. Aí eu fui morar lá... aí é que era um território mais hostil”* (Kalifa).

Ela sempre foi boa aluna e a sua relação com os estudos, inclusive nos dias atuais, sempre foi condição necessária para o seu desenvolvimento e ascensão profissional. Ela afirma que estudou em escolas particulares até o ensino fundamental, enquanto os seus pais tinham condições de pagar pelo valor da mensalidade, mas a partir do ensino médio precisou ir para uma escola pública: “ Eu estudei em escola particular, mas naquela *vibe* de minha mãe devendo mil anos. Então, para você ter noção, eu saí do ensino fundamental, minha mãe continuou pagando a escola durante o meu ensino médio (Kalifa).”.

Malaika, é do sexo feminino, tem 42 anos. Casada. Mãe de um menino. Graduada em Administração e Mestre em Administração, precisou trancar o seu doutorado em Administração também devido ao grande número de demandas que precisava administrar na vida pessoal e profissional e a falta de bolsa de pesquisa para contribuir na sua permanência. Reside num bairro da Zona Oeste do Rio de Janeiro. A maternidade ocupa um espaço significativo do seu tempo e os cuidados com a criança tem sido um desafio, considerando que a empreendedora não tem suporte no desenvolvimento das atividades domésticas. Com a necessidade de mudança do companheiro para outro estado, por questões de trabalho, a empreendedora precisou se virar com o cuidado da cria, as responsabilidades do lar, a gestão e operacionalização do negócio e os inúmeros compromissos relacionados a sua atuação em outras frentes profissionais.

Ao trazer a sua história de vida Malaika apresenta como ponto focal da sua narrativa a diversidade racial da sua família e de como essas questões os atravessavam. Ela é filha de um homem nordestino e uma mulher sulista que se conheceram no Rio de Janeiro, em plena ditadura militar, quando à época, ambos, participaram da luta armada. Se apaixonaram e resolvem se casar e formar uma família. Ela é a sexta filha de sete irmãos, sendo quatro mulheres e três homens. A mesma afirma o quanto a diversidade de jeitos, cores e cabelos pertencem à família e que a consciência de classe e as diferenças sociais que enfrentavam até faziam parte das discussões em casa, entretanto, a questão racial nunca foi um ponto tratado dentro de casa, como pode ser notado em um dos trechos do seu relato:

Então eu brincava que tinha um degradê, entre os irmãos. Que a gente é ninhada de gato vira-lata. Então, cada um nasce de um jeito, né? A gente se parece fisicamente, mas cada um tem um tom de pele, né? Tem uns que tem o cabelo crespo, tem outros que tem o cabelo mais cacheado, né? E somos quatro mulheres e três homens. Então a gente tinha mais, talvez um pouco mais de entendimento de classe, mas raça nunca foi um assunto na minha casa. E assim a gente cresceu. Então cresci nesse ambiente, né, onde tinha uma diversidade racial tanto na escola quanto na vizinhança, mas isso não era uma questão (Malaika).

Nala, a nossa próxima empreendedora é do sexo feminino, tem 31 anos, é solteira e reside na Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Graduada em Direito. Além da sua ação

empreendedora, exerce pontualmente o papel de pesquisadora de práticas jurídicas em uma universidade federal no Rio de Janeiro. Entendendo que foi através dos estudos que teve a transformação que tanto desejava na vida, a empreendedora tem uma relação muito forte com seus próprios processos de aprendizagem, se denominando como autodidata. Ela afirma que foi a partir da percepção desta característica que passou a se sentir capaz de realizar absolutamente tudo na vida.

Trabalhou em um dos maiores escritórios de advocacia do RJ, participou de um programa de diversidade e inclusão de estagiários, mas sabia que não seria contratada porque no escritório não havia advogados negros. Co-fundadora da empresa, foi, por acaso, convidada pelo sócio, um homem também negro, para abrir a empresa, quando ainda fazia universidade. Desde então se dedica às atividades de operação do negócio.

Ela é filha de pais evangélicos, apresenta uma característica bastante pragmática ao relatar cada etapa da sua trajetória de vida. Seu pensamento rápido, seu domínio da oratória, sua forma prática ao definir conceitos e caracterizar coisas, enfim, são características marcantes de uma empreendedora que deseja, com muita ênfase, alcançar a prosperidade, sem tabus para falar sobre isso. A infância da mesma foi marcada pelo estado de saúde frágil da sua mãe, que tinha uma doença degenerativa. Ela e as duas outras irmãs precisavam se revezar nos cuidados com a mãe e com a casa, enquanto o pai trabalhava fora para prover o sustento da família, como livreiro.

A empreendedora relata as dificuldades afetivas e financeiras que enfrentou na infância. Por um lado, tinha a rotina de cuidados com a mãe que, naturalmente deveria ser quem a estaria cuidando, não fosse a situação de saúde tão complicada e, por outro, as ausências do pai, que achava que o fato de trabalhar e não deixar faltar nada em casa já era suficiente para garantir o seu papel. A empreendedora relata o quanto foi penoso financeiramente para a família, a mãe só ter conseguido o direito a pensão por invalidez dois anos antes da sua morte:

Realmente é uma doença genética que a mãe da minha mãe já tinha e que algumas tias minhas têm, enfim, então isso roubou um pouco da minha infância e da minha juventude. Porque a gente se revezava para cuidar da casa, cuidar da minha mãe, meu pai trabalhando fora para sustentar a esposa e três filhas. Então, tipo, mesmo que ele quisesse, ele não poderia dar aquela assistência 24h, faltava muita coisa no Brasil ainda. Então, a minha mãe com uma doença genética, só foi se aposentar faltando dois anos antes dela morrer. Ela passou mais de dez anos sem ter auxílio nenhum do governo. Isso sugou muito a nossa energia enquanto família e financeiramente também. Porque não tiveram muitos recursos para minha educação. Eu sempre estudei em colégio público. E meu pai com um pensamento muito característico da geração dele achava que, tipo, o tanto que ele estava dando para gente, que era ir pra escola, e ter material, e ter roupa, era muita coisa. (Nala).

Zuri, nossa última empreendedora, é do sexo feminino, tem 40 anos. Mãe. Casada. Reside na cidade de Salvador. Graduada em Letras, com pós-graduação em Educação e Gestão Social. Realizou uma segunda graduação em Ciências da Tecnologia em 2009. Nascida e criada numa cidade do interior da Bahia, a empreendedora começou a lecionar aos 17 anos, no mesmo ano em que conseguiu passar para o curso de letras na universidade pública estadual da cidade. Tem 23 anos na área de educação. Tem, na trajetória profissional do seu pai, um grande exemplo de vida. Um homem que se formou em letras e tornou-se referência na área, passou em concurso público e mudou a realidade da família.

A empreendedora durante um tempo seguiu os seus passos, tornando-se funcionária da educação no município de sua origem, mas entendeu que precisava construir um caminho diferente indo atrás do seu sonho, segundo ela. Assim, deixou a carreira docente de anos na cidade e mudou-se para Salvador para começar de novo. Mesmo a contragosto de toda a família. Já estabelecida na cidade, Zuri começou a empreender em 2019, quando um amigo sabendo do gosto dela por artesanato e produtos naturais a convidou-a para confeccionar *kits* como presentes do dia das mães na escola em que ele dirigia. Desde então a empreendedora tem se especializado no ramo de produtos artesanais e naturais, fazendo diversos cursos de aperfeiçoamento na área.

Mas vim de uma família humilde, meu pai tem muitos irmãos e ele venceu na vida através dos estudos e nós fomos sempre orientados a estudar porque seria a nossa única possibilidade de crescimento dentro daquela atmosfera, daquele contexto que nós vivíamos. Nós somos cinco filhos, e todos nós estudamos. Na verdade, paiinho dizia assim “você estuda, depois que você fizer sua faculdade, que você tiver formada, você decide. Mas primeiro faça sua faculdade”. Porque primeiro eu tinha que ter aquela garantia, de ter a formação em ensino superior, até mesmo para nos proteger, porque nós somos uma família negra. E assim o estudo é uma forma até de proteção do corpo negro, a gente sabe que não protege muito, mas assim no interior, quando a pessoa negra está formada na faculdade nos protege mais.” (Zuri).

Diversas questões pontuadas nas histórias de vida dos nossos empreendedores, serão discutidas nos tópicos distribuídos nas próximas seções. Mas, em síntese das trajetórias assinaladas é importante destacar aquilo que seria um fator similar das experiências abordadas. Primeiramente, nota-se como cada indivíduo tem suas singularidades definidas, principalmente a partir das experiências da infância e a adolescência e a relação com os seus pais, com as suas crenças, com aquilo que acreditam são basilares no seu processo de formação.

Hall (2014, p. 58) afirmou que é a partir do reconhecimento das diferenças que é possível compreendermos que cada identidade é própria. Porém, particularmente, na vida dos indivíduos negros desta pesquisa, muitas vezes essas diferenças foram atravessadas por casos de preconceitos e desigualdades, dando noções negativas em torno da concepção das diferenças.

Mas também, as diferenças tornam-se insumos para a construção de projetos de vida e negócios como respostas e soluções para esses problemas.

As situações de racismo enfrentadas na infância e adolescência direcionam as suas ações para estratégias de superação, principalmente aquelas relacionadas aos estudos. Seus históricos familiares vêm acompanhados do incentivo aos estudos, da mobilidade social, a partir da ascensão dos seus pais, através dos estudos, ou de concurso público. Os investimentos dos pais nos estudos dos filhos podem ser percebidos como fator de sucesso, considerando que eles cursaram o ensino superior, construindo suas carreiras, tendo possibilidade, inclusive, de decidir em empreender em negócios especializados.

Vejamos no caso daqueles indivíduos que se sentem pertencentes a determinados territórios periféricos, suburbanos, foi a dimensão de enfrentamento das desigualdades que possibilitou aos mesmos enxergarem oportunidades de mudança, buscando implementar estratégia de possíveis resoluções, a partir dos seus negócios – veremos essa questão mais aprofundada ao abordarmos os Negócios de Propósitos. O pertencimento à identidade passa por uma tendência de circunscrição dos seus negócios às comunidades que os empreendedores nasceram e cresceram, mas, com o acesso as redes sociais, os negócios ganharam dimensão nacional. Destacamos que a relação de pertencimento a uma identidade local, periférica, suburbana, estabelecida com o seu lugar de origem define o próprio nicho de atuação dos seus negócios.

A partir destas considerações abordaremos mais abaixo as trajetórias de consciência racial dos nossos empreendedores e a sua relação com os estudos.

6.1.2 Trajetória do Pertencimento Étnico Racial: “Meu Universo é Preto”

A forma de se expressar, as escolhas e atitudes em relação a própria trajetória de vida das pessoas, nos direcionam às suas práticas cotidianas e a sua forma de se posicionar no mundo. Souza (1983, p.17) nos afirma que “uma das formas de exercer autonomia é possuir um discurso sobre si mesmo. Discurso que se faz muito significativo quanto mais fundamentado no conhecimento concreto da realidade”. (SOUZA, 1983, p. 17) E continua afirmando que:

A descoberta de ser negra é mais que a constatação do óbvio (aliás, o óbvio é aquela categoria que só aparece enquanto tal, depois do trabalho de se descortinar muitos véus). Saber-se negra é viver a experiência de ter sido massacrada em sua identidade, confundida em suas perspectivas, submetida a exigências, compelida a expectativas alienadas. Mas é também e, sobretudo, a experiência de comprometer-se a resgatar sua história e recriar-se em suas potencialidades (SOUZA, 1983, p. 17-18).

Esses são caminhos de interpretação daquilo que chamamos de uma “narrativa negra” que nos conduzirá às associações com o pertencimento étnico-racial, ou seja, até que ponto podemos perceber e conectar os discursos e narrativas dos entrevistados com a sua condição de pertencer a raça negra e, de que forma, essa correlação interfere, influencia e atravessa sua forma de existir no mundo.

Desta forma, a nossa jornada de revelação do seu “saber-se negro” (SOUZA, 1983) considerou o seguinte caminho: a) Auto declaração do entrevistado (negro, branco, indígena, amarelo, segundo classificações do IBGE); b) A trajetória da sua consciência racial na história de vida, nas relações com os estudos, com o mercado de trabalho e com o negócio; c) E as reverberações dessa consciência racial na sua prática empreendedora.

No primeiro momento ao questionarmos os nossos empreendedores sobre a sua raça/cor, nos parecia muito óbvio que, se são AFROEMPREENDEDORES e empreendem a partir da raça, todos se declarassem negros. E assim ocorreu. Mas, registramos algumas curiosidades, como por exemplo, um dos empreendedores que nos falou “*você até me ofende com essa pergunta*” e riu, nós rimos também. Nas entrelinhas da sutileza da sua contestação entendemos que estava ali subentendido a sua raça. Com uma outra empreendedora questionamos como foi o processo de conscientização de raça, e ela, também nas entrelinhas, criticou nossa pergunta:

Assim, eu sempre fui preta, está? Você me desculpe, mas essa galera “ah, eu me descobri preta”. Acho isso meio um surto coletivo, está bom? Aqui entre nós. Lógico que tem maiores problemas relacionados ao colorismo, pessoas que tem a pele muito clara e tal. Eu entendo, mas assim, mano, você tem como olhar para mim e falar tipo “ah, eu acho que ela é parda, branca”. Não, não dá. (Empreendedora).

Esses dois empreendedores nos fizeram lembrar que a compreensão de raça não nos enseja só o processo de autodeclarar-se ou autoafirmar-se, mas também de heterodeclaração e reconhecimento do outro, e que esse foi o princípio de tudo: a ideia do outro como diferente, a ideia da hierarquização das raças. Já nos sinalizou Gomes (2008) sobre a identidade negra:

Essa identidade é vista [...] como um processo que não se dá apenas a começar do olhar de dentro, do próprio negro sobre si mesmo e seu corpo, mas também na relação com o olhar do outro, do que está fora. (GOMES, 2008, p.17).

E assim, continuamos solicitando a autodeclaração de cada um e, de fato, todos os nove entrevistados se revelaram pretos. E realmente pretos, não pardos ou negros, como nos sinaliza a classificação do IBGE, mas pretos com P maiúsculo. Todos com muito orgulho, com muita firmeza e determinação. Mas não nos falaram só sobre o orgulho da sua cor PRETA, mas também, sobre os movimentos dos seus corpos pretos no mundo, suas escolhas de vida, as suas dores, os seus afetos, todos embebecidos de pretitude.

E aí, obviamente concluímos que pretas não eram só as suas peles, mas também as suas vivências, suas experiências, seus passados, seus futuros, seus discursos de resistência, sobrevivência e existência. Tudo neles era preto. Pretas presenças e ausências mergulhadas num mar de memórias pretas. Os discursos e experiências relatados pelos nossos empreendedores nos apontam que eles pertencem a um “Universo Preto” ancorado em todas as coisas boas e ruins que essa ideia de pertencimento possibilita, e tudo a sua volta reflete as características deste universo.

A trajetória de consciência identitária de cada empreendedor acontece de forma diferente, mas com muitos episódios que se entrecruzam e nos leva a identificar práticas sistemáticas das violências simbólicas que a sociedade comete contra a identidade e a vida das pessoas pretas. Por exemplo, os primeiros lapsos de consciência da sua negritude, em alguns dos nossos entrevistados, ocorreram ainda na infância e adolescência, principalmente na escola a partir de episódios de discriminação racial. Nestes casos, o negro passa a perceber-se como negro, a partir do momento em que seus estereótipos e seu modelo de vida são confrontados com o universo branco.

Souza nos afirma que a condição da negritude é frequentemente construída a partir de contrapontos constituídos pelos brancos:

O discurso do negro sobre o negro volta-se em direção à experiência de ser-se negro numa sociedade branca. De classe e ideologia dominantes branca. De estética e comportamentos brancos. De exigências e expectativas brancas. Este olhar se detém, particularmente, sobre a experiência emocional do negro que, vivendo nessa sociedade, responde positivamente ao apelo da ascensão social, o que implica na decisiva conquista de valores, status e prerrogativas brancos. (SOUZA, 1983, p. 17).

Como muitos deles estudaram em escolas privadas, cujo a maioria dos estudantes eram brancos, eles abordaram episódios de racismo, apelidos que recebiam e situações diversas que deixavam claro para eles que não pertenciam aquele mundo. Relatamos nas histórias de vida acima o caso das empreendedoras Bitu e Kalifa. Akin, relatou sobre o primeiro episódio que sofreu racismo na escola, ao se mudar das periferias de Salvador para uma escola de elite do interior: *“tanto que eu lembro que na época de escola quando eu estava estudando no interior, foi o primeiro lugar que eu sofri racismo e xenofobia, e nem tinha tomado consciência que eu sofria, por ser de Salvador.”*

Ele relatou que a sua dificuldade de adaptação à escola privada, o tratamento hostil dos seus colegas, e a falta de interação, sem conseguir fazer amizade, fez com que ele mudasse a sua natureza, precisando brigar para se defender, ganhando com isso *“a fama de problemático, brigão”*. Ele afirma que até tentou resistir as provocações *“Eu até tentei, mas eles me olhavam*

diferente, me provocavam, me chamavam de...nem é bom lembrar. Eu não conseguia mais estudar, a única forma que eu tinha de me defender era brigando, aí eu ganhei fama de problemático” (Akin).

O estereótipo do negro brigão, nervoso e indócil, é um dos tantos outros estigmas atribuídos a identidade do negro, como resquício do período escravocrata, que estabelecia uma categoria para os negros que ousavam resistir ao processo de escravidão, este estereótipo permanece até os dias atuais reforçando o racismo na sociedade brasileira (LIMA, PEREIRA, 2004). É possível perceber que as marcas do racismo ainda ressoam na vida do nosso empreendedor. Não querer lembrar é uma estratégia de seguir em frente na tentativa de ser menos afetado.

No imaginário social, a imagem estética-social do homem negro está associada a marginalização e a violência, essa imagem foi construída historicamente com o objetivo de justificar a posição social que o negro ocupa socialmente. A identidade atribuída ao negro é uma construção social que embora não corresponda à realidade, produz efeitos sobre ela, ou seja, embora tenha um caráter fictício quando presente no imaginário coletivo, orienta as relações entre negros e brancos na sociedade brasileira (FERNANDES; SOUZA, 2016, p. 109)

Já citamos a história de vida da empreendedora Kalifa, que só se percebeu preta e pobre a partir do processo de mobilidade social da família que sai de um bairro da periferia de Salvador para morar num bairro de classe média de maioria branca. Num segundo momento ela aborda sobre o seu “despertar” para o fato de que era uma mulher negra, quando na juventude colocou tranças e logo em seguida resolveu assumir os cabelos crespos, através do processo de transição capilar:

Eu me entendi enquanto mulher negra quando eu coloquei tranças pela primeira vez. Porque foi a primeira vez que eu percebi que eu era negra, e que tinha uma linhazinha de preconceito nas pessoas, que eu nunca tinha percebido. E aí depois que eu fiz a transição, que eu botei o *black*, menina, aí foi um inferno, aí não tinha nem como não perceber que eu era negra. Porque quando eu fiz a transição, não era moda fazer transição. Ainda era visto como cabelo de maluco, era o cotonete, tanto apelido que eu enfrentava. Eu só não entendia o porquê. Então o pessoal pegava no meu cabelo na rua, menina, era uma agonia. (Kalifa).

Da mesma forma, Nala, afirma que passou a ter mais consciência racial quando notou que a sua aparência era motivo de muito comentário entre os seus colegas de trabalho:

Mas acho que eu posso dizer para você que eu tive mais consciência racial a partir do momento que eu fui trabalhar no consulado, porque eu trabalhava com muito gringo, né? E mesmo que as pessoas que trabalhassem comigo no atendimento fossem brasileiros, eu ainda era uma das poucas pessoas pretas. Então a minha aparência era

tipo muito motivo de comentários: “ah, seu cabelo é tão lindo.” Eles tocavam e tal, e eu não entendia muito, né, o que estava rolando. Eu fui entender depois. (Nala).

Podemos observar que Kalifa afirma que até fazer a transição ela não percebia o preconceito, considerando que ela usava o cabelo alisado, mas foi assumindo o seu cabelo crespo (*black*) que ela teve contato com o preconceito das pessoas, que passaram a estigmatizá-la como “cabelo de maluco”, “cotonete” entre outros. Para as duas empreendedoras, a estética, a partir dos seus cabelos, e a estranheza das pessoas que acharam seus cabelos exóticos, a partir do momento que assumiram tranças ou crespo, foi demarcatório da sua condição de mulheres negras. Sobre essa questão Gomes (2019) nos sinaliza:

No imaginário do brasileiro, é possível que uma mulher negra de cabelo liso ou cacheado, quer seja natural, quer seja artificial, deixe de ser classificada como ‘negra’. [...] a textura “menos crespa” do cabelo é vista na cultura como fruto da mistura racial, ou seja, ela atesta a presença do branco na conformação do corpo negro. É a garantia de que estamos diante de alguém que já “subiu” alguns degraus na escalada rumo ao branqueamento. [...] esse tipo de associação remete-nos à crença na “pureza racial”, tão abominada no discurso proclamado pelo brasileiro, mas tão presente na sua prática. E a existência desse ideal de pureza em uma sociedade que se diz uma democracia racial revela que, na realidade, vivemos ainda em uma estrutura racista (GOMES, 2019, p. 278).

Kalifa narra a trajetória do seu pertencimento étnico-racial fazendo uma linha do tempo que passa por sua inserção num cursinho pré-vestibular, até a entrada na Universidade no curso de Assistente Social, experiências relacionadas à melhoria do seu nível educacional e que contribuíram para um olhar sistêmico em relação aos problemas sociais:

Eu acho que o meu primeiro despertar foi no meu cursinho vestibular e depois a Universidade. Mas depois que eu entrei no cursinho, que eu conheci todo esse discurso político é que eu entendi que era preta. Aí já foi. Eu comecei a perceber que as coisas não eram iguais para todo mundo e que a maioria dos problemas que eu tinha, tinham muito mais a ver com a questão racial do que comigo individualmente. Eu fiz Serviço Social, que é um curso político, totalmente ligado aos movimentos sociais. Então não tem como não ganhar uma visão sistêmica dentro do curso. E aí depois que eu entrei na Universidade, aí foi, movimento político, movimento estudantil. Trabalhar diretamente com o combate ao racismo e intolerância religiosa. Toda a minha carreira foi construída dentro dessa perspectiva, hoje já tentei fazer algumas vezes qualquer coisa não relacionada à raça, mas eu não consigo, é como se meu olhar fosse totalmente recortado para isso (Kalifa).

Aqui fica claro que no processo de se autoafirmar negra a empreendedora vai construindo uma trajetória de ascensão, mas agora já pautando suas escolhas na questão racial. O curso na Universidade, os trabalhos de combate ao racismo e a intolerância religiosa, até os dias atuais, quando já não consegue mais se desvencilhar desse tema apesar de tentar fazer coisas diferentes.

Da mesma forma, quando o negro se apropria da cultura afro, a partir da sua inserção em movimentos sociais, culturais, ele é preenchido pelo sentimento de pertencer a uma

coletividade, dando sentido ao modo de viver e as práticas relacionados a esse universo. Esse foi o caso da empreendedora Malaika, que no período da adolescência, a partir da mudança para um bairro da Zona Norte no Rio de Janeiro, passou a frequentar lugares, culturalmente, de maioria preta, como os pagodes, os bailes funks e bailes charmes e ali passou a se autoidentificar. A relação afetiva também com um homem negro, cujo a família já era auto afirmada redefine seu processo de consciência, aquilo que ela chama de “*virada de chave*”:

Depois eu me mudei para um outro lugar, também na Zona Norte. Era um lugar onde predominantemente os adolescentes, eram negros. E aí que eu comecei a frequentar os pagodes, aí eu comecei a frequentar baile funk, baile charme. E isso era na década de 90, eu ficava fascinada e percebia que todos ali eram parecidos comigo. Mas, e aí eu conheci o meu marido, na verdade eu conheci o meu marido num *chat* da revista Raça, que era um *chat* onde eram pessoas negras procuravam pessoas negras para se relacionar. [...] Na casa dele era muita referência, muita *black music*, MPB, música preta, sabe? O assunto, os assuntos eram outros, as conversas já não eram tão rasas, sabe? Tão rasas no sentido assim, de acesso mesmo ao conhecimento. Então ali é que começou a virar essa chave de pensar assim: “Poxa, olha quanta coisa eu não sabia até aqui. (Malaika).

Assim foi também com a empreendedora Fayola que ao chegar no Rio de Janeiro, entre os anos de 2014 e 2015, começou a ser convidada para participar das reuniões do movimento negro através de um amigo. Lá conheceu seu futuro companheiro, pai do seu filho, liderança negra, que influenciou diretamente a sua forma de pensar a sociedade numa perspectiva das desigualdades raciais:

E ele me levou justamente num dia que estava tendo uma reunião numa galeria de algumas agências pretas do Rio, estava todo mundo reunido na Glória. [...] Eu sentei, eu escutei, eu ficava assim ..., eu não entendia nada do que eles estavam falando. E eu olhava, e assim, mas era muito engraçado pois eu não entendia nada do que eles estavam falando [...] Eu comecei a observar e ter acesso a esse pessoal. (Fayola).

Jafari, ao relatar a sua trajetória de consciência racial, aborda a sua relação com uma vizinha, a quem considerava tia, que tinha ligação com o bloco afro Ilê Aiyê e ele afirma que esse contato com o bloco foi fundamental para a sua autoafirmação. Ele relata das leituras dos cadernos educativos nos períodos de carnaval, que traziam histórias dos principais personagens de combate ao racismo no Brasil e no mundo. Ele afirma que foi através desses cadernos que conheceu Zumbi, Rosa Parks, Malcom X, Martin Luther King, além de nomes de expressão políticas em Salvador e na Bahia.

Ele afirma também que o fato da sua mãe ter a assinatura da Revista Raça fazia da sua casa um lugar diferenciado no bairro, considerando que quase ninguém na cidade tinha acesso a essa revista na época. Ele também aborda a importância de escutar as músicas dos Racionais e da sua filiação partidária, após torna-se liderança pelo Grêmio da Escola:

Minha identidade, minha vida ... eu sempre fui negro, nunca tive essa oportunidade de não pensar dessa forma. Muito mais porque eu sou um preto retinto, criado por três mulheres e, por ser vizinho, quase parente, ter como tia uma pessoa que era ligada a um bloco afro. Então são muitas coisas. Eu conheci Zumbi pelas músicas do Ilê Aiyê, pelos livros, por aqueles cadernos. Não sei se você já teve acesso, o Ilê Aiyê, nos anos 80, 90, quando o bloco saía, tinha os cadernos de educação. Então, ele contava a história de cada país, tinha as músicas, os temas e tal. E por algum acaso, a gente pegava esses cadernos de pessoas lá de casa, mesmo sendo uma família que não saía no Carnaval. Então, fui ouvindo, procurando, lendo Rosa Parks, quem era Rosa, quem era Malcom X, Martin Luther King? E aí eu me entendi como isso. (Jafari).

Bintu afirma que a sua consciência de raça nunca foi uma descoberta ou um despertar, mas algo natural e enfrentado, porque na família esse fato foi sempre conversado, discutido e tratado:

Olha, assim, [...] eu cresci me entendendo como uma mulher negra, como uma criança negra, depois uma mulher negra. Esse assunto sempre foi tratado na família. Nós somos negros, então, tem que ter um certo posicionamento, tem que ser duas vezes melhor porque a sociedade já coloca todas as contras, contra você. Então eu sempre me posicionei assim. E isso acabou que no empreendedorismo, tem uma coisa interessante, que fortaleceu o meu empreendimento. Assim, sempre foi muito bem vista essa questão do meu posicionamento. Sou uma mulher negra que busco desenvolver outras pessoas negras. (Bintu).

Na análise sobre as trajetórias de pertencimento étnico racial dos nossos empreendedores observamos que a consciência racial surge do confronto com outras identidades, que deflagra situações de preconceitos por conta da cor ou das características fenotípicas da negritude, não sem razão, a estética é utilizada como estratégia das nossas empreendedoras para autoafirmação da sua identidade.

Segundo Fernandes e Souza (2016, p. 109) os estereótipos criados pelo colonizador branco sobre o negro se perpetuaram e permanecem até os dias de hoje na sociedade brasileira. Assim, o corpo negro continua carregando a marca da marginalização e da inferioridade. O pensamento colonial sobre o negro ainda continua enraizado em nossa sociedade e o corpo negro continua a ser marcado pelos estigmas inventados.

Ao mesmo tempo, a ampliação da consciência racial demarca as escolhas por assumir uma estética negra, os cabelos naturais, fato que Munanga (2019) afirma ser condição para a própria aceitação. O acesso a conteúdo de raça e a própria inserção em espaços de cultura negra redefinem seus posicionamentos em relação a sua afirmação, mas principalmente ressignificam as suas escolhas futuras direcionando as suas preferências na vida, na atuação profissional e empreendedora.

Graças à busca de sua identidade, que funciona como uma terapia do grupo, o negro poderá despojar-se do seu complexo de inferioridade e colocar-se em pé de igualdade com os outros oprimidos, o que é uma condição preliminar para uma luta coletiva. A recuperação dessa identidade começa pela aceitação dos atributos físicos de sua

negritude antes de atingir os atributos culturais, mentais, intelectuais, morais e psicológicos, pois o corpo constitui a sede material de todos os aspectos da identidade. (MUNANGA, 2019, p. 24).

6.1.3 Relação com os estudos

A análise sobre as trajetórias estudantil dos nossos empreendedores nos aponta para um caminho de estudo das mulheres empreendedoras, que estudam mais, se especializam e depois utilizam esses conhecimentos para contribuir com a sua ação empreendedora. Elas utilizam os estudos como estratégia de ascensão, de superação das condições de desigualdades que viviam, da superação do racismo e da necessidade de alcançar um lugar profissional de destaque no mercado de trabalho.

Ao mesmo tempo a pressão na vida dos rapazes para trabalhar desde cedo, juntamente com a dificuldade de adaptação aos processos formais acadêmicos e às situações de racismo enfrentadas nas escolas foram fatores que contribuíram como barreira no seu processo de desenvolvimento acadêmico. Em contrapartida, a relação estabelecida com o movimento social trouxe novos sentidos e significados de aprendizagens para as suas vidas.

Queremos destacar nas trajetórias de vida das mulheres dessa pesquisa a relação das mesmas com os estudos, para tal apresentamos a tabela abaixo sintetizando a situação da escolaridade:

Quadro 6 - Escolaridade dos Empreendedores

Empreendedor	Sexo	Escolaridade	Curso Graduação/Pós-graduação
Akin	Masculino	Ensino Superior Incompleto	Design Gráfico
Aziza	Feminino	Pós-graduação	Marketing e Pós em Empresas de Impacto Social
Jafari	Masculino	Ensino Médio Completo	Não se Aplica
Bintu	Feminino	Pós-graduação	Graduação em Filosofia e Pós-graduação em Produção Audiovisual Mestrado em Filosofia Incompleto
Fayola	Feminino	Pós-graduação	Secretariado Executivo. Pós-graduação na área
Kalifa	Feminino	Pós-graduação	Assistência Social. Pós-graduação em Negócios de Impacto Social
Malaika	Feminino	Pós-graduação	Administração; Mestrado em Administração; Doutorado em Administração incompleto
Nala	Feminino	Superior Completo	Direito
Zuri	Feminino	Pós-graduação	Letras e Especialização em Educação e Gestão Ambiental

Fonte: Autoria Própria

Entrevistamos sete mulheres empreendedoras e todas elas contaram do seu lugar de estudosas, crianças e adolescentes que se destacaram em suas classes e escolas, fossem elas públicas ou privadas. Todas elas possuem ensino superior completo, duas delas possuem duas graduações, e a maioria com um ou mais cursos de pós-graduação, uma com mestrado completo e doutorado incompleto.

Elas trabalharam para estudar, como no caso das empreendedoras Aziza, Bintu, Fayola, Malaika e Nala, algumas pagaram seus próprios cursinhos pré-vestibulares, outras fizeram permutas na faculdade para conseguir bolsa de estudo, outras tentaram por diversas vezes até conseguir passar numa Universidade pública. Quando formadas pleitearam bolsas para realização de pós-graduações, fizeram pós-graduação internacional, três delas são bilíngues, enfim, uma série de narrativas que dão conta dos esforços das mulheres para conseguir entrar e permanecer no ensino superior e melhorar sua condição de estudo e de vida. Vejamos a trajetória de Bintu:

Entrei na faculdade com 16 anos e me formei com 21. Consegui formar que, assim, é outro dado. Naquela época já era difícil entrar na faculdade, imagine sair. E eu consegui mesmo sendo jovem, bem nova. Me formei, depois fiz uma segunda formatura, pós-graduação e tal, entrei no mestrado, não quis terminar, mas cheguei a entrar no mestrado... também passar em concursos públicos que a gente sabe que é outra coisa que não é fácil, são essas diversas vitórias. (Bintu).

Vamos observar o caso da empreendedora Kalifa cujo a formação e especialização, só foi possível por conta das inúmeras bolsas que conseguiu durante a sua trajetória:

Todo meu processo de estudo foi a partir de bolsa. Então eu ganhei bolsa de estudo para estudar inglês, então eu estudei inglês a minha vida inteira. Aí ganhei curso de computação gráfica, aí ganhei curso de auxiliar administrativo, de turismóloga, fiz curso de tudo que você imaginar também. E aí foi isso que fez com que eu conseguisse estudar. Eu saía de uma bolsa para outra assim. (Kalifa).

Dos nove empreendedores, sete estudaram em escolas particulares em algum momento da vida. Somente duas empreendedoras estudaram toda a vida em escola pública. Nala, por exemplo, começou a trabalhar aos 16 anos e bancou um curso técnico de informática que a possibilitou conseguir outras oportunidades de trabalho melhores. Num acordo de demissão com a empresa, utilizou todo recurso da rescisão para investir num curso pré-vestibular. Quando conseguiu uma bolsa de estudo integral pelo Prouni numa universidade privada, escolheu continuar estudando para passar na federal.

Escolheu o curso de direito e demorou a admitir isso, porque achava que o curso era muita coisa para ela. A empreendedora afirma que cursar direito na federal redefiniu o seu

futuro em termos das pessoas que conheceu, da valorização do seu lado profissional e inclusive foi na Universidade que conheceu o seu sócio e teve a possibilidade de empreender junto com ele num negócio inovador.

Demorei admitir para mim mesma que eu queria direito, porque achava muita coisa para mim. Eu ouvia meu pai falando com os clientes dele e tal e eu ficava assim “cara, nunca vou conseguir, não vou conseguir”. E sabia que ia ter prova da OAB e tal, aí aquilo dali me apavorava, né? Falava assim, [...], tive um ensino merda a vida toda, não vai dar certo. Mas eu sempre fui uma pessoa muito determinada pelo que eu quero. (Nala).

A empreendedora Bintu considera que o fato de ter tido acesso à educação de qualidade, desde pequena, possibilitou inclusive fazer escolhas por negócios que exige um maior nível de qualificação, como na área de serviços de capacitação e consultoria

Eu acho que o acesso ao conhecimento é o que faz um grande diferencial, não só no empreendedorismo, mas no desenvolvimento pessoal e profissional de qualquer pessoa, especialmente de pessoas negras, porque assim, historicamente, a gente tem maior dificuldade de acesso à educação, a conhecimento, seja ele formal ou informal. Temos menos acesso à leitura e no meu caso específico sempre foi um diferencial porque eu sempre tive acesso a isso [...] Eu cresci estudando nas melhores escolas dentro da possibilidade da minha família. (Bintu).

Na fala da empreendedora podemos perceber que o que fez toda a diferença na trajetória dessas mulheres foi justamente o incentivo da família para os estudos. Todas elas, sem exceção, citaram o apoio, as exigências ou cobranças dos pais para que as mesmas estudassem. As empreendedoras Bintu, Malaika, Nala e Zuri tinham pretensões de construir carreiras acadêmicas, adentrando no mestrado ou doutorado, mas as condições de falta estruturais e materiais da área as fizeram desistir dos sonhos, temporariamente. Bintu abandonou o mestrado porque precisou trabalhar, Malaika deixou o doutorado porque não conseguiu bolsa. Vejamos os desafios estruturais que elas enfrentam através da narrativa de uma delas:

Eu entrei na faculdade querendo ser acadêmica, mas em 2016, depois de uma greve da federal do Rio, o Estado do Rio de Janeiro teve uma crise financeira muito forte. E eu sou uma pessoa muito observadora. Então muitos funcionários públicos, aposentados, pensionistas do Estado do Rio de Janeiro ficaram mais de nove meses sem receber nada. Além do que isso afetou a universidade. A Universidade também ficou quase um ano sem ter aula. E aí eu vi aquela situação e pensei assim, vou entrar na faculdade, fazer mestrado, doutorado e vou ser acadêmica. E vendo aquela situação em 2016, eu falei assim “não existe estabilidade”. Eu já não tinha ajuda financeira da minha família, no caso. Não existe estabilidade financeira, eu estou aqui querendo fazer isso porque eu quero ou porque eu preciso da grana? Então essa vontade de vida acadêmica ela foi se afastando um pouco para mim. (Nala).

O empreendedor Akin construiu a sua trajetória profissional a partir da realização de cursos técnicos e profissionalizantes na cidade de Salvador. Antes de iniciar o curso de Design Gráfico numa universidade privada, ele realizou um curso técnico em ciência da computação e

um curso profissionalizante em gráfica. Mas a relação com os estudos foi mais complicada, com a cobrança da própria família para trabalhar, “*ocupando o tempo e a cabeça com o trabalho, em vez de ficar na rua*”, como nos sinalizou.

Percebemos na fala de Akin o quanto as formalizações e obrigações em relação aos processos educacionais na faculdade constituíram entraves para a finalização do seu curso superior:

Mas sempre fui um cara assim, eu gosto de aprender coisas novas, mas eu nunca fui de sentar. Muitas coisas formais, que você não entende nem para que serve. Tanto que eu desisti da faculdade também porque eu tinha que fazer o TCC, não vou mentir (Akin).

O empreendedor tem um perfil mais dinâmico e a obrigação formal da escola foi um impeditivo para o seu desenvolvimento estudantil. Jafari também relata que a sua relação com os estudos foi bastante conturbada e que perdeu de ano algumas vezes. Ele relata que o fato de não conseguir ter destaque nos estudos, o fez desenvolver um complexo que ele precisava se “*destacar em alguma coisa*”. Foi assim que o seu envolvimento com a política e com a liderança estudantil ascendeu nele a possibilidade de perceber um dom e um papel de destaque para além dos estudos formais. Nas palavras dele:

Perdi de ano, não era tido como inteligente, então eu tinha esse complexo de “eu tenho que me destacar em alguma coisa”. E depois eu fui identificando qual era os meus poderes. E eu acho que a participação política me deu esses poderes, de me entender com esses dons, que era da fala, que era da estratégia, das iniciativas que eu tomava, então eu fui avançando muito, de maneira muito forte no processo político. De chegar a ser direção do partido com fala muito cedo. (Jafari).

O empreendedor afirma que não foi na escola que ele adquiriu as suas principais habilidades, mas sim na vida diária com o movimento negro. Inclusive as memórias que o empreendedor guarda da época da escola não são das melhores, ele relata uma passagem promissora pelo esporte na escola que estudava, mas desistiu, principalmente por conta do racismo que enfrentou por parte do treinador. Foi também, através da sua atuação direta no movimento que ele conseguiu ampliar seus conhecimentos críticos a partir de leituras, escutas, seguindo recomendações de leituras a partir da orientação das principais lideranças do Movimento.

Então nunca fui focado nos estudos. Mas eu li o livro vermelho, eu li O Capital, eu li Foucault, [...] tudo por causa do processo da política. [...] mesmo não estando num curso de universidade [...] eu sei como se escreve um artigo, as leis da ABNT. Para escrever um artigo dentro do partido, eu li Frantz Fanon, "Pele negra, máscaras brancas", tudo para me gabaritar nas discussões que eu precisava fazer. Sentia dificuldade de falar sobre as questões raciais de maneira mais formal numa reunião do movimento negro, passava-se um ano, no outro já estava lá procurando os livros

todos que Vilma, que Luiza, que algumas pessoas falavam em algum lugar, eu ficava tentando procurar para ler depois que eu tivesse acesso. (Jafari).

Percebemos que o empreendedor extrapola a barreira da academia ao relatar a sua experiência de aprendizagem e desenvolvimento a partir da educação não formal, pautada nas experiências enquanto ator participante do Movimento Negro. Assim a educação informal, do engajamento e da luta, também educa. Gomes (2017) afirma que o Movimento Negro Brasileiro é um ator político e educador, que produz saberes emancipatórios. Gomes (2017) afirma que esse movimento é o grande condutor e organizador dos conhecimentos acerca da questão racial no Brasil. E é justamente o uso estratégico desses conhecimentos nas esferas das reivindicações políticas que geram transformações importantes e políticas de Estado no século XXI.

6.1.4 Influência e suporte dos Pais

O papel dos seus pais na história de transformação da própria família é um fator interessante nas trajetórias de vida dos nossos entrevistados. Além disso notamos o apoio dos mesmos na ação empreendedora, seja financeiro, administrativo ou moral, principalmente o apoio das mães. Notamos como as histórias de ascensão dos seus pais acompanharam a mudança para bairros melhores, a compra da casa própria, o financiamento dos estudos em escolas privadas, a entrada na Universidade e etc. Chamamos atenção aqui para o conceito de “classe média negra brasileira” empreendido pela autora Ângela Figueiredo (2004), ao descrever a geração dos primeiros empresários negros em Salvador:

[...] a classe média negra brasileira é composta majoritariamente por indivíduos da primeira geração de ascendentes, na maioria das vezes filhos de trabalhadores manuais que não herdaram bens imóveis, portanto, sobrevivem exclusivamente dos salários, e nem foram socializados num ambiente de classe média, o que poderíamos nos referir ao *habitus* de classe. Refiro-me, portanto, à classe média de um grupo Subalternizado, instável, incipiente e que encontra muitas dificuldades em manter-se na posição de classe. (FIGUEIREDO, 2004, p. 203).

Essa descrição da autora se encaixa perfeitamente à realidade familiar dos entrevistados. Percebemos que os nossos empreendedores são a segunda ou terceira geração de pessoas negras nas suas famílias que conseguiram mudar suas condições de vida, a partir dos estudos e do ato de empreender. Seus pais e avôs fizeram história ao construírem para as suas trajetórias possibilidades de vida diferentes daquelas dadas aos negros outrora. Vejamos o quadro abaixo com as informações da profissão da mãe e do pai dos nossos empreendedores:

Quadro 7 - Profissão dos Pais

Empreendedor	Profissão da Mãe	Profissão do Pai
Akin	Cozinheira Industrial. Nível Técnico	Técnico em eletromecânica na indústria. Empreendedor (dono de bar) Superior em Administração.
Aziza	Empregada Doméstica	Autônomo. Trabalha com buffet e eventos
Jafari	Funcionária Pública. Nível Superior Completo	Trabalhador Rural
Bintu	Professora; Empreendedora (cosméticos) Nível Superior	Contador. Nível Superior
Fayola	Dona de casa	Taxista
Kalifa	Funcionária Pública da área de saúde. Nível Técnico.	Motorista de ônibus de turismo e Empreendedor (dono de bar)
Malaika	Funcionária Pública	Funcionário Público
Nala	Dona de casa	Autônomo. Vendedor de Livros
Zuri	Dona de casa	Funcionário Público. Nível Superior

Fonte: Autoria Própria

Entre os pais temos três mães que são ou foram funcionárias públicas e dois pais na mesma condição. Para além dos concursados, entre as mães temos uma trabalhadora técnica na área industrial, uma professora e uma dona de casa e entre os pais temos um técnico industrial, dois autônomos, um trabalhador rural, um motorista e um contador. Observamos que somente dois dos pais exerciam trabalhos de autônomos, os quais podemos relacionar a atividades empreendedoras, ou ao “trabalho por conta própria”, sendo que um trabalha com eventos e outro vendendo livros. Os outros três que empreendem também exercem outras profissões.

Sobre os pais que conseguiram acesso ao nível superior e a concursos públicos e contribuíram para a ascensão das suas famílias a partir dessas estratégias, Figueiredo (2004) pontua que isso se deve, primeiro à expansão do Estado brasileiro no contexto moderno, e segundo, a uma relativa democratização do ensino. Em relação ao concurso público, os mecanismos de seleção e entrada, que não dependem unicamente da indicação de terceiros, ou seja, da articulação em redes de contatos, possibilitou que os negros adentrassem, considerando que não dependiam exclusivamente da boa vontade dos grupos dominantes já estabelecidos:

As estruturas de poder são significativamente modificadas no contexto moderno, tanto através do aparecimento das empresas de economia mista e da expansão do Estado nacional brasileiro, quanto da relativa democratização do ensino. Com esse movimento, sedimenta-se a admissão no serviço público por meio de concurso, processo este que vai ter um impacto decisivo na vida de estratos sociais que, até então, dificilmente teriam acesso ao ensino superior, e, por consequência, as possibilidades de transformar sua posição social, ocupando posições sociais distantes

das famílias. Os mecanismos mediante os quais se recruta os servidores públicos modificou-se completamente, e o critério de seleção por meio de concurso tem se constituído, efetivamente, como mais democrático, uma vez que reduz não só as prováveis ações discriminatórias que ocorrem em outros setores do mercado de trabalho, como ameniza a importância das redes e dos contatos sociais, as famosas “indicações” que favorecem o acesso ao trabalho. Entretanto, desconhecemos os critérios que operam na promoção no interior do serviço público. (FIGUEIREDO, 2004, p. 205-206).

Em relação à influência dos pais nas suas escolhas empreendedoras, a entrevistada Bintu afirma que sempre percebeu na sua mãe a inspiração para ser uma empreendedora de sucesso. Ela cresceu vendo a mãe empreender em diversas áreas e iniciativas, passando por alimentação, costura, cosméticos e a possibilidade de acompanhá-la durante toda essa trajetória deu a ela possibilidades de enxergar o empreendedorismo como natural: *“fez total diferença ver ela empreendendo e eu segui esse mesmo caminho de empreender, apesar de ter um trabalho formal, mas tá sempre empreendendo também.”* (Bintu).

Nala afirma que foi com o pai, e a sua autonomia em relação ao seu próprio tempo que ela percebeu que podia fazer esse tipo de escolha na vida. Não sem razão, perceberemos como nas trajetórias do mercado de trabalho, que uma das questões que mais a incomoda é o modelo tradicional de bater ponto e a com a obrigatoriedade dos horários.

Hoje eu entendo que eu tive uma influência do meu pai porque o meu pai tinha um horário muito flexível. Ele saía para trabalhar onze horas da manhã, voltava para casa cinco horas da tarde. Tipo assim isso zero de realidade do povo brasileiro. Quero isso para mim. (Nala).

Notamos entre os nove empreendedores que os filhos de pais com vidas profissionais estabilizadas demonstraram mais segurança no processo de empreender, se arriscaram mais, continuaram seus negócios, mesmo após casos sucessivos de insucessos de outras iniciativas, como no caso de Jafari que afirma que quebrou muitas vezes e ter o apoio da sua mãe foi fundamental: *“eu quebrei várias vezes e ter a minha mãe me ajudando fez a diferença [...] minha mãe já me ajudou muito financeiramente.”* (Jafari).

Para Bintu o apoio da sua mãe é fundamental enquanto rede de apoio, que a ajuda nos cuidados com o seu filho para que ela possa realizar as suas ações:

Sempre contei com minha família especialmente com minha mãe. Me apoia, fica com meu filho nos dias que eu tenho atividade. E, e também com a rede de amizades que eu fiz e que, que são outras pessoas empreendedoras, que entendem as dores no empreendedorismo, e aí é isso, te conectam a alguém, ajudam a divulgar seu produto, seu, seus serviços. Então tudo isso é bem importante. (Bintu).

A empreendedora Kalifa aborda sobre a importância dos cuidados maternos com a sua própria vida pessoal, até mesmo no suporte administrativo do seu negócio:

Minha mãe é meu tudo. Ela vai de minha secretária pessoal marcando coisas básicas como meus médicos, porque se deixar eu não como, não vou no médico, não faço nada, como também me ajuda nas coisas do meu negócio. Minha mãe é meu RH, ela me ajuda a contratar, minha mãe me dá conselho, tipo, minha mãe é acionista majoritária do negócio. (Kalifa).

Por fim é possível perceber que os pais não só influenciam no processo de escolha por empreender, como também apoiam, financiam e incentivam as iniciativas empreendedoras dos seus filhos.

6.1.5 Relação com o Mercado de Trabalho – Empreender enquanto fuga da exploração

Percebemos entre os nossos empreendedores que em muitos casos as pessoas pretas empreendem para escapar ou superar as experiências desiguais e estruturais vivenciadas no mercado de trabalho. Elas almejam ser donas do seu próprio negócio, porque querem sentir-se senhoras do seu próprio tempo, escapar dos mandos e desmandos do sistema racista, fugir dos estigmas e estereótipos a eles imputados, reassumindo a sua condição de autonomia e liberdade. Santos (2019, p. 53) afirma que,

Empreender não é só caminho de liberdade, mas alternativa para o negro que não quer mais ser rechaçado, impedido de trabalhar em ambientes hostis, preconceituosos, que exige “boa aparência”, experiência ou domínio de línguas estrangeiras, cartas de recomendações, ou quaisquer outros artifícios que serve à exclusão e rejeição dos negros em processos disfarçados de meritocracia. (SANTOS, 2019, p. 53).

A empreendedora Zuri associa o seu ato de empreender à liberdade. Ela afirma que a criação das mulheres negras é feita para subserviência e que ser dona do próprio negócio é a negação dessa condição. Para ela, sistematicamente, mesmo que o negro consiga estudar, ser celetista ou concursado, ele será sempre educado na perspectiva de servir alguém.

Nós não fomos educadas para sermos donas, nós não fomos educadas para sermos libertas. Fomos educadas para encontrar um espaço de servidão, servir a alguém. Sempre fomos orientadas para o conhecimento, estudar, mas não estudar a ponto de eu ser a dona, ser a empregadora, ser sempre a empregada. Para mim mesmo, até a própria família entender as possibilidades deste novo formato de sociedade foi complicado porque, eles não entendiam que eu podia fazer essas coisas também. Que eu podia ser celetista, que eu podia ser concursada, mas eu também podia ser gestora, que eu tinha condições técnicas, habilidades e competência para tanto, e o que eu não sabia, eu podia aprender, mas, não aprender para poder servir alguém, aprender para utilizar essas ferramentas para meu próprio negócio e não para o negócio de alguém. (Zuri).

Poder ser a gestora do próprio negócio, na percepção da empreendedora é a retomada das suas possibilidades de escolhas. Porque à sinalizaram todos os caminhos que ela precisava tomar para conseguir superar as condições de desigualdade (estudar, passar num concurso, conseguir um trabalho), menos a opção de empreender. A mesma empreendedora contou que

depois de anos trabalhando como professora concursada na sua cidade, a decisão de abrir mão de tudo para recomeçar em Salvador assustou o seu pai, que não queria que ela deixasse a sua condição estável para arrisca-se no desconhecido. Mas o cansaço da vida que levava e a necessidade de realizar o seu sonho fez ela começar tudo de novo:

Quando eu passei no concurso no município, eu passei para área de química, para vaga de química, aí eu lecionava química e física. Aí foi que no final de 2009 eu resolvi sair da área da educação e meu pai quase morreu do coração, porque ele não queria que eu saísse de uma de uma situação que era estável e tudo mais para poder fazer outra coisa. Mas eu estava cansada, queria ir atrás do meu sonho. Aí eu vim pra Salvador fazer Ciência e Tecnologia na UFBA. Tentei, tentei transferir minha vaga para cá pra Salvador, não consegui e abandonei e fui trabalhar com outra coisa, aí voltei a trabalhar com educação, mas já no regime privado. (Zuri).

Fica evidenciado que a conexão da empreendedora entre empreendedorismo e liberdade passou também por sua decisão arriscada de deixar uma carreira no serviço público e conseqüentemente, a sua estabilidade, para começar de novo, em uma área e uma cidade que ela não conhecia, mas só sonhava em morar. A possibilidade de ser livre do trabalho, da cidade e da família, que de certa forma, a aprisionavam, a liberou para viver tudo que ela sonhou na vida.

Ao contrário da empreendedora Zuri, Jafari saiu de uma situação de realização pessoal enquanto liderança no movimento de juventude para encarar o pesadelo de trabalhar em uma obra da construção civil. Essa decisão empurrada, principalmente pela família vem de duas questões, a primeira é que ele tinha chegado numa determinada idade da vida e ainda não tinha entrado para a universidade, estando longe do sistema formal de ensino, e uma segunda foi que a família nunca conseguiu perceber a sua atuação política como promissora:

Em 2008, eu fui pruma obra. Que pesadelo. Veio de diversas coisas pessoais, mas também assim daquela coisa de não ter um emprego, de estar ainda fora do sistema formal, dos estudos, e de não entrar na universidade. E aí minhas tias falou “Fulano nunca quis nada, bota ele mais uma vez em algum lugar que não seja política, ele tá muito na rua, bota ele na obra aí. (Jafari).

Ao mesmo tempo as experiências singulares de cada empreender nos apontam para uma série de vivências preconceituosas que eles enfrentaram no mercado de trabalho. Bintu, por exemplo, afirmou “*eu nunca passei numa entrevista de emprego*”. Ela relata que as suas experiências de trabalho foram ou através de indicação, ou através de concursos. E lembra de uma experiência traumática de seleção:

Eu nunca passei numa entrevista de emprego [...] quando eu saí da universidade eu fui indicada para trabalhar como professora, no governo do estado, depois eu passei num concurso do REDA, então eu sempre trabalhei ou por indicação ou por concurso. E aí depois, eu passei neste concurso de agora. Mas, assim, procurei diversas vezes, fui pra diversas entrevistas de trabalho. Tem uma mais marcante, que quando a

Saraiva (livraria) entrou em Salvador, eu fui fazer uma entrevista de emprego e, assim, eu sempre li muito, tinha muito conhecimento, assim, era uma vaga que eu tinha preparação, mas eu não passei. E é engraçado que, tipo, quando a gente passa a gente acha que essas histórias são individuais, né? A gente acha que é uma história nossa, um problema nosso e tal. E só quando a gente vai estudar ou vai conversar com outras pessoas a gente vê que isso é um problema do racismo no nosso país. (Bintu).

Fayola narra que, numa das suas primeiras experiências de trabalho, conseguiu um estágio numa empresa do “Sistema S” antes de se formar. Desta experiência os fatos que mais a marcaram estão diretamente relacionados a sua percepção enquanto mulher negra num espaço majoritariamente branco e machista. Ela nos relatou do apoio e orientação profissional que recebeu do primeiro chefe, o único homem negro em cargo de liderança naquele lugar, que ela presenciou nos muitos anos que trabalhou lá, e como aquela experiência foi importante para o seu fortalecimento profissional. Ela relatou também de uma experiência de racismo que passou durante uma seleção para o maior cargo da sua carreira naquela empresa, o de Secretária Geral afirmando que *“só que anos depois foi o que eu fui ver, porque na verdade eu não tinha que estar na Secretaria Geral porque eu era preta, cara, porque nunca teve ninguém preto”*. Ela conta também de um episódio que foi chamada de *“exótica”* por uma cliente rica por conta das suas traças afros.

Entrou uma socialite e queria ter uma reunião com meu chefe. Ela era presidente de uma associação das senhoras. Ela me olhou, eu usava trança, em Brasília chama rasta, mas era só trança é bem fininha. E aí ela me olhou e fez bem assim *“Nossa como a sua beleza é exótica”*. Deu para sentir a ironia. Aquilo naquele momento, mas foi tão, tipo assim, eu não gostei. Mas aí eu peguei no cabelo assim, aí fiz assim, [no que eu virei]. Eu enfiei o cabelo na cara dela. (Fayola).

Além disso, ela também conta que foi *“estigmatizada como a “o caso” do chefe mais velho, principalmente por ser uma mulher mais nova, negra e tido como mais alegre e “expansiva” pelos colegas de trabalho”*. Verificamos quantas experiências racistas e machistas a empreendedora viveu nesse posto de trabalho que deixaram marcas, quando ela diz que *“foi bom, mas não sei se teria estômago pra viver tudo aquilo de novo”*.

Malaika narra a sua saga pela busca de emprego no Rio de Janeiro, informando que na juventude, mesmo já com o ensino médio completo ela nunca recebia resposta positiva. Vejamos no relato a frustração dela ao afirmar que apesar da boa formação não conseguia perceber os resultados:

Então eu me lembro, eu e uma outra amiga preta, a gente com o currículo embaixo do braço distribuindo nos shoppings que eram próximos da nossa casa, em várias e várias lojas. E assim, a gente nunca recebeu uma ligação que fosse. E aí um belo dia eu fui num desses shoppings que era próximo a minha casa e eu vi uma vizinha, que era uma menina branca, ela não tinha concluído o ensino fundamental e ela estava trabalhando numa loja. Então eu achava assim, agora o que adiantou eu fiz um dos melhores colégios particulares. (Malaika).

A entrevistada Nala foi contratada num processo seletivo de diversidade e inclusão por um dos maiores escritórios de advocacia da América Latina na cidade do Rio de Janeiro. Mas, notando que na equipe, com mais de 30 funcionários brancos, somente os estagiários eram negros, ela percebeu que ali não teria oportunidade de ser contratada. Essa experiência foi decisiva para aceitar o convite para empreender do seu sócio:

Eu estava no último período da faculdade trabalhando em um dos grandes escritórios da América Latina, escritório de advocacia, muito conhecido e eu ficava muito preocupada se eu ia ser efetivada ou não. E tinha eu e mais outros amigos assim *brown skin* [se referindo a pessoas de pele negra]. Nós éramos uns dez estagiários mais ou menos. A equipe de advogados, trinta pessoas, todo mundo branco. Aí eu falei assim “mano, não vou ser efetivada, não vai rolar. A gente tinha reunião de equipe, sei lá, trinta, quarenta pessoas todo mundo branco. Eu percebia, eles fizeram um processo seletivo de diversidade de inclusão, mas eles não vão aproveitar a nossa mão de obra. Era só para constar. E aí quando o meu sócio atual falou comigo, eu vi uma oportunidade de ter uma coisa minha, tipo, no direito eu ia demorar dez anos para ser sócia, ali eu estava recebendo um convite, sei lá, terminando a faculdade. (Nala).

As experiências dos empreendedores no mercado de trabalho também abordam experiências de exploração – trabalhos informais e precarizados, como no caso do empreendedor Akin que relata diversos trabalhos informais que realizou, muitos através daquilo que ele chama de *“contrato de boca”*. A sua primeira experiência profissional formal foi um estágio numa casa de material de construção, onde ele relata que *“a função que estava no contrato era para ser de auxiliar de vendas, mas eu fazia de tudo, menos vender, diversas tarefas funcionando como um “serviços gerais” do empreendimento”*.

As empreendedoras Aziza e Malaika, por exemplo, passaram parte das suas juventudes trabalhando em empregos de telemarketing, e apesar de reconhecerem a importância dessas experiências para financiar seus estudos, e proporcionar maior flexibilidade de tempo para se manter trabalhando e estudando, elas avaliam as experiências como cansativas e *“roubadora de sonhos”*, como relatou Aziza. No caso de Malaika, apesar de tudo esse trabalho lhe proporcionou segurança por conta da carteira assinada e permanência na Universidade.

E aí eu passei no vestibular da Rural. E passei no vestibular de um curso diurno. E essa oportunidade de trabalhar com telemarketing na verdade foi até a salvação para mim porque eu estudava num curso diurno e na parte da tarde e noite eu trabalhava com telemarketing. Então assim era uma das raras oportunidades de emprego, onde eu conseguia conciliar com uma universidade pública. Tanto pela segurança da CLT, de um contrato de trabalho, quanto para poder conciliar o horário. (Malaika).

Rapaz, foi importante demais para mim, eu cheguei até a ser supervisora de telemarketing, mas era estressante demais, ter que está ali todos os dias, de domingo a domingo, horas sem poder levantar. Me deu muitas possibilidades financeiramente falando, mas deve ter me roubado uns sonhos, viu. (Aziza).

Jafari sempre questionou o modelo de trabalho, a forma como as relações se davam e desejava fugir do mercado tradicional. A possibilidade de ficar anos em um mesmo lugar, acostumando-se às “disputas raciais” longe do seu sonho de ter a sua própria marca o aterrorizava, como pode ser visto em suas palavras:

[...] eu entrei no almoxarifado de uma empresa [...] E muitos caras assim, que é por causa do racismo, disputavam pequenas coisas comigo, de me mandar voltar do meu setor “Volte! Aqui você não pode sentar não, esse computador não é seu”. Então tinham aquelas disputas raciais que me fizeram entender que “Pô, eu não quero ser igual a esses caras, que tem 50 anos e está nesse lugar, com cabelos brancos. Eu queria ter a minha empresa, a minha marca, para dialogar com o mundo a partir da minha visão. Já na obra, quando eu fui trabalhar na obra, acordava 4h30min, pegava o buzu 5h, chegava 6h, às sete já tinha batido o cartão, estava lá com os caras muito mais velhos que eu, com muito menos esperança, muito menos sonhos e eu sonhando em ter uma marca de roupa. (Jafari).

Da mesma forma a obrigatoriedade de acordar cedo, levar horas no trânsito até chegar ao trabalho, acumular quantidade de trabalhos absurdas, não ter a compreensão dos chefes diretos quando precisava e não ter o reconhecimento pelo esforço do trabalho foram situações que atravessaram a empreendedora Nala, a fazendo compreender que não era aquilo que queria para a vida:

Quando eu trabalhava no consulado, eu odiava. Eu acordava três e quarenta da manhã para estar no trabalho às seis, pra começar a trabalhar seis e meia. Se chegava seis e três da manhã os caras ficavam reclamando. Chegou uma época que a gente fazia dois mil atendimentos por dia. e aí você tinha que passar do horário algumas vezes. Eles pediam “Ah, você pode passar um pouquinho do horário hoje?” A vontade de falar “não, porque eu não podia chegar atrasada. Então assim isso tudo me dava um ódio. (Nala).

Ela relata que as questões que mais a afligiram durante o tempo que trabalhou de carteira assinada era como essas relações de trabalho retirava a sua autonomia, mas o mais significativo é que essa mesma experiência agora molda uma nova relação estabelecida com os seus subordinados: “Eu não fico ali em cima, porque não é a nossa cultura. A nossa cultura vem muito do que eu e meu sócio entendemos sobre o mercado de trabalho. E a gente não acredita nessa questão de comando e controle, mas sim em autonomia e liberdade.”. (Nala).

Já para as mulheres que se tornaram mães no processo de ascensão das suas carreiras existe a escolha de priorizar o tempo para a criação dos seus filhos, escolhendo o empreendedorismo muitas vezes porque o mesmo comporta essa nova situação nas suas vidas. Fayola, por exemplo, atuou por mais de dez anos na sua área de formação em Brasília e chegou ao topo da sua carreira ocupando a posição de Secretária da Superintendência. Mas então, quando demitida, resolveu voltar para tentar a vida no Rio de Janeiro.

Chegando no Rio conseguiu um emprego de Secretária em um dos maiores hospitais da cidade, trabalhando lá por 4 anos, até a gravidez do seu filho. E foi essa experiência da maternidade que a fez repensar a vida e a carreira, como pode ser observado no seu relato:

Foi quando o meu filho nasceu que eu resolvi não trabalhar mais, porque não tinha como eu manter a carreira que eu tanto gostei de viver, e ter um filho. Não se ganha pouco como secretária executiva, mesmo no Rio de Janeiro, dava para ganhar bem. Era um emprego estável. Eu ia ter que pagar uma babá e eu ia ver meu filho só depois que eu chegasse do *rush*, né? Sei lá que horas eu não ia acompanhar essa maravilhosidade toda que eu acompanho, as loucuras que ele faz e tudo. Eu acho que foi impagável. Tipo, eu abri mão, não foi uma dor assim de parar de trabalhar na coisa que eu gostei de me formar e que eu estava bem-sucedida, a dor era, eu acho que era pensar assim a estabilidade, foi a primeira coisa que me deixou preocupada. (Fayola).

Notamos que muitos empreendedores associam o mercado de trabalho ao “aprisionamento dos seus sonhos”, eles desejam fugir dessas estruturas mais formais, das obrigações de ter que bater ponto, acordar cedo, passar horas no transporte público, optando por uma vida mais leve, mais flexível, com menos controle, associando assim empreendedorismo à liberdade.

6.2 TRAJETÓRIAS EMPREENDEDORAS

Esta seção está dividida em histórico empreendedor e motivos para empreender.

6.2.1 Histórico Empreendedor

O histórico empreendedor de cada entrevistado nos dão pistas das trajetórias trilhadas anteriormente à abertura do negócio atual. É importante situar que a pergunta realizada acerca do histórico empreendedor de cada um foi colocada da seguinte forma: “você já tinha tido alguma experiência empreendedora anteriormente?”. Nota-se que, de maneira geral, daqueles que relataram ter tido experiências empreendedoras, nenhum chegou a possuir empresa formalizada, todas as experiências relatadas são de cunho informal, relacionadas a vendas, ligadas a atividades de cunho familiar, muitas datadas na infância e ou adolescência, e, as ligadas à juventude estão atreladas a financiar os próprios estudos em faculdades privadas ou universidades públicas. Eles afirmam, de maneira geral, que essas experiências iniciais foram fundamentais para forjar o seu lugar de empreendedor.

Essas ações foram estabelecidas mais para a auto sustentação do que necessariamente por oportunidades. Todos eles alegaram que nenhuma das iniciativas tiveram qualquer tipo de

financiamento externo. A maioria foram apoiadas por seus pais, parentes ou amigos, informações que reforçam o histórico de empreendimentos informais das populações negras.

O quadro abaixo nos apresenta a síntese dos seus históricos empreendedores.

Quadro 8 - Histórico Empreendedor

Empreendedor	Histórico Empreendedor
Akin	Administrou na adolescência um bar familiar; Trabalhou com produção e venda de licores; vendeu produtos masculinos para financiar os estudos; atualmente além do negócio principal está em processo de abertura de outros dois negócios.
Aziza	Vendeu bijuterias e pastel na adolescência para ajudar nos estudos.
Jafari	Vendeu louça por catálogo; trabalhou com produção de eventos culturais; vendeu feijão; usava rifas e bingos para arrecadar fundos para os projetos de jovens do terreiro.
Bintu	Vendeu produtos em catálogo; fundou uma fábrica de sandálias personalizadas
Fayola	Essa é a sua primeira experiência empreendedora, mas trabalhou a vida inteira com confecção de artesanatos, mas somente para o terreiro como forma de paramentar as entidades.
Kalifa	Essa é a sua primeira experiência empreendedora
Malaika	Essa é a sua primeira experiência empreendedora
Nala	Vendeu livros e atuou como maquiadora de casamentos para financiar a permanência na faculdade
Zuri	Essa é a sua primeira experiência empreendedora

Fonte: Autoria Própria

A primeira experiência de Akin foi aos 16 anos, administrando um bar e restaurante da família. Ele também teve uma iniciativa de confecção e comercialização de licores, venda de acessórios masculinos e chegou até a ter uma sociedade com uma marca própria de roupas e bonés masculinos. Jafari empreende há 12 anos. Ele iniciou aos 15 vendendo louças por assinatura, como representante de uma marca que vendia através de revistas. Depois iniciou um negócio de vendas de boné. Também vendeu feijão. Durante um tempo atuou na cidade como produtor cultural produzindo shows, principalmente de hip hop. O negócio atual, na área de moda iniciou através de um curso realizado no terreiro de candomblé da família.

Bintu vendeu revistas e catálogos, mas também roupas, lingerie e cosméticos. Além disso, ela teve uma fábrica de sandálias, que produzia, decorava e vendia em feiras, mas que por falta de tempo, devido a experiência da maternidade precisou parar.

Outras pistas que podemos perceber através dos históricos é uma tendência de iniciativas de venda empreendidas para custear os estudos ou outros projetos pessoais. Como no caso de Jafari que fazia bingo e vendia rifa para financiar as ações dos jovens dentro do terreiro, ou no caso de Aziza, que já vendeu bijuterias e pasteis para “*conseguir um dinheirinho*

para ajudar nos estudos” e Akin que vendia acessórios masculinos *“para ajudar na mensalidade e no transporte da faculdade”*. Nala vendeu livros do seu pai, no próprio trabalho para ficar com *“uma margezinha”* e custear o cursinho, além de ter atuado como maquiadora para financiar os estudos. Notamos que dos nove empreendedores, quatro mulheres estão diante das suas primeiras experiências empreendedoras, as entrevistadas Fayola, Kalifa, Malaika e Zuri

6.2.2 Motivos para Empreender: entre a subsistência e o propósito social

Podemos observar que as razões que levaram os entrevistados a empreenderem são diversas. Notamos tendências que nos levaram a interpretar que os motivos se subdividem em três blocos: Financeiros; Ligados à Causas Sociais ou Raciais e Pessoais. Isso não significa que eles estão isolados, porque o que percebemos na prática é que eles coexistem e atravessam um ao outro nas trajetórias de vida, por esta razão, apesar de classifica-los não podemos considerá-los separadamente, mas complementarmente.

Observamos que os motivos financeiros, estão atrelados às questões da superação do desemprego e à vontade de ganhar dinheiro, seja para o seu próprio auto sustento ou sustento da família, seja para a concretização de seus projetos pessoais e sociais.

Os motivos ligados às causas sociais e raciais, envolvem o desejo de contribuir para a mudança dos estigmas da própria comunidade periférica; a possibilidade de fazer parte de um projeto maior e bonito; o desejo de contribuir para a exaltação da população negra; o desejo de construir referências negras no mercado de atuação; a superação da condição de subserviência do povo preto e alcance da liberdade e mostrar que é capaz de ser dona do negócio enquanto mulher negra.

Os motivos relacionados às causas pessoais são: perfil criativo e empreendedor; a maternidade e o desejo de deixar um legado para os filhos; o desejo de ser dono do seu próprio negócio; superar e escapar das condições de desigualdade e exclusão do mercado de trabalho; ser líder, ser seu próprio chefe; adquirir novos aprendizados; obter diferencial competitivo profissional.

Todos os empreendedores apresentaram mais que um motivo para empreender. Alguns relacionaram os motivos às suas primeiras iniciativas empreendedoras, outros trouxeram os motivos vinculados aos seus negócios atuais. Os motivos dependem das suas próprias experiências e de como esses indivíduos reagem aos fatos ocorridos nas suas trajetórias.

O quadro abaixo nos possibilita verificar os motivos de cada empreendedor.

Quadro 9 - Motivos para Empreender

Empreendedor	Motivos para Empreender
Akin	Perfil criativo e empreendedor – sempre teve muitas ideias; Ganhar dinheiro para se manter na faculdade; Ganhar dinheiro para ajudar em casa; Ampliar o acesso da comunidade a produtos e serviços, contribuindo para a redução dos preconceitos e estigmas nas comunidades periféricas.
Aziza	A possibilidade de fazer parte de um projeto, que na percepção dela era bonito; Desenvolvimento profissional; Possibilidade de novos aprendizados.
Jafari	Ganhar dinheiro para ajudar em casa; Ganhar dinheiro para viabilizar seus projetos sociais; Superação do sentimento de exclusão em relação ao mercado de trabalho; O desejo de ser líder; ser seu próprio chefe; O desejo de contribuir para a “ <i>exaltação do negro</i> ”; Cumprir a missão espiritual de vencer;
Bintu	Construir referências negras dentro do empreendedorismo; Compartilhar seus conhecimentos em empreendedorismo com pessoas sem acesso; Desmitificar que empreendedorismo não é para os negros; Atuar para alterar a situação precarizada do empreendedor negro.
Fayola	Superar a condição de desemprego; Sustentabilidade financeira; A maternidade sem suporte e rede de apoio; A vontade de reafirmação da sua identidade negra; O desejo de passar um legado para o seu filho; Se reconectar e conectar as pessoas à ancestralidade e ao sagrado.
Kalifa	Superação da condição de desemprego; Sustentabilidade financeira; Vontade de ter o seu próprio negócio; Construir referências negras dentro do mercado de consultoria e empreendedorismo;
Malaika	Vontade de ter o seu próprio negócio; A experiência de ser mãe de um menino negro; Construir referência negra no mercado infantil para subsidiar a educação do seu filho e de outras crianças negras;
Nala	Escapar das situações de desigualdades do mercado de trabalho na área do direito; Vontade de ter o seu próprio negócio; Possibilidade de novos aprendizados; Diferencial competitivo profissional em relação ao mercado; Atração pela ideia inovadora do negócio; Contribuir para a democratização do acesso ao direito de pessoas de baixa renda.
Zuri	Subverter a ordem da servidão – ser livre; Vontade de ter seu próprio negócio; Mostrar que era capaz de ser uma mulher negra empreendedora; Contribuir para um mundo menos desigual e mais sustentável.

Fonte: Autoria Própria

Vamos apresentar aqui as causas de cada empreendedor. Akin atribui as suas motivações a empreender à sustentabilidade financeira, mas também às suas características empreendedoras. Ele relata que precisava de "dinheiro" para se manter na faculdade ou pagar o transporte e também contribuir em casa, ele afirma que sempre apresentou uma tendência a arriscar, “a perceber as necessidades da comunidade, observando o que as pessoas estavam dispostas a comprar” e ele “ia lá e vendia”.

Eu sou o cara das ideias. [...] todas as ideias que eu tinha eu colocava em prática, acabava gerando algum produto. Umas foram por oportunidade, mas boa parte foi por necessidade. Ter ideia de vender alguma coisa e fazer e vendia. Para conseguir, pelo menos, pagar o transporte da faculdade ou parte da mensalidade da faculdade, ou até para ajudar em casa mesmo. (Akin).

Vejamos o caso do empreendedor Jafari que apresenta diversos motivos para empreender: ganhar dinheiro para ajudar em casa e ajudar na viabilidade dos seus projetos sociais; superação do sentimento de exclusão em relação ao mercado de trabalho; o desejo de ser líder; ser seu próprio chefe, o desejo de contribuir para a “exaltação do negro” e por fim o cumprimento da missão espiritual de vencer. Num primeiro momento ele afirma que queria ser chefe, porque apesar de ter sido criado para ser liderança, ele, como homem negro não foi estimulado a empreender, “a ser o dono do próprio destino”. Ele associa empreender a liberdade:

Eu acho que a gente não foi estimulado a empreender, estimulado a ser dono do nosso próprio destino, né? [...] Mas eu posso afirmar que, pra comunidade negra é melhor empreender do que ser empregado de... estar envolvido independente de algumas estruturas. [...] o resultado do empreendedorismo lhe dá mais liberdade. (Jafari).

Num segundo momento ele fala da “*sivirança*” e da necessidade de recursos para apoiar as suas frentes no terreiro e no movimento de cultura. O ato de empreendeder neste aspecto era o garantidor dos projetos sociais.

Eu sempre tive muita curiosidade de participar de processos maiores, artísticos e movimentos, então, sempre no terreiro a gente fazia alguma atividade, fazia algo para ter grana, então ficava pensando como era que poderia ter grana com um bingo, com uma rifa para a atividade dos jovens lá. E era muito para poder suprir a necessidade, mas a partir de uma viagem assim “Eu preciso suprir essa lacuna aqui. Não porque estou precisando necessariamente. (Jafari).

Depois ele narra sobre o seu sonho de contar uma história própria de vitória, de impactar a sua geração e de contribuir para a população negra:

[...]a história que eu quero que seja contado da minha vida é que eu sou um cara de muitas iniciativas [...] Iniciativas que são importantes para minha geração [...] eu quero contar a minha história, que eu sou um cara que sonhou e fez as coisas que sonhou. E que pôde contribuir com a comunidade negra, com o Brasil, com a cidade, de maneira positiva. (Jafari).

Quando criou a sua marca, a intenção de Jafari era construir um negócio com maior nível de refinamento para a população negra, ele desejava fugir dos negócios que trabalhavam com produtos mais do dia a dia e queria a possibilidade de construir produtos de maior estilo, de refinamento estético. Ele deixa bem claro que o que ele queria era que o seu negócio e o produto traduzissem um discurso de exaltação da população negra.

Eu não queria mais aquele entendimento estético, a população negra já estava em 2012 num processo de evolução e eu não estava gostando do discurso que a marca estava fazendo (se referindo a sua antiga empresa, que ofertava produtos mais simples). Então queria um discurso de exaltação". (Jafari).

Bintu relata que quando passou a trabalhar numa instituição que tratava sobre empreendedorismo, ela conseguiu ampliar seu repertório e conhecimento sobre as temáticas, possibilitando fazer cursos e oficinas. Mas a incomodava o fato de, apesar de estar vivendo numa cidade cujo maioria era negra, a participação de negros nos eventos, palestras e consultorias não chegava nem a dez por cento.

E a partir daí eu comecei a observar que as pessoas negras não participavam desses eventos de empreendedorismo. Eu achei que tinham algo de errado. Porque assim, pô, a gente está numa cidade que é a maioria negra, fora da África, e mais de 80% da população. E por que que as pessoas não estavam nesse espaço de empreendedorismo?" (Bintu).

Desta forma, resolveu agir em cima dessa problemática e começou, num primeiro momento, divulgando conteúdos sobre empreendedorismo para pessoas negras, falando sobre vendas, desenvolvimento pessoal e profissional e exaltando as histórias e habilidades dos poucos empreendedores negros de sucesso que existiam no país.

A gente quase não tinha referência nessa época de empreendedores negros que se destacaram, que conseguiram construir um negócio consolidado, sustentável e tal. Então também comecei a compartilhar essas histórias no blog. E a partir disso eu fui começando, comecei a ser convidada para fazer palestras e oficinas. E foi aí que surgiu mesmo a empresa [...], que eu decidi criar meus próprios cursos, minhas próprias oficinas. (Bintu).

Percebe-se como a falta de referência no mercado é uma condição importante no processo de criação dos negócios negros, como pode ser percebido nas falas dos empreendedores.

Fayola afirma que os motivos para a abertura da sua empresa são atravessados por uma série de questões que perpassam a sua vida e a sua identidade enquanto mulher negra. Ela aborda a necessidade financeira, a maternidade e os desafios no período do puerpério⁹, sem ter uma rede de apoio. Ela cita o desejo de passar um legado identitário sobre a África para o seu filho. A questão da sua vontade de reafirmação da sua identidade. A relação com o Sagrado e as suas escolhas espirituais. Mas ela também aponta a importância de uma amiga-irmã que foi a primeira a acreditar que a sua arte poderia estar exposta numa feira:

Eu gosto de dizer que a (empresa) surgiu por necessidade, né, necessidade financeira, mas no cunho mesmo do frigar dos ovos ali, da vida toda como mulher preta, mãe, no

⁹ Puerpério, também chamado resguardo ou quarentena, é a fase pós-parto em que a mulher experimenta modificações físicas e psíquicas.

puerpério, com falta de dinheiro também, mas querendo mostrar minha identidade e reafirmar para o meu filho, que veio com o nome africano.

Surgiu isso assim, após um convite de uma irmã, que veio na minha casa viu as artes na parede e falou “acho que você podia mercar no encontro preto, que não tem ninguém que fala de decoração”.

No começo era por necessidade financeira, mas eu não fazia como eu faço hoje em dia, que eu vivo exclusivamente da empresa. Antes não, eu trabalhava uma vez por mês, fazia umas peças e fazia uma feira uma vez por mês. Isso não me gerava renda nenhuma, eu não vendia. Era muito um hobby, então tinha muito essa coisa do querer empretecer os lares, realmente era essa questão utópica assim, até meio sonhadora, como tem até hoje que me mantém, deixar esse legado para o meu filho, do meu filho ter orgulho, de falar “Minha mãe tem uma empresa que só fala de coisas pretas, traz muito África no conceito” (Fayola).

Enfim, nota-se que para esta empreendedora o ato de empreender e as suas razões ocorrem de forma dinâmica e sem marcos que consigam sinalizar uma única razão, todos atravessados por seu lugar de mulher negra no mundo.

Kalifa tinha o desejo de superar a sua condição de desemprego, mas também um grande desejo de ter um negócio. Ela também queria construir referências negras dentro do mercado de consultoria.

Então, quando eu comecei a empreender eu tinha ficado desempregada, e nesse processo começaram a surgir alguns convites para eu fazer consultoria pontual, dar aula pontualmente numa ONG aqui de Salvador. E aí eu comecei a fazer essas consultorias e conversar bastante com empreendedores negros. E eu ouvia muitas reclamações deles, assim, dizendo que não se sentiam representados por consultores não negros. Tinha muita questão de dizer que a pessoa não entendia o negócio, que a pessoa falava de uma forma com que as pessoas não se sentissem incluídas. E aí eu já tinha vontade de criar meu próprio negócio há muito tempo, e aí eu vi uma oportunidade e pensei “vamos tentar”. E foi basicamente isso, assim, não teve uma super história por trás, queria que tivesse. Mas eu já estava esperando a oportunidade de criar o meu negócio. (Kalifa).

Para muitos o negócio é a retomada da esperança, é a reconciliação com a sua própria auto estima, é a reconexão com o Sagrado é descoberta da própria capacidade, como poderemos ver na narrativa da empreendedora Zuri que tece as linhas daquilo que seria o seu encontro com o empreendedorismo a partir de uma perspectiva heroica, de retomada do seu valor, de autonomia pelas suas escolhas de vida:

Eu sou uma filha amorosa, cuidadosa e tudo mais. Por respeitar muito a opinião dos meus pais, deixei de fazer muitas coisas que eu tinha vontade de fazer. Sou corajosa, determinada, proativa, mas às vezes assim eu passei por situações que eu sou muito melindrosa. Que eu poderia ter feito outras coisas, não fiz, chorei demais, procrastinei demais, até o momento que eu amadureci e percebi que a mulher que estava aqui, podia fazer outras coisas e podia ser quem ela quiseser ser. Podia ocupar o espaço que ela quisesse ocupar e podia ter o discurso que ela quisesse defender, as bandeiras que ela quisesse. Eu precisava desse fortalecimento porque as adversidades elas surgem em ambientes diversos. Até de a gente ficar se questionando de quem a gente é mesmo. E ficar aquela síndrome da impostora, como se eu não pudesse estar naquele

momento ali, que aquele momento não fosse meu, até eu entender que aquele momento era meu mesmo, não era de ninguém. (Zuri).

Kalifa, neste mesmo sentido afirma que a empresa dela é a maior vitória de sua vida, porque foi através da concretização desse negócio que ela venceu todos os seus medos e superou muitos desafios na vida. Ela chega a brincar que a empresa é a possibilidade de construir a herança do seu filho, coisa que os negros não tiveram oportunidade de vivenciar outrora:

Ah, não tem como eu ter dúvida de que a (Empresas) é uma grande vitória. Não é nem por conta de dinheiro. Dinheiro seria a segunda coisa. A minha empresa é a representação de que eu venci boa parte dos meus medos. Medo de falar em público, medo de me expor, medo de liderar, de estar à frente de alguma coisa, medo de não ser reconhecida pelo meu trabalho. Então a minha empresa está no lugar que é hoje a representação que eu venci meus medos. Então para mim, é meu maior exemplo, meu maior orgulho, é o meu negócio. Meu legado, é, minha filha. Eu vou bem bonita ter um filho, botar na minha empresa e dizer “tá vendo? Até aí eu posso fazer nepotismo (risos). (Kalifa).

Destacamos aqui as motivações de dois empresários em específicos, que são candomblecistas, ambos iniciados¹⁰ desde a infância. É significativo perceber como essa experiência de ser um empreendedor oriundo de uma comunidade tradicional de terreiro influencia as suas trajetórias de vida e a percepção das suas próprias habilidades. Jafari, por exemplo, relata que a sua característica empreendedora de maior destaque é a liderança e que foi *“treinado para ser liderança dentro do terreiro”*, considerando que *“foi iniciado desde novo”* e precisava assumir o seu cargo com muita responsabilidade.

A liderança que Jafari atribuiu à sua relação com o terreiro, foi a mesma que, na percepção dele, deu a ele a possibilidade de assumir lugares de destaque nos espaços que participou desde a adolescência, como na época que foi líder do grêmio juvenil da sua escola e participou do movimento da “Revolta do Buzu”¹¹ em Salvador. O empreendedor trata desta ação como a sua primeira experiência política que redefiniu os rumos da sua trajetória de vida:

Eu acho que eu me entendi como pessoa e entendi minhas potências foi quando eu arrastei um banco, em 2003, subi no banco do pátio da escola e falei para a escola toda, aí a gente saiu em mobilização para a Revolta do Buzu [...] Dali eu acho que eu vivi, eu comecei a viver quem eu queria viver, quem eu queria ser.” (Jafari).

¹⁰ Ritual que fortalece o vínculo dos participantes do culto às entidades, chamado de “feitura do santo”, correspondente à “feitura da cabeça”, de constituição de uma nova pessoa. (GOLDMAN, 1985); Já Rabelo (2014) afirma que é uma preparação para “assentar o orixá no ori (cabeça) da pessoa iniciada”.

¹¹ A Revolta do Buzu ocorreu entre agosto e setembro de 2003 em Salvador, capital do estado brasileiro da Bahia. Protagonizada por estudantes, a revolta popular promoveu bloqueio de avenidas da cidade por três semanas em protesto contra o aumento da tarifa do transporte urbano por ônibus. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Revolta_do_Buzu. Acesso em: 24 jul. 2022.

6.3 SOBRE OS NEGÓCIOS DOS EMPREENDEDORES

Esta seção é formada pelos itens: análise dos perfis e realidades dos negócios, sustentabilidade dos negócios e dos seus empreendedores, negócios de propósitos e negócios de mulheres pretas. Como principais questões encontradas nesta parte do trabalho, percebe-se como os empreendedores da pesquisa, além de possuírem perfil muito próxima da Pesquisa do Sebrae Empreendedorismo por raça-cor/gênero no Brasil (2021), apresentada no segundo capítulo desta tese, ao tratar do contexto dos empreendedores negros no Brasil. A pesquisa fez uma comparação ente a realidade dos empreendedores negros e brancos no Brasil, demonstrando diferenças significativas. A síntese dos resultados da pesquisa aponta que os empreendedores negros em relação aos empreendedores brancos:

Foram os mais prejudicados/afastados de sua atividade, com a crise da pandemia da Covid-19; Foram os que tiveram recuperação mais modesta, após a crise da Covid-19; São os que (estruturalmente): Possuem menor nível de escolaridade; Possuem menor nível de rendimento mensal; Possuem a maior proporção de conta própria (e menor de empregadores); Entre os empregadores, possuem menos empregados (negócios menores); São os que estão há menos tempo na atividade; São os que estão menos formalizados; São os que menos contribuem à previdência; São os mais jovens; São os que têm maior dificuldade de acessar o crédito. (SEBRAE, 2021, p. 1).

Outros resultados discutidos nessa seção apontam que as empresas dos empreendedores negros são negócios de propósito que nascem para possibilitar maior representação da população negra; criação de mecanismos para ampliação de direitos e mais acesso para as comunidades periféricas e de baixa renda – definidos na própria declaração dos negócios. Mas são justamente os seus propósitos que levam os mesmos a serem interpretados como de “interesse social”, sem finalidade econômico-financeira, o que acaba dificultando o seu acesso a investimentos ou benefícios que negócios tradicionais, normalmente de pessoas não negras, acessam com mais facilidade.

Em especial os negócios das mulheres enfrentam muitos outros desafios, como aqueles relacionados a própria maternidade e as “obrigações” domésticas, levando as mesmas a exaustão, à medida que precisam se dedicar a filhos, tarefas domésticas, gestão dos negócios e etc. A própria maternidade, na trajetória de vida das empreendedoras mães, foram combustíveis para a consolidação dos seus negócios. O desejo de ampliação da representatividade negra no processo educacional dos seus filhos aparece como motivo para a abertura dos seus negócios. Além disso, um estilo de vida mais flexível que permite cuidar da sua criança, leva-la aos espaços de trabalho, feiras, estar mais próxima no processo de crescimento e desenvolvimento dos filhos são ações relacionadas ao motivo de empreender das mulheres mães. Mas, a falta de

rede de apoio nos cuidados com a criança e com a casa são demarcatórios da falta de tempo para uma maior dedicação ao negócio e consequentemente precarização dos seus níveis de sustentabilidade financeira.

6.3.1 Análise dos perfis e da realidade dos negócios

O quadro abaixo nos fornece uma breve descrição de cada negócio, seu setor, o ano de formalização e o estado onde estão localizados:

Quadro 10 - Breve Descrição dos negócios

Empreendedor	Breve descrição do Negócio	Setor	Formalização	UF do Negócio
Akin	<i>Startup</i> de entrega de produtos (<i>delivery</i>). Intermediação comerciante e consumidor final.	Serviços de <i>delivery</i>	2019	BA
Aziza				
Jafari	A empresa confecciona e comercializa produtos ligados ao vestuário masculino: camisas, calças, bermudas, carteiras e etc.	Confecção e comércio varejista de roupa	2015	BA
Bintu	A empresa oferta cursos, treinamento e consultoria na área de empreendedorismo e gestão.	Serviços de Consultoria e treinamento	2021	BA
Fayola	Confecção de artesanatos e peças decorativas afro referenciada: adornos de parede, quadros, pintura, obras de arte	Fabricação artesanal e comércio de Artesanato	2017	RJ
Kalifa	A empresa oferta cursos, treinamento e consultoria na área de empreendedorismo e gestão, além de consultoria em diversidade e inclusão para empresas.	Serviços de Consultoria e treinamento	2019	BA
Malaika	<i>Startup</i> caracterizada como um clube de assinaturas que realiza curadoria afro centrada com foco em crianças, produtos disponibilizados: livros infantis, brinquedos, roupas, acessórios entre outros.	Serviços de Consultoria e Treinamento e Comércio Varejista de livros, produtos e acessórios.	2021	RJ
Nala	<i>Startup fintech</i> , que analisa os problemas relacionados às contas de casa, como telefonia, TV a cabo, Internet banda larga, luz, água e CPF negativado indevidamente. A mesma adquire e antecipa o futuro ativo judicial, transferindo para o cliente um determinado valor pelo caso, chamado de compensação financeira.	Serviços Jurídico, tecnológico e financeiro	2020	RJ
Zuri	Empresa de cosmético natural e artesanal. Confecciona e comercializa produtos de um catálogo com 35 itens de perfumaria higiene entre outros.	Fabricação artesanal e comércio de cosméticos e perfumaria	2019	BA

Fonte: Autorial Própria

Dos oito negócios pesquisados, três são definidas como *Startups*. A Associação Brasileira de Startups (Abstartups) define este tipo de negócio como,

Uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema real, do mundo real, oferecendo uma solução escalável para o mercado, e, para isso, usa a tecnologia como ferramenta central”. Justamente por nascer em um ambiente de incerteza e de validação, a startup precisa de uma série de recursos para se desenvolver. Pois é aí, que entra o papel das comunidades de startups. (SITE ABSTARTUPS, 2022).

O Sebrae (2017) define *Startup* como uma empresa que tem o modelo de negócio repetível e escalável, com alto poder de crescimento. O negócio da nossa empresária Nala é caracterizado como uma *startup fintech*, que, segundo o Glossário da Distrito.ME (2021), o termo é uma palavra guarda-chuva e engloba diversos tipos de empresas que usam inovação tecnológica para oferecer algum tipo de serviço financeiro. Seus custos operacionais são bem mais em conta do que as empresas e instituições financeiras tradicionais, por esta razão conseguem oferecer aos clientes serviços alternativos, atendendo demandas que os bancos não conseguem devido às suas grandes estruturas operacionais. Tem um modelo de negócio enxuto e diferenciado.

A abertura cada vez mais desse tipo de negócio é uma tendência nos últimos anos no mundo. No Brasil, segundo Abstartups (2021) foram mais de 1.365 novas *startups* abertas no período da pandemia da Covid-19, um registro de crescimento considerando que muitas empresas tradicionais fecharam devido à crise sanitária. Entre os anos de 2015 a 2019 o crescimento foi de mais de 207%, passando respectivamente de 4.100 empresas para 12.700 em quatro anos. A base tecnológica dos negócios, a facilidade no processo de abertura, a redução dos custos operacionais e a facilidade de alcance nacional e até mesmo internacional são receitas que fazem desse mercado extremamente atraentes, principalmente para jovens de 20 a 35 anos.

Considerando a realidade do mercado das *startups* podemos perceber o quanto esse ecossistema é racista e machista. Uma pesquisa realizada pela própria Abstartups em 2021, denominada “Mapeamento do Ecossistema das Startups no Brasil”, concluiu que dos fundadores desses tipos de negócios, 73,8% são homens e apenas 16,9% são mulheres, e desses, 69% autodenominam-se brancos enquanto 25% são negros, sendo 17,8% pardos e 7,2% pretos e 6% são outros, entre amarelos, indígenas e que não autodeclararam a cor. É neste universo

que os nossos empreendedores negros estão inseridos vivenciando uma série de questões relacionadas a preconceitos de raça e gênero.

O quadro de descrição dos negócios informa, quanto aos setores: são quatro empresas do ramo de serviços, uma mista do ramo de serviços e comércio de produtos, uma do ramo de confecções e comércio de roupa e duas do ramo de artesanato. Destacamos os negócios de serviços especializados em educação das mulheres negras, considerando que, segundo o Sebrae esse é um dos setores que mais crescem entre os negócios de mulheres. A Pesquisa Empreendedorismo Feminino no Brasil (2021), apontou que em 2015, 14% dos negócios em educação eram de mulheres, contra 22% em 2021.

Sobre o tempo de formalização dos negócios podemos observar que as empresas têm uma média de 3,2 anos de existência. Das oito empresas temos: uma com sete anos de formalizada; uma com cinco anos; três empresas com três anos de formalização; uma com dois anos e duas com um ano. Podemos notar que algumas dessas empresas foram constituídas no período da Covid-19 em pleno período de intenso isolamento social, num cenário em que muitas empresas fechavam as suas portas.

Segundo dados da Pesquisa Sobrevivência de Empresas (2021) realizada pelo Sebrae, no Brasil a taxa de mortalidade das empresas com até cinco anos de existência é de 29%. Na Bahia esse número é de 26% e no Rio de Janeiro de 23%. A pesquisa atribui a mortalidade ao pouco preparo por parte dos donos, a falta de planejamento, a gestão deficiente e problemas ambientais como a pandemia e a recessão. Com isso observamos que a maioria dos negócios que entrevistamos estão enfrentando um período crítico no seu ciclo de sobrevivência e os próximos anos serão decisivos para a sua permanência ou fechamento.

O quadro abaixo nos apresenta informações sobre a forma de funcionamento de cada negócio:

Quadro 11 - Formas de Funcionamento

Empreendedor	Forma de Funcionamento
Akin	Estabelecida em um <i>coworking</i> . Os sócios e funcionários trabalham <i>home office</i> . Estão em etapa de desenvolvimento do aplicativo de entrega e por enquanto a intermediação entre os comerciantes e consumidores finais é feito de forma manual, através da equipe operacional. A principal forma de divulgação é de boca em boca nos bairros onde a empresa trabalha e através das redes sociais do negócio.
Aziza	
Jafari	O empreendedor tem um atelier na sua residência. Atualmente, a marca opera principalmente através de plataforma de E-commerce e por meio das Redes Sociais, além da comercialização porta a porta, participação em feiras e multimarcas colaborativas.

Bintu	A empresa tem como endereço fiscal a residência da sua fundadora. E funciona de forma remota. Mas a maioria dos eventos ocorrem de forma presencial nos espaços de empresas/organizações parceiras.
Fayola	A empreendedora tem um atelier em sua residência. A comercialização é feita através das redes sociais. A entrega é realizada em todo o Brasil, através de empresas de logísticas especializadas. A empreendedora também participa de feiras, de <i>stands</i> de divulgação e de eventos diversos.
Kalifa	A empresa tem como endereço fiscal a residência da sua fundadora. E funciona de forma remota. A maioria das atividades ofertadas são online. As atividades presenciais são realizadas ou em espaços de empresas/organizações parceiras ou em espaços contratados.
Malaika	A empreendedora e os funcionários da empresa trabalham <i>home office</i> . Utiliza-se de um <i>coworking</i> para reuniões ou trabalhos presenciais. A comercialização dos produtos é realizada através das redes sociais. A entrega é realizada em todo o Brasil, através de empresas de logísticas especializadas. A empreendedora também participa de feiras, de <i>stands</i> de divulgação e de eventos diversos.
Nala	Empresa atua em um <i>coworking</i> no Centro do Rio. Mas os funcionários trabalham de forma híbrida, dividindo o tempo entre o escritório e o <i>home office</i> .
Zuri	A produção é realizada na própria residência da empreendedora. A comercialização é feita através das redes sociais. E a entrega é realizada através de motoboys parceiros. A empreendedora também participa de feiras, de <i>stands</i> de divulgação e de eventos diversos.

Fonte: Autoria Própria

Sobre o local de funcionamento percebemos que nenhum empreendimento tem sede própria, ou eles estão estabelecidos nas residências dos seus donos, ou estão sediados em *coworkings*, que são locais de compartilhamento dos espaços. Eles preferem usar modelos híbridos de trabalho entre as idas esporádicas aos *coworkings*, para aqueles que tem sedes nesses lugares, e as atividades em *home office*.

Os *coworkings* são espaços de tendência em empresas de base tecnológica, ou de operações que não demandam grande complexidade operacional. É um modelo que marca a mudança de cultura de uma geração que tem na economia do compartilhamento¹² as novas bases de construção dos seus espaços de trabalho. Considerando os menores custos fixos e a flexibilidade de não precisar ir todo dia trabalhar, esse modelo é muito utilizado por profissionais que não querem se preocupar com a gestão local e desejam reduzir seus aportes mensais com aluguel de locais exclusivos.

¹² Por não haver qualquer consenso sobre o que define uma prática econômica como de compartilhamento, o entendimento do fenômeno pela literatura tem se dado principalmente pela apresentação de protótipos empíricos. Desse modo, ao tratar do tema, os autores geralmente apresentam exemplos de plataformas que se auto-intitulam como representantes da economia do compartilhamento. Na maioria dos casos, são utilizados exemplos como Uber, Netflix, Airbnb, Zipcar e até mesmo sites de venda de produtos usados para representá-la. (GERHARD; JUNIOR; CAMARA, 2019).

Os empreendedores que confeccionam produtos possuem ateliês montados em suas próprias residências. As redes sociais ou plataformas multimarcas e *marketplaces*¹³ são as principais formas de divulgação, exposição e vendas dos seus produtos. Eles também participam de feiras, montam *stands* em eventos e alguns fazem parte de lojas colaborativas. Eles sinalizaram que, o boca a boca, a indicação, a divulgação nas suas próprias redes e o compartilhamento nas redes de amigos, parceiros e outras vitrines digitais são a principal estratégia de marketing. O relacionamento com os clientes também é realizado via redes sociais, principalmente pelo WhatsApp. Para aqueles que trabalham com produtos, os serviços de entrega são realizados a partir de parcerias com empresas de entregas a nível local, e quando a nível nacional, a partir de contratos com empresas de logística.

As empreendedoras que realizam cursos, workshops e eventos, a maioria das ações são feitas de forma remota, a partir de plataformas de conferências online. Atividades presenciais, em sua maioria, são feitas em espaços de organizações parceiras, além de aluguel de espaços *coworkings*. O quadro abaixo nos mostra informações sobre o enquadramento jurídico dos negócios e o número de sócios:

Quadro 12 - Enquadramento Jurídico e Número de Sócios

Empreendedor	Enquadramento Jurídico	Nº de Sócios
Akin	ME	2
Aziza		
Jafari	MEI	0
Bintu	MEI	0
Fayola	MEI	0
Kalifa	MEI	0
Malaika	MEI	0
Nala	EPP	2
Zuri	MEI	0

Fonte: Autoria Própria

Dos oitos empreendimentos, um é EPP (Empresa de Pequeno Porte), uma é ME (Microempresa) e seis são MEIs (Microempreendedores Individuais). Reforçando as

¹³ Plataformas digitais que servem como vitrines para a venda dos produtos. Podem ser plataformas de terceiros, de grandes grupos corporativos da área ou plataformas próprias.

informações trabalhadas no primeiro capítulo da tese, a diferença entre esses tipos de negócios é estabelecida a partir do faturamento anual, ou seja, da receita-bruta. Como MEI, o empreendimento deve possuir faturamento anual máximo de R\$ 81.000,00 reais, uma média de R\$ 6.700,00 mensais – se não considerarmos os períodos sazonais. Uma microempresa (ME) faturamento anual de até R\$360 mil reais. Uma empresa de pequeno porte (EPP) pode faturar entre R\$ 360 mil reais e R\$ 4,8 milhões de reais. (SEBRAE, 2017, p.2)

A maioria dos empreendedores entrevistados são MEIs. Isso basicamente significa que os CNPJs são na realidade “CPFs”, que tem uma margem muito pequena de reinvestimento das suas ações, e, basicamente ainda trabalham para sobreviver. Esse fato circunscreve uma tensão para o dono do negócio, que na dúvida entre auto remunerar-se ou reinvestir no desenvolvimento da sua empresa, acaba colocando a sustentabilidade de ambos em risco. Se por um lado, os nossos empreendedores demonstraram compreender os benefícios em estarem formalizados como MEIs, sinalizando as vantagens da possibilidade de emissão de nota fiscal, acesso a direitos básicos trabalhistas, tributação simplificada, linhas de créditos e juros reduzidos, como uma segurança para a sua própria prática.

Por outro lado, os negócios mais estruturados que desejam crescer a sua fatia de mercado, aumentar a sua produção, o seu faturamento, entende que a formalização enquanto MEI é um limitador dos seus planos, considerando a limitação do faturamento anual, a limitação de contratações. Os empreendedores citaram também os desafios em não poder ser donos ou sócios de outras empresas, enquanto MEI. Os empreendedores que atuam em outras iniciativas o fazem de maneira informal, como é o caso de dois empreendedores entrevistados, que apesar de possuírem outras iniciativas não as podem formalizar, sendo assim, muitas vezes eles utilizam até mesmo o CNPJ das empresas para a emissão de notas fiscais para outros serviços.

De forma geral, os empreendedores entrevistados demonstraram já compreender a importância da formalização, se preocupam em manter em dia o pagamento da taxa mensal de funcionamento e realizam as entregas das declarações anuais obrigatórias. Dos seis empreendimentos que são MEIs, uma está na etapa de transição para ME, principalmente porque entende que está num patamar de crescimento e logo precisará contratar pessoas para conseguir dar conta das demandas. Dois dos empreendedores também planejam a realização da mudança para ME nos próximos anos afirmando que o crescimento dos seus negócios depende disso. Duas empreendedoras afirmaram estar satisfeitas em estarem enquadradas nesta categoria e uma ainda não tem posição sobre essa questão.

O quadro abaixo nos mostra informações sobre o número de sócios e de funcionários e outros modelos de contratação:

Quadro 13 - Número de Funcionários e Modelos de Contratação

Empreendedor	Nº Funcionários	Outros modelos de contratação
Akin	1 celetista; 1 estagiário	Prestação de serviços de assessoria jurídica, contábil e de comunicação
Aziza		
Jafari	0	Contrata costureiras e pintor informalmente. O pagamento é efetuado por peças entregues.
Bintu	0	Contratos de prestação de serviços com professores e palestrantes convidados
Fayola	0	Contrata costureiras e pintor informalmente. O pagamento é efetuado por peças entregues.
Kalifa	0	A empresa conta com 4 pessoas que prestam serviços, através de MEIs, nas funções de assistente administrativo, assistente de comunicação, designer e projetos.
Malaika	1 estagiário	A empresa conta com 2 prestadores de serviços nas funções de marketing e logística.
Nala	4 estagiários	A empresa conta com 3 prestadores de serviços pessoa jurídica nas funções de operação e atendimento ao cliente. Além de prestação de serviços de assessoria jurídica, contábil.
Zuri	0	Ainda não trabalha com nenhum tipo de contratação.

Fonte: Autoria Própria

Sobre os números de funcionários e os modelos de contratação. Notamos que a maioria dos contratos de trabalho para as empresas que tem funcionário é de estágio. Somente uma empresa tem um funcionário celetista. Sem condições de contratação de funcionários, os empreendedores optam por realização de contratos com prestadores de serviços, ou de maneira informal, ou através de MEIs para conseguir realizar as suas atribuições diárias. Os empreendedores nos sinalizaram que nesta modalidade de contratação as relações de trabalho são estabelecidas mais como parcerias do que necessariamente como posição de comando. Sem condições financeiras de contratar funcionários eles realizam estratégias como a contratação por meio período ou por entregas de produtos para conseguir dar conta das demandas dos negócios.

Segundo Galdino (2017) a Reforma Trabalhista, que entrou em vigor em novembro de 2017, contribuiu significativamente para a substituição dos contratos formais de trabalho entre trabalhadores e empregadores substituindo por processos de “pejotização do trabalho”. Isso se

deve as alterações na legislação vigente, entre as quais destacam-se as relativas às admissões e demissões e à jornada de trabalho. A reforma criou um tipo de contrato que possibilita o trabalho intermitente e alterou dispositivos de modalidades de contrato já existentes - como a ampliação do limite máximo da jornada para trabalho em regime de tempo parcial e o aumento do prazo de duração do contrato de trabalho temporário. (DIESE, 2019, p. 8)

Ferreira e Santos (2021, p. 103) afirma que a pejetização é um termo que se refere ao ato de transformar artificialmente um empregado pessoa física em jurídica, isto é, em PJ, ocorrendo assim uma mudança no cadastro desse trabalhador, que antes prestava o serviço utilizando seu CPF e agora firma um contrato com o empregador utilizando seu cadastro de pessoa jurídica (CNPJ). Então, a carteira assinada, que antes era garantia constitucional das suas garantias e direitos sociais é substituída por um contrato de prestação de serviços como pessoa jurídica, tornando-se, assim, pejetizado.

Daí porque muitos consideram tais flexibilizações um retrocesso legislativo, pois se vestem com o discurso de modernização enquanto ceifam direitos dos trabalhadores. Isso porque, com o desemprego que assola o país, a tendência é que os indivíduos se sujeitem a condições precárias de trabalho, apenas para manter sua subsistência. (FERREIRA; SANTOS, 2021, p. 103).

Essas relações estabelecidas apresentam vantagens e desvantagens para os dois lados. Primeiro, ao falar dos empreendedores MEIs que contratam esse tipo de trabalhador, não estamos tratando necessariamente dos empresários exploradores, acumuladores de excedentes a partir da mão de obra. Estamos falando de relações que são estabelecidas de maneira mais horizontalizada. Assim, não necessariamente o funcionário contratado deve fidelidade ao contratante podendo se desvencilhar a qualquer momento da relação.

Os empreendedores sinalizaram sobre esse tipo de contratação: Se por um lado, essa é a única saída para que os pequenos negócios consigam operacionalizar-se para além do seu dono, dinamizando e ampliando a sua capacidade de produção, vendas e atendimentos, por outro, o contratado é livre para realizar outros tipos de negociação, sendo que muitas das vezes acumulam diversos contratos de trabalho, o que pode ocasionar na diminuição da qualidade das entregas.

Assim, os empreendedores têm a possibilidade de ter suporte sem necessariamente ter que desembolsar os valores relacionados aos custos trabalhistas e previdenciários na contratação de mão de obra. Se fosse, nos termos da formalização muitos deles informaram que não teriam nem condições de contratar, ou até mesmo manter o negócio aberto. Segundo os empreendedores, o caráter desta relação trabalhista possibilita o estabelecimento de relações de

comando e trabalho mais flexíveis. Por outro, as pessoas contratadas se envolvem em relações trabalhistas sem acessar direitos básicos. Os empreendedores que contratam por sua vez, também ocupam lugar de empresários precarizados que pouco conseguem recursos suficientes para a própria manutenção financeira, como poderemos observar na sessão que abordamos a sustentabilidade dos empreendedores.

Em resumo, os empreendedores, em sua maioria, tocam os negócios sozinhos, poucos possuem funcionários, e os regimes de contratação são, ou por prestação de serviços, ou por demanda de trabalho. São MEIs contratando MEIs, ou negócios “*embrionários*” contratando profissionais já bastante precarizados, como no caso das duas empresas, do ramo de artesanato e confecções que dependem de costureiras, e as contratam informalmente, ou no caso da empresa de *delivery* que contrata os entregadores através de taxas de entrega, apesar das taxas serem mais justas do que as de mercado. Mesmo que as intenções e os propósitos desses negócios estejam atrelados a valores nobres de valorização do outro, ou combate à desigualdade, eles próprios ainda não conseguiram superar as inúmeras barreiras estruturais no seu processo de atuação na sociedade, desta forma os impactos na vida dos outros, ainda ocorrem de forma tímida no aspecto econômico-financeiro.

6.3.2 Viabilidade Financeira dos Negócios e dos empreendedores

Constatamos que, de forma geral, os negócios, tentam se equilibrar entre a linha tênue de remunerar os seus sócios, seus colaboradores/prestadores de serviços e os custos operacionais de produção. Dois empreendedores declararam que, frequentemente, abrem mão dos seus pró-labores para conseguir pagar custos e reinvestir; outros dois só conseguem fechar no equilíbrio por conta dos aportes de fundos de investimentos que custeiam as suas operações. Considerando que são negócios ainda novos no mercado esses são um dos grandes desafios que os empreendedores enfrentam com as suas empresas na busca por conseguir sobreviver.

Paralelo a isso encontramos empreendedores que não se dedicam exclusivamente aos seus negócios, pois têm diversos receios relacionadas a própria instabilidade do mercado, como exemplos, eles citaram à questão da sazonalidade dos negócios, às necessidades de segurança de ter a estabilidade de um emprego formal. Muitos empreendedores fazem aportes inclusive dos seus recursos pessoais para conseguir manter as atividades dos negócios. Alguns negócios apresentam-se como complementação da renda dos empreendedores e outros existem para

cumprir muito mais uma função de realização pessoal de propósito de vida do que necessariamente de ganhos econômico-financeiros.

Essa situação reverbera na situação financeira, de ambos, negócio e empreendedor. Levantamos que somente duas, dos nove empreendedores, se dedicam exclusivamente aos seus negócios. Os demais utilizam outra fonte de renda para conseguir cobrir os custos pessoais e em alguns casos, quando trabalham, retiram recursos do próprio salário para manter as atividades da empresa. A tabela abaixo nos informa sobre atividades remuneradas que eles exercem para além dos negócios:

Quadro 14 - Atividades Remuneradas - além dos negócios

Empreendedor	Outras Atividades Remuneradas
Akin	Prestação de serviços na área de <i>design</i>
Aziza	Dedicação exclusiva ao negócio
Jafari	Prestação serviços em serigrafia/ <i>silk screem</i>
Bintu	Concursada. Função de Analista.
Fayola	Prestação de Serviço como <i>Personal Organizer</i> e aluguel de casa própria
Kalifa	Prestação de Serviços de consultoria
Malaika	Consultora, Mentora e Professora
Nala	Dedicação exclusiva ao negócio
Zuri	Celetista. Função de Especialista.

Fonte: Autoria Própria

Os empreendedores recorrem a trabalhos celetistas, contratos, atividades informais ou outras fontes de recursos para conseguir a própria sustentabilidade e mais do que isso, a segurança dessa sustentabilidade. O fato de não se dedicar exclusivamente aos negócios, na percepção dos empreendedores, traz as seguintes consequências: perda de mercado, falta de atendimento à demanda, perda de oportunidades relacionadas a acessos a editais de desenvolvimento e fundos de investimentos, citados por eles como exemplos.

Akin, além do negócio principal tem outras iniciativas e faz trabalhos de *freelance* como *designer*. Segundo ele, “a possibilidade de ter outras fontes de recurso me deixa mais tranquilo para “tocar o negócio”, se eu fosse depender somente do pró-labore da empresa não teria condições de disponibilizar tanta energia”. Aziza, atualmente se dedica exclusivamente ao negócio, mas muito preocupada com a sua manutenção financeira, considerando que o negócio ainda não a remunera satisfatoriamente. A mesma não tem tempo para exercer outras atividades. Informa que precisa de “um plano “b” urgente para melhorar a minha condição financeira”.

Tenho muito essa vontade de permanecer na empresa. Mas também, foi muito pela questão da flexibilidade de ainda estar em casa que continuo sem procurar outras coisas. Mas acredite se tivesse algum trabalho que eu pudesse receber, ter algum tipo de remuneração, mas que eu pudesse ainda assim estar em casa, acredite, eu estaria trabalhando. (Aziza).

Jafari, além do negócio complementa a renda realizando impressões e desenhos de estampas para outras empresas como *freelancer*. Ele nos traz um relato dramático sobre a realidade financeira da sua sustentabilidade e do empreendimento, informando como vem abrindo mão do pró-labore sistematicamente para manter a empresa. Ele também lista os sacrifícios pessoais que precisa fazer para manter o negócio:

Pensando nas contas, eu já quebrei algumas vezes. Porque os custos se elevam, mas também é uma desorganização, porque eu preciso de uma pessoa para pintar, preciso de outra pessoa pra atender, e pagar Uber, pagar isso e aquilo e o meu negócio é muito sazonal. Então eu tenho que remar nessa onda, tenho que saber como me comportar e é bem difícil. Não é todo mês que entra o mesmo valor, então meu pró-labore não é fixo. Eu tenho mantido ele no mais baixo possível para pagar as contas. E às vezes eu até nem fico com o pró-labore, só pago as contas mesmo que vai fazer a empresa rodar e dar o plano de material. (Jafari).

Mas empreender, por exemplo, pô, comprar o material para fazer, aceitar ficar três, quatro meses sem ter salário, perder namoro, perder dia de festa, não ir para lugares porque não tinha grana ou porque tinha que reservar a grana que tinha para sustentar a empresa. Não é fácil, não é legal, não é tranquilo não. Ir para uma atividade do Sebrae, uma reunião de pessoas que você está interessado em vender e voltar 22h, 23h da noite em Salvador, de “buzu”, com o seu material na mão. Porque você ainda não tem dinheiro para pegar Uber. Ou não pode pegar Uber porque você vai gastar esse dinheiro e não sabe se você vai ter para produzir ou para alguma emergência de algum cliente que quer a peça. Vai até pagar o motoboy, mas o motoboy naquele dia não é aquele pode deixar para pagar no final do dia ou no outro dia. Então essas besteiras aí. Essas pequenas coisas. (Jafari).

Bintu utiliza recursos próprios, do seu emprego formal, para financiar as ações do seu negócio.

O que me sustenta é o meu trabalho formal e que me possibilita também, poder empreender, atuar e tal. Assim, se eu dependesse só do empreendedorismo, hoje não teria condições de manter o padrão de vida que eu tenho. Ou teria que ter uma outra alternativa de renda. (Bintu).

Segundo a Fayola, a sua empresa é responsável por parte significativa da sua sustentabilidade, e, o aluguel de uma casa familiar contribui para complementação da renda, além dos serviços que a empreendedora presta como *Personal Organizer*. A empreendedora afirma que a receita que obtém com as vendas dos seus produtos e serviços é suficiente para remunerá-las e pagas as costureiras, os pintores, mas que ela ainda sente que precisa melhorar neste aspecto:

Eu acho que ela está no equilíbrio, porque eu não deixo de pagar as contas e eu consigo, eu não deixo de pagar as contas, de ter acesso a insumo para manter [...] E

conseguir me pagar minimamente assim. Eu consigo pagar os meus colaboradores e me pagar razoavelmente. Mas ainda preciso melhorar esse processo. (Fayola).

O caso de Kalifa é intrigante, o negócio é responsável por parte significativa da sua remuneração, mas mesmo assim a empreendedora optou por um emprego formal fixo, por uma questão de segurança financeira. Para ela as questões de sazonalidade dos resultados financeiros do seu negócio a desorganiza muito e ela precisava garantir um trabalho que a remunerasse com constância, nas palavras dela:

Começou com complementação de renda. Mas mesmo depois que a empresa ficou mais tranquila... eu acho que mesmo que o meu negócio hoje me bancasse o melhor salário do mundo para mim, eu ainda assim teria outro emprego por conta da paz mental. Quando você está à frente do seu próprio negócio você sabe o que que o negócio pode te dar e o que ele não pode te dar. Então saber que você só tem dinheiro no caixa três meses, quatro meses ou um mês é um tipo de elemento que me desorganiza muito mentalmente. Então eu não estava conseguindo mais lidar com isso. Então eu arrumei outro trabalho para poder ter a paz de saber que, mesmo que tenha um mês que eu tome decisões erradas no meu negócio, eu ainda assim vou ter uma renda, sabe? (Kalifa).

Não podemos deixar de abordar que a questão da necessidade de segurança do negro é fruto do processo histórico de desigualdade social que este sempre esteve exposto – que os leva a ter receio de depender exclusivamente do seu negócio, como apontado nas falas dos empreendedores Jafari e Kalifa. Alguns empreendedores sentem receio de “*abrir mão das suas outras fontes de renda*”, muitas vezes sem nenhuma relação com o próprio negócio, devido a todas as condições de instabilidade do mercado. Eles confessaram que os seus maiores receios em relação ao mercado, são: questões de sazonalidade, oscilação dos preços, altos custos, dificuldade com a equipe de trabalho e mão de obra, entre outros.

O negócio da empreendedora Malaika não a remunera. Ela prefere utilizar o valor que seria destinado ao seu pagamento para investir no desenvolvimento do negócio. Além do empreendimento, ela exerce a função de professora numa faculdade privada, de consultora e de mentora de negócios em duas organizações sociais, atividades responsáveis pelo seu sustento financeiro.

Eu tenho outras atividades também, né? Eu sou mentora de negócios e sou professora universitária também. Então eu tenho essas outras duas atividades, que, essas são as atividades que me remuneram. Que eu tenho uma renda, né? Porque a renda da empresa eu reinvesto. (Malaika).

Tanto Malaika, quanto Jafari, afirmaram abrir mão do próprio pró-labore para realizar o investimento nas empresas, mas o fato é que os seus negócios ainda não conseguiram remunerá-los. Esse valor retirado por eles, dito como investimento, ainda seria o valor do próprio custo da operação. Considerando que eles são mão de obra direta das empresas,

trabalhando diretamente na criação, na produção e na gestão dos seus negócios. Não receber remuneração por isso, significa que a empresa ainda não fatura o suficiente para pagamento dos seus próprios custos variáveis¹⁴.

Nala, por sua vez, atualmente se dedica exclusivamente ao negócio e afirma não está satisfeita ainda com o valor do pró-labore, mas com as perspectivas de crescimento da empresa para o próximo ano, acredita que esse desafio será logo superado. *“Você sabe como a economia e a inflação vem corroendo o salário das pessoas, né? Então hoje o meu pró-labore ele não corresponde 100% com as minhas necessidades”* (Nala). Zuri, trabalha como celetista na área de educação e esse trabalho é responsável por parte significativa da sua sustentação. Ela produz cosméticos naturais e precisa se dedicar as atividades do negócio a noite, num terceiro turno de trabalho.

Em alguns casos percebemos que o negócio na realidade ocupa um espaço de “complementação de renda” e/ou simplesmente de realização pessoal, sem pretensões financeiras de ganhos ou lucros. Esse tipo de negócios está atrelado a pessoas que já conseguiram estabilidade financeira na sua profissão, concursados, que estão em cargos efetivos e se sentem seguros suficientemente para fazer algo que ama, é o caso das empreendedoras Bintu e Zuri. Percebemos também que a segurança de alguns dos nossos empreendedores está diretamente relacionada ao papel de suporte da família aos mesmos e às suas iniciativas.

6.3.3 Negócios de Propósito – Entre os negócios sociais e o mercado da diversidade

As declarações de intenção dos negócios dos empreendedores, a missão e propósitos estão diretamente relacionadas à representatividade negra. Eles criam e participam de redes de empreendedores negros, constroem afinidades com pessoas e negócios dentro do ecossistema seguindo esses mesmos princípios. Segue a lista de características que observamos nos empreendedores e nos seus negócios durante esta pesquisa:

- Atuam no combate ao racismo, ao preconceito e desigualdade;
- Suas próprias histórias de preconceitos, faltas e ausências serviram de inspiração para a abertura dos seus negócios;
- Buscam o fortalecimento da autoestima e a valorização da identidade negra;

¹⁴ São os custos recorrentes em um negócio, cujo valor varia de acordo com o aumento ou queda da produtividade ou da receita.

- Eles desejam contribuir para ascensão e o alcance de pessoas negras a lugares de destaque na sociedade;
- Contribuem para a democratização ou ampliação do acesso de pessoas pretas, e/ou em situação social desfavorável a produtos e serviços considerados como privilégios de determinados grupos;
- Seus principais clientes são grupos/populações negros segmentados;
- Seu compromisso de contratação, enquanto funcionários ou prestadores de serviços, é por pessoas negras;
- A cultura africana e afro-brasileira, seus símbolos e representações são as grandes inspirações das suas criações, produtos, projetos, negócios e etc.;
- Utilizam a sua relação com o Sagrado para dar mais sentido a sua ação e como norte na tomada de decisão;
- Cobram preços mais justos e acessíveis em comparação a empresas similares no mercado;
- Adaptam as suas metodologias de trabalho para uma linguagem que consiga dialogar com públicos populares;
- Se agrupam a partir da raça, fazendo sociedade, negócios, trocas com outras pessoas negras dentro de ecossistemas empreendedores;
- Suas trajetórias de vida e empreendedoras são marcadas por situações de racismo, preconceito e desigualdades que os expõem o tempo inteiro a riscos, a violações dos seus direitos, a provação das suas competências;
- Da mesma forma, os seus negócios são estigmatizados inseridos no bojo de negócio amadores, justamente pela questão que lhes são mais relevantes, a consciência de pertencimento étnico-racial.

Nala e Jafari atrelam a ação afroempreendedora a um propósito de vida. Percebe-se nas suas falas que o ato de empreender não é desprovido de intencionalidade, eles desejam obviamente ganhar dinheiro, ter condições de vida dignas, se distanciando da pobreza, mas eles demonstram também um compromisso de mudança do *status quo*, como pode ser observado nas falas:

É digno eu querer ganhar dinheiro, mas não é ganhar dinheiro para ser rica, milionária, multimilionária, é ganhar dinheiro para melhorar a minha própria condição de vida [...] para não precisar mais ser pobre, sem ter outra opção, sabe? É ganhar dinheiro para contratar gente, para melhor a vida de outras famílias pretas como a minha, é ganhar dinheiro para realizar meu propósito de vida, porque isso aqui é propósito, é

sonho, sim. Não é ganhar dinheiro por ganhar dinheiro, é ser um agente que também transforma a sociedade. (Nala)

Não estou empreendendo à toa. Eu empreendo para constituir uma comunidade de pessoas negras também que sejam empreendedoras. Que ajudem financeiramente, socialmente, para que a gente constitua poder”. (Jafari).

A empreendedora Nala informa que não quer ser rica ou milionária. Ela percebe o seu negócio como um veículo condutor da garantia da melhoria da sua condição de vida, mas também da transformação da sociedade. Já o empreendedor Jafari deseja contribuir para a ampliação de uma comunidade negra empreendedora. Ele percebe seu ato como uma forma de constituição de poder. Aqui percebemos como os valores do *Black Money* está incorporado ao discurso dos empreendedores.

O propósito dos dois é político e passa por contribuir para a melhoria de vida, ascensão e maior representatividade das populações negras, mas os instrumentos que desejam utilizar para isso são “diferentes”, a primeira, o dinheiro, o segundo, o poder. Dinheiro e poder percebidos no jogo das cadeiras como condições necessárias da mudança de vida de pessoas negras. A primeira, deseja ser a própria agente de transformação, o segundo, deseja constituir uma comunidade que ajude financeiramente e socialmente. Métodos diferentes (o individual e o coletivo) para a busca de resultados iguais.

Ao considerarmos as narrativas e contextos dos nossos dois empreendedores, é possível informar que Afroempreendedorismo é um movimento das representatividades negras, manifestado num conjunto de intenções e propósitos, individuais ou coletivos, que articula dinheiro e poder em vista da melhoria de condições de vida das populações negras.

Notamos que o sentimento de pertencimento à identidade torna-se cenário fértil de constituição de projetos que dialoguem com a lógicas que transcenda as questões dos interesses econômicos financeiros. Os empreendedores e as suas perspectivas de atuação intercalam as dimensões sociais, políticas, ambientais entre outros. Retornando ao conceito de ética econômica e agente, discutido no terceiro capítulo, a partir de Amartya Sen (2000) percebemos como nos negócios dos empreendedores negros existe a intercalação entre o bem-estar individual e coletiva na busca por mitigação das injustiças sociais no sistema capitalista.

Com isso, avaliamos que os seus negócios se aproximam dos modelos de negócios sociais, de impacto ou inclusivos, que busca fundir a criação de valor social e a criação de valor econômico em uma mesma estrutura organizacional. É possível acrescentar ainda, que a geração de valor social se estende não somente ao consumidor final, mas a todas as partes interessadas – clientes, colaboradores, fornecedores, investidores e sociedade. (WILSON; POST, 2013; SARDANA, 2013).

Os negócios dos empreendedores, de forma inclusiva, envolvem a população de baixa renda no processo de desenvolvimento econômico no âmbito da demanda, como clientes e consumidores, e no âmbito da oferta, como empregados, produtores e donos de negócios em vários pontos da cadeia de valor. Segundo Petroni e Scherer (2016) eles conectam-se com a população gerando relações de benefícios mútuos.

Para os empresários, eles trazem inovação, criação de novos mercados e fortalecimento de canais de oferta. Para a população de baixa renda, eles geram maior produtividade, rendas sustentáveis e capacitação [...] complementam que a iniciativa leva à transformação do status quo, que é o potencial e a aspiração de transformar positivamente as condições de vida da população de baixa renda. (PETRONI E SCHERER (2016, p. 2).

A tabela abaixo apresenta as declarações de propósito dos negócios dos nossos empreendedores. Retiramos essas declarações dos documentos oficiais e das redes sociais dos empreendimentos.

Quadro 15 - Declaração de Propósito dos Negócios

Empreendedores	Declaração de Propósito dos Negócios
Akin e Aziza	Empreendimento caracterizado como uma <i>Startup</i> ¹⁵ do setor de entrega de produtos (<i>delivery</i>). Nasceu com a finalidade de conectar comerciantes e consumidores das periferias de Salvador, que não conseguiam ser atendidos pelas empresas dos aplicativos de entregas já estabelecidos na cidade, que consideravam os bairros dessas localidades como áreas de risco. A empresa nasceu para contribuir com a alteração dos estigmas relacionados às periferias, alterando os status de lugares violentos, áreas de risco para lugares de potência, oportunidade e de pessoas criativas.
Jafari	Empresa do setor de confecção e comercialização de roupas masculinas. Tem como proposta dialogar sobre as masculinidades negras, explorando as diversas possibilidades de mostrar homens pretos na linha de frente, em evidência. Quando criou a sua marca, a intenção do empreendedor era “ <i>a exaltação da população negra</i> ”, construir produtos com “ <i>maior nível de refinamento estético</i> ”.
Bintu	É um empreendimento do setor de serviços especializados que se caracteriza como uma empresa de educação empreendedora voltada para negros e que busca fomentar o <i>Black Money</i> e construir uma rede de fortalecimento entre negros. Atua através de cursos, palestras e eventos na área empreendedora, capacitando pequeno negócios para a melhoria da sua gestão e ampliação dos seus conhecimentos. Cobra valores acessíveis e diferentes do mercado.

¹⁵ O termo vem da língua inglesa sem tradução oficial para a língua portuguesa, mas seria algo como uma "empresa emergente". O conceito mais difundido é que uma *startups* é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza. Esses fatores são exatamente o que diferenciam uma *startup* de uma empresa tradicional. Em função de sua característica inovadora, do ambiente incerto e altamente competitivo, a *startup* tem que ter a capacidade de atender e de se adaptar rapidamente às demandas do mercado. (Fonte: SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pi/artigos/voce-sabe-o-que-e-uma-startup-e-o-que-ela-faz,e15ca719a0ea1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 22 de set. de 2022.

Fayola	É um empreendimento do setor de fabricação de artefatos e comercialização de objetos de arte. Caracteriza-se como uma marca <i>slow design</i> ¹⁶ de decoração direcionada pela ancestralidade e baseada em pesquisas das diversas culturas contidas no Continente Africano. A empresa declara a missão de empretecer lares e espaços, gerando reconexão às origens africanas e representatividade por meio das peças que trazem as cores, valores, saberes, símbolos e simbologias de uma África rica e plural. A empresa vende adornos de paredes, quadros, obras de artes, realizadas com diversas técnicas e materiais, todos feitos a mão de forma artesanal e exclusiva. O negócio também atua com reciclagem e reaproveitamento de materiais nas suas peças.
Kalifa	É um empreendimento do setor de serviços especializados que se caracteriza como uma escola de afroempreendedorismo que realiza ações nos eixos de Consultoria, Educação Empreendedora e Programas de Desenvolvimento, com o objetivo de reduzir a desigualdade social, econômica e educacional no cenário do empreendedorismo. Para cumprir essa missão, a empresa atua em diferentes frentes, considerando linguagem, adaptabilidade do conteúdo empreendedor e representatividade, frente à realidade de pessoas negras. Realiza ações em diferentes estados do Brasil, seus clientes são empresas e consumidores finais. Com as empresas trabalha os princípios e práticas de ESG ¹⁷ ofertando projetos sociais de diversidade, desenvolvimento de material educacional, cursos e metodologias, realização de gestão de projetos e cursos e treinamentos para funcionários. Para pessoas físicas oferta eventos, cursos e mentorias coletivas a preços acessíveis. Um dos pontos mais reforçado pela empresa é o uso de uma linguagem e vivência adequadas a realidade dos afronegócios (simples e acessível).
Malaika	Se caracteriza como uma <i>startup</i> em formato de uma plataforma de educação antirracista pra famílias, escolas e empresas. Estruturado como um clube de assinatura, foi pensado especialmente para crianças receberem conteúdo educativo e cultural com curadoria afrocentrada e antirracista, ao longo do tempo ampliou seu portfólio de serviços para prestar consultoria antirracistas às empresas, ofertando desenvolvimento e execução de projetos de cunho formativos para as equipes. A partir da dificuldade da fundadora e do seu companheiro de encontrar conteúdo infantil que considerasse a própria negritude do seu filho, eles desenvolveram esse negócio. Os conteúdos são entregues em uma caixa surpresa. O trabalho consiste na realização de uma curadoria com autores negros e histórias negras que coloquem o fortalecimento da autoestima, a valorização do negro em um lugar de protagonismo. A caixa conta com vários itens, produzidos exclusivamente por afroempreendedores e literatura infantil afrocentrada e antirracista escrita exclusivamente por autoras e autores negros, são: livros infantis, brinquedos, roupas, acessórios entre outros.
Nala	O Negócio se caracteriza como uma <i>startup fintech</i> ¹⁸ com a finalidade de aproximar o cidadão dos seus direitos. Sua missão é democratizar o acesso das pessoas ao direito. Denominando-se como um produto financeiro que resolve um problema do direito consumidor, a empresa trabalha com compensação financeira e avaliação jurídica. A mesma é pioneira na análise das contas de casa, como telefonia, TV a cabo, Internet banda larga, luz, água, CPF negativado indevidamente e problemas em e-commerce. O público que a empresa deseja atingir, em sua grande maioria, são pessoas que não tem conhecimento ou condições para entrar na justiça. A mesma oferece uma compensação financeira pelo transtorno causado pelas empresas prestadoras de serviço e acolhe o caso do consumidor, assumindo os ônus e os bônus.

¹⁶ *Slow Design*: abordagem que defende a desaceleração do ritmo da vida por meio de mudanças culturais e contrárias aos movimentos *fast*, como *fast food*, *fast fashion* etc.) que considera valores como o bem-estar individual, social e do meio ambiente no processo de criação. Disponível em: <https://www.projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-slow-design>. Acesso em 22 de set 2022..

¹⁷ Termo utilizado para traduzir uma série de ações de boas práticas de empresas nas áreas ambiental, social e de governança. A sigla vem do inglês *Environmental* (Ambiental, E), *Social* (Social, S) e *Governance* (Governança, G). No Brasil, também nos referimos a ela como ASG. O termo foi cunhado em 2004 em um relatório feito pelo Pacto Global, braço da Organização das Nações Unidas (ONU) que tem o objetivo de engajar empresas e organizações na adoção de princípios nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção, em parceria com o Banco Mundial, chamada "*Who Cares Wins*" (em tradução livre, "Ganha quem cuida"). Fonte: <https://valor.globo.com/empresas/esg/noticia/2022/02/21/entenda-o-que-e-esg-e-por-que-a-sigla-esta-em-altas-empresas.ghtml> ou as ferramentas oferecidas na página.

¹⁸ O termo é uma palavra guarda-chuva e engloba diversos tipos de empresas que usam inovação tecnológica para oferecer algum tipo de serviço financeiro e têm em seu DNA o foco em inovação. Por terem custos operacionais bem menores do que as instituições financeiras tradicionais, as *fintechs* conseguem oferecer, pelo modelo de

Zuri	O negócio caracteriza-se como produção e comercialização de produtos aromatizantes e cosméticos artesanais. O catálogo de produtos conta com 35 itens, entre os quais: Álcool em gel, aromatizadores, bloqueador de odores, gel hidratante, spray, hidratante corporal, perfumes, perfume dos cabelos, sabonetes, <i>ecobags</i> e sachês perfumados. Trabalhando com o conceito de “soluções afetivas” e sustentáveis, a empresa oferta aos clientes produtos artesanais, naturais e veganos, compostos por óleos e extratos vegetais, livre de sulfatos e parabenos. Sem testes em animais. Até mesmo as embalagens dos produtos são 100% recicláveis. A marca deseja ligar as pessoas a ancestralidade resgatando a cultura dos banhos, do uso das ervas, dos produtos naturais como era feito antigamente.
-------------	--

Fonte: Autoria Própria

Se observarmos as declarações de propósito dos negócios com as questões relacionadas às identidades dos nossos empreendedores, chegaremos as seguintes conclusões:

a) Os negócios dos empreendedores Akin, Aziza e Nala são negócios que nascem com o objetivo de democratizar o acesso de serviços restritos para as populações menos favorecidas. Os dois negócios nasceram das histórias de dificuldade dos próprios empreendedores no acesso a esses serviços, que perceberam a oportunidade de inovar e ao mesmo tempo a possibilidade de contribuir com a mudança da realidade. Os negócios de Akin e Aziza, especificamente, trabalham para mudar a situação de estigma das comunidades periféricas tidas como área de risco, violentas, perigosas, demonstrando que as pessoas locais também trabalham, tem seus negócios e precisam ser reconhecidos. Apesar do grande número de concorrentes mais recentes no mercado de *delivery*, o diferencial do negócio está justamente em atender áreas que essas empresas não chegam. E o seu objetivo é fazer circular a economia local, considerando que os recursos giram em torno dos próprios bairros onde localizam-se o comerciante e o entregador.

O negócio de Nala deseja ampliar a justiça para os menos favorecidos, mostrando que o acesso ao direito pode ser popularizado e não precisa ser um privilégio. Os empreendedores enxergaram a potência dessas comunidades de fazer negócio e uniram oportunidade com necessidade em negócios promissores. O sócio fundador utilizou como inspiração para abrir a empresa o caso da sua própria mãe, que enfrentou uma série de problemas ao entrar na justiça para resolver um problema relacionado a cobrança indevida de uma determinada operadora de consumo residencial. A forma como a mãe foi tratada, a falta de transparência, a falta de acesso às informações, a burocracia, deixaram marcas significativas, ao ponto da mesma não mais acreditar na justiça e não mais querer levar seus casos a juízo. Assim, nasceu a ideia de reduzir essas barreiras entre as pessoas e a justiça. Nala, afirma que o negócio diminui a burocracia, e faz a tradução da linguagem jurídica mais rebuscada do direito para a realidade da população.

negócio diferenciado, serviços alternativos. Assim elas atendem as necessidades que os bancos não conseguem suprir. Disponível em: <https://distrito.me/blog/glossario-fintech-startups-termos/>. Acesso em: 21 fev. 2022.

b) Os negócios dos empreendedores Jafari, Fayola e Zuri são negócios dos ramos de comércio, confecções e artesanato. Eles trabalham com o conceito de exclusividade dos produtos feitos a mão, pensado diretamente para o seu cliente final. Esses negócios unem os discursos da negritude, da ancestralidade, do sagrado para se aproximar do seu público, mas não só isso, eles são percebidos pelos seus empreendedores como negócios de conexão e reconexão com a sua prática e com as suas crenças e espiritualidade. Quando o empreendedor Jafari resolveu construir a sua marca por exemplo, ele conta que estava cansado de estar à frente de iniciativas que trabalhavam com produtos de segunda mão, *“sem a qualidade que a população negra merece”*, por esta razão ele resolve abrir um negócio para exaltar a identidade do homem negro. Sobre esse processo de construção, ele aborda:

Mas hoje a gente só coloca pessoas negras para representar a marca. E eu tenho tentado também mudar, me alertar a questão da idade, a questão do formato dos corpos, essas coisas todas, fazendo da marca mais inclusiva. É difícil? É difícil. Tem um apelo comercial? Tem um apelo comercial, uma exigência. Tem. Mas é dessa forma que eu vou falando de africanidade ou de afroempreendedorismo. Demarcando meu lado nessa história e também construindo um discurso de diversidade. (Jafari).

A empreendedora Zuri relata sobre a importância da prática artesanal e a ligação da mesma com as referências ancestrais:

Porque assim, às vezes eu vejo, por exemplo, eu trabalho muito com banhos e ervas, sabonete de ervas, essas coisas todas. E esse processo é um processo ancestral. A construção dos incensos, a construção dos banhos de dar os banhos é um processo ancestral de matriz africana. Então eu vejo muitas empresas hoje, por exemplo, vendendo isso, vendendo, sem o cuidado de observar as orientações de dias, de horário para banho, quais folhas utilizar, quais as essências utilizar. E muitas mulheres que são pretas também vendendo sem essas orientações. Que não seja vender por vender. Porque há um cuidado quando você entende a sua raiz, quando você entende de onde você veio e para onde você quer ir, o cuidado tem que ser maior. (Zuri).

c) Os negócios das empreendedoras Bintu, Kalifa e Malaika são negócios de consultoria especializadas em educação empreendedora e educação antirracista. Eles nascem com a finalidade de tornar os conteúdos mais acessíveis. Sua oferta de serviços está atrelada a construtos que passam por conhecimento em gestão, empreendedorismo e raça, como consultoria, mentorias, cursos. No caso da empreendedora Malaika, a sua “caixa” de conteúdo possui produtos referenciados, mas o que ela realmente vende é o processo de curadoria. São livros, roupas, peças de pessoas negras para pessoas e famílias negras. As três empreendedoras ofertam serviços com valores mais acessíveis que os de mercado e isso pode ser facilmente notado quando comparamos seus valores de referência aos valores de empresas similares. Elas fazem adaptação do seu material pedagógico, os ajustando a uma linguagem mais prática e simples para facilitar o entendimento dos seus clientes. Nota-se por exemplo que existe uma

preocupação em traduzir termos da área do inglês para o português, adaptando conceitos complexos as situações do cotidiano das pessoas e etc.

Outo fator interessante é o compromisso dessas três empreendedoras com a sua própria especialização, com a busca por conhecimento. Elas são graduadas, pós-graduadas e adotam os estudos como estratégia central no processo de gestão dos seus negócios. A empreendedora Malaika reforça que a convicção do seu lugar de empresária vem do seu processo e busca por conhecimento. Para a empreendedora Bintu o conhecimento, estudo e desenvolvimento das pessoas negras é a chave para a mudança da falta de representatividade, para a abertura de novos negócios e para a ocupação em espaços que são excludentes.

Eu me considero uma empresária até mais pelo fato de eu ter estudado, né, assim, metade da minha vida eu estudo administração, estudo gestão. Trabalhei em várias empresas, né, trabalhei em empresas multinacionais. Eu sou professora, fiz mestrado, fiz vários cursos, enfim pós-graduação, estudei fora do Brasil. Então isso também ajuda a me trazer esse entendimento de que eu sou uma empresária. Porque eu não estou fazendo nada menos do que qualquer pessoa branca faz, né, quando abre uma empresa, quando empreende” (Malaika).

Eu acho que o acesso ao conhecimento é o que faz um grande diferencial, não só no empreendedorismo, mas no desenvolvimento pessoal e profissional de qualquer pessoa, especialmente de pessoas negras, porque assim, historicamente, a gente tem maior dificuldade de acesso à educação, a conhecimento, seja ele formal ou informal. Temos menos acesso à leitura e no meu caso específico sempre foi um diferencial porque eu sempre tive acesso a isso. (Bintu).

Kalifa e Malaika ainda ofertam nos seus negócios serviços de educação antirracistas para escolas e empresas, aproveitando os seus conhecimentos na área racial para disponibilizar ao mercado corporativo e educacional programas de formação em diversidade e inclusão, aproveitando o crescimento e o interesse das empresas pela área de ESG e diversidade. É importante salientar que o crescimento do mercado de diversidade e inclusão se deu, principalmente, a partir do movimento internacional *Black Lives Matter*, ou numa tradução livre “Vidas Negras Importam”, uma ação ativista que começou nos Estados Unidos da América (EUA), com o objetivo denunciar e cobrar providências contra a violência contra os negros, especialmente a violência policial.

Em 25 de maio de 2020, a morte de George Floyd, pelo policial David Chauvin, gerou uma comoção nacional fazendo o movimento alcançar proporções exponenciais através de uma série de outros movimentos em diversos países do globo. Após este episódio, a população negra, juntamente com as populações aliadas a luta racial como um todo vem cobrando uma série de ações dos Estados, empresas e sociedade para o combate do racismo e das desigualdades contra as pessoas negras. No Brasil, o crescimento das empresas de diversidade e inclusão que ofertam serviços como letramento racial, censo racial, planos de formação na

temática de raça, entre outros, tem dado a pauta racial uma dimensão jamais vista outrora nos ambientes corporativos, cobrando das empresas que insiram negros nos seus quadros, mas não só no chão de fábrica, como de costume, mas principalmente nos seus quadros de gestão, liderança e conselhos deliberativos.

Os empreendedores demonstraram que a questão do olhar do mercado para a pauta racial tem trazido benefícios para os seus negócios, seja através de iniciativas públicas ou privadas de fortalecimento dos negócios das pessoas negras, ou maior disponibilidade de editais, premiações, contratações e etc. Para o empreendedor Jafari ser um empreendedor negro nos dias atuais é maravilha porque as comunidades de empreendedores negros têm “*mais base para se apoiarem, mais recursos e mais consciência em relação ao black money.*”. A empreendedora Kalifa afirma que com o advento da representatividade e do *boom* das ações relacionadas às temáticas da diversidade e inclusão, estar neste lugar de representação das minorias torna-se vantajoso, à medida que as empresas enxergam valor nesse processo.

Agora, nesse momento que está muito em alta falar sobre questões raciais, essas pautas de ESG. Aí a gente está conseguindo ganhar um pouco mais de visibilidade, está sendo muito mais tranquilo e a chave virou. Agora sim está indo pra um lugar de afronegócio ser um sinônimo positivo porque as marcas querem isso, né? As marcas agora querem essa representação. (Kalifa).

Jafari também utiliza o seu negócio como veículo para falar da pauta da masculinidade tóxica, muito inspirado na sua própria história de ter um pai ausente e as consequências desse processo na sua vida pessoal, afetiva e emocional. Ele palestra sobre o tema em escolas, empresas, associações culturais e sociais. Promove eventos em datas temáticas como o dia dos pais e esta ação é muito mais um compromisso social do empreendedor, porque ele não é remunerado para tal. Sobre a questão da legitimidade de falar sobre as pautas negras nos espaços ele se posiciona:

Quem é que tem direito de falar sobre masculinidade negra sou eu. Quem tem direito a falar como as mulheres se sentem, são as mulheres que tem direito. Quem tem direito a falar sobre cabelo crespo? Não é a Seda, não é Avon, é uma empresa da mulher negra, então tem que surgir essa empresa dessa mulher negra para gente consumir e a gente entender que tem um tempo para as pessoas evoluírem, tecnologicamente, financeiramente seus produtos. Então eu me coloquei nesse lugar. Eu me preparo com meu produto e faço discurso e me preparo e com minha empresa de novo. (Jafari)
Eu acho que eu contribuo com o combate ao racismo porque eu me manifesto diferente da Lacoste, que não quer os meninos do *funk* falando sobre a Lacoste nas suas marcas. Eu quero. Não é só por uma questão de *merchant* não, é porque eu quero, eu acho que é importante ter esses caras mesmo, essas pessoas mesmo, nesse lugar. Dessa forma que eu acho que eu contribuo no combate ao racismo. (Jafari).

Ao mesmo tempo em que ele afirma a necessidade de negócios negros em seus determinados nichos, ele critica a apropriação do discurso de representatividade pelas grandes

empresas. Um dos empreendedores sinalizou, “*agora é bonitinho falar de preto*”. O fato é que notamos nos relatos dos empreendedores esse momento singular em que a pauta racial toma uma proporção grande na sociedade e com isso a apropriação dos discursos, do modo de vida, dos conhecimentos relacionados ao tema e a categoria negros vem ocorrendo, ao mesmo tempo em que os próprios negros vêm adotando uma postura de legitimidade dos seus lugares de fala.

Um desafio em relação ao propósito dos seus negócios, apresentados pelos empreendedores é que, justamente por possuírem atributos relacionados a melhoria de vida das pessoas, ao combate ao racismo e às desigualdades, que os seus negócios são interpretados como de “interesse social” ou “projetos sociais” sem finalidade econômico-financeira, o que acaba dificultando o seu acesso a investimentos ou benefícios que negócios tradicionais, normalmente de pessoas não negras, acessam com mais facilidade. Eles afirmaram que existe dificuldades em termos de pagamento pelos seus produtos ou serviços.

Se por um lado, nos dias atuais, os negócios negros têm cada vez mais oportunidades por trabalhar com a perspectiva da diversidade e da inclusão, surfando na crescente onda das políticas empresarias de ESG, por outro, as empresas das pessoas negras que empreendem na perspectiva de raça são dados como negócios de recortes, sem alcance universal, imaturos, que não dialogam com públicos mais abastados. São negócios taxados com termos como “projeto social”, “caridade”, “amadores”, “militantes”, “sociais”, “ongs”.

Essa situação como poderemos notar nas falas das empreendedoras Kalifa e Malaika causam desconfortos nas lideranças, que precisam cada vez mais se esforçar para mostrar ao mercado a competência técnica necessária para conduzir seus projetos. Mas, mais do que isso, esse julgamento por parte do mercado tem retirado das empresas de pessoas negras, a oportunidade de receberem recursos diversos, sejam eles de políticas públicas ou de investimentos privados, como podemos notar na fala das empreendedoras:

Ajuda por um lado porque, para mim, é o que eu fiz a vida inteira, então eu trabalho com questões raciais já tem mais de dez anos. Mas, ao mesmo tempo é muito complicado porque te fecha muitas portas, então quando eu comecei a três anos atrás, ter algum negócio que já começou com o nome afro já me deixava muito atrás de muitas oportunidades [...] ainda vêm a empresa enquanto projeto social [...] essa concepção de social faz com que eu tenha dificuldade de ter pessoas que queiram pagar, e pessoas que realmente podem pagar não se atraem por essa abordagem. É como se eu tivesse dizendo “ah, mentoria para afro negócios” ou então “cursos para afronegócios”, a pessoa que é preta e classe média ela não se atrai por esse tipo de abordagem. Tipo, ela acha automaticamente que é alguma coisa social, sabe? Mesmo se eu colocar os melhores e maiores profissionais tops do Brasil. [...] no imaginário social vai para esse lugar da caridade. (Kalifa).

Para completar ela ainda cita uma série de situações que já enfrentou em processos de incubação, ou ouviu durante mentorias de pessoas brancas sobre o seu negócio: “Eles falam

coisas do tipo “não vou conseguir atender você”. Ou então “não tem como você passar nesse processo”, porque a gente não consegue atender seu público” ou “Não faço a mínima ideia do que é o seu negócio”. (Kalifa).

Na mesma perspectiva podemos observar a fala da empreendedora Malaika:

No mercado, tem muitas *startups* que recebem investimento sem ter feito nenhuma venda. E a gente já com um histórico de faturamento ainda sendo desacreditado nesse lugar de “ah, mas não tem público, mas quem vai querer”? Porque vem daquele modelo mental, uma pessoa pensa assim “ah, se isso não é atraente para mim, então logo as pessoas não vão querer comparar”. Mas não é atraente para ela porque ela não é um público alvo. Mas existe um público-alvo ávido pelo que a gente está oferecendo. Então isso também dificulta, o entendimento das pessoas sobre o que a gente está fazendo. A polarização política no nosso país, isso faz com que as pessoas já tenham uma percepção do que a gente está oferecendo. Às vezes elas não acham que o que a gente, que a gente está falando de negócios, elas acham que a gente é um grupo de pessoas que são militantes e que, estão fazendo alguma coisa por *hobby*. Elas não entendem que a gente está falando de negócio, que a gente está falando de uma demanda, de uma demanda reprimida, de um mercado que tem um potencial gigantesco. Que é um faturamento muito grande, que ele tem um problema aí de racismo estrutural, né, que precisa ser resolvido. Então a gente não se desenvolve. (Malaika).

No caso da empreendedora Malaika ela coloca o quanto é cansativo esse processo de invalidação do seu lugar de empresária.

6.3.4 Negócios de Mulheres Pretas

Em especial os negócios das mulheres enfrentam muitos outros desafios, como aqueles relacionados a própria maternidade e as “obrigações” domésticas, levando as mesmas a exaustão, à medida que precisam se dedicar a filhos, tarefas domésticas, gestão dos negócios e etc. Como já notamos na sessão sobre os motivos para empreender, a própria maternidade, na trajetória de vida das empreendedoras mães, foram combustíveis para a consolidação dos seus negócios.

O desejo de ampliação da representatividade negra no processo educacional dos seus filhos aparece como motivo para a abertura dos seus negócios. Além disso, um estilo de vida mais flexível que permita cuidar da sua criança, levá-la aos espaços de trabalho, feiras, estar mais próxima no processo de crescimento e desenvolvimento dos filhos são ações relacionadas ao motivo de empreender das mulheres mães. Mas, a falta de rede de apoio nos cuidados com a criança e com a casa são demarcatórios da falta de tempo para uma maior dedicação ao negócio e conseqüentemente precarização dos seus níveis de sustentabilidade financeira.

A imagem construída sobre o espectro da mulher mãe e dona de casa continua contribuindo para forjar uma percepção estereotipada sobre as profissões e os lugares “adequados” para as mulheres. Além disso, tais atividades atribuídas a elas são ainda um obstáculo no acesso, permanência e ascensão profissional. O que podemos observar é que, as mulheres em idade ativa são hoje prejudicadas em menor medida pela gravidez e mais pelas dificuldades enfrentadas com os cuidados com os filhos, idosos etc. devido à omissão dos companheiros e à ausência de serviços públicos que ofereçam condições para isso. (ONU, 2016, p. 22).

Poderemos notar aqui na realidade das trajetórias das mulheres negras empreendedoras que a problemática da mulher negra nos mercados é a própria condição das desigualdades estruturais e interseccionais que as atravessam. Assim, se é verdade que há intersecções nas causas de opressão, convém ampliar o objeto de resistência, reunindo eixos diversos de desigualdades, como, por exemplo, as causas do trabalho, relacionadas à raça e gênero. Nessa perspectiva, parecem equivocados atos de resistência que priorizem apenas uma luta – como por exemplo fizeram por muito tempo os sindicatos ao priorizar questões salariais em detrimento de questões igualmente importantes como discriminações de ordem generalista ou racista. (OLIVEIRA, 2018).

Aqui poderemos observar também os lugares que elas ocupam em seus negócios e como essas ocupações se relacionam à sua condição de gênero. Até mesmo as próprias atribuições dentro dos negócios, as suas características e habilidades no processo de gestão são atravessadas por sua intersecção de gênero e raça. A necessidade contínua de se autoafirmar como mulher de negócio e as inúmeras invalidações por parte de um mercado, que insiste em testar a todo momento as suas competências fecha a trajetória dos grandes desafios nessa jornada heroica de ser mulher preta empreendedora nesse país.

Mas por outro lado, a prioridade em estudar e cada vez mais se capacitar enquanto empreendedora, aliada a uma forte consciência política e um olhar crítico para as condições desiguais de raça e gênero na sociedade, tem conduzido essas mulheres a um forte posicionamento político em relação a sua condição de mulher negra que empreende ajudando-as na superação das barreiras enfrentadas. Não sem razão Silva (2017) afirma da força da mulher negra empreendedora nos dias atuais:

Um conjunto significativo de mulheres negras universitárias vem modificando e fortalecendo as formas de mobilização política no Brasil, especialmente na última década. Defendo que tal contexto de recomposição de subjetividades e identidades é permeado por dinâmicas entre mercado e Estado, alicerçadas pela retórica das políticas de identidade, que promovem novos engajamentos e experiências estético-

políticas visibilizadas pelas novas mídias, especialmente pelas redes sociais. (SILVA, 2017, p. 212).

Ao questionarmos os empreendedores sobre as suas principais habilidades e de que forma as mesmas contribuem para a sua ação empreendedora, encontramos uma série de achados que nos aponta para a diversidade dos perfis. A primeira curiosidade passa pelos empreendedores Akin e Aziza, sócios, e a complementariedade dos seus perfis dentro da empresa de *delivery*. Akin relata a sua facilidade em ter ideias, em observar as necessidades da comunidade, em arriscar, em ser um bom executor, um cara que põe a "mão na massa" e em sua concepção esses foram diferenciais para a sua ação empreendedora.

Ele relata que são inúmeros os desafios de tocar o negócio com a sócia, devido as divergências no modo de pensar e fazer, já que a considera um perfil mais pautado *“na reflexão e na teoria, analisando demais antes da tomada de decisão”*. Ele afirma: *“minha linha de raciocínio é instantânea. Tipo, tudo é pra hoje ou pra ontem. Amanhã é uma possibilidade. É uma hipótese*. Em contrapartida, a sua sócia, a empreendedora Aziza, afirma que ela é uma pessoa mais *“pé no chão, que trabalha com a realidade”*, apontando para um perfil mais reflexivo que precisa colocar as ideias na *“ponta do lápis”* para avaliar a viabilidade de executá-la.

Sobre essa relação com o sócio, ela comenta que *“ele já tem uma questão mais sonhadora. Já eu trabalho com realidade”*. Os dois já viveram muitos conflitos relacionados a essa diferença dos perfis empreendedores, inclusive, eles confessaram ter pensado várias vezes em romper a sociedade. Aziza afirma que teve um momento que ela não se sentia dona do negócio, mas que foi justamente o amadurecimento neste lugar enquanto empreendedora que a fez se sentir pertencente e dona também, como podemos perceber na sua fala:

Como foi ele que idealizou (referindo-se ao sócio), ele às vezes achava que a gente queria tomar o lugar dele. Então, poxa, se a gente está querendo tomar o lugar dele, é como que fosse só dele. E com o passar do tempo, com o passar das execuções, das atividades, fui percebendo que aquilo ali não era só dele. Isso contribuiu pra que eu colocasse mais de mim dentro da empresa. Então eu conseguia gerir melhor, então eu comecei a trazer mais a equipe ao meu redor, porque eu percebi que aquilo também era meu e que eu podia contribuir da melhor forma possível, que é colocar o meu conhecimento teórico prático ali dentro. (Aziza).

Atualmente, os dois concordam com o fato de que as características se complementam e tem sido um grande diferencial para alcance dos resultados no negócio. Corroborando com essas características, a destinação das tarefas relacionadas aos perfis também foi um diferencial, as funções dos dois sócios no negócio estão diretamente relacionadas ao que mais gostam de

fazer, enquanto Akin é a pessoa responsável pela estratégia do negócio, relações e comunicação, Aziza é a pessoa que operacionaliza e cuida da gestão financeira e equipe.

A mesma interconexão dessa relação percebemos no negócio da empreendedora Nala, a *startup* do setor de direito e tecnologia. Os dois sócios se conheceram nas redes sociais. O sócio fundador assume o lugar das estratégias, da criatividade, dos acessos aos mercados, enquanto Nala assume o papel mais especializado, estando a frente das operações e gestão da equipe. Com isso, percebemos que as histórias das nossas empreendedoras Aziza e Nala se entrecruzam de alguma forma, quando as mesmas ocupam o lugar de co-fundadoras nas suas *startups*, em funções especializadas e operacionais, cuidando das equipes. Enquanto os sócios fundadores têm perfis mais voltados às relações institucionais e externas das empresas.

Observemos a fala de Aziza sobre as questões estruturais e pessoais que lhes atravessam no processo de liderança do seu negócio:

Para mim era muito mais confortável e confortável estar aqui, nesse lugar onde eu estou (se referindo ao setor de operações da empresa). Porque eu não tinha esse problema com deslocamento eu não precisava ficar correndo risco pegando transporte com aparelhos, com o notebook. Porque mesmo eu estando nesses lugares, eu estaria trabalhando, porque era eu sozinha para estar no operacional. Então esse era o principal desafio. Mesmo eu querendo estar na linha de frente, nos eventos, eu tinha essa questão da insegurança, a questão de ainda ter que estar trabalhando, então era muito mais cansativo do que proveitoso. Porque você acabava não absorvendo as coisas. Eu ficava o tempo todo no celular olhando para baixo, resolvendo ligação e tal. Como hoje eu já tenho uma pessoa que já me ajuda no operacional, eu estou me permitindo mais estar nesses lugares. Como isso também faz parte de mim, eu também preciso mostrar para pessoas que estou ali presente e tem um pouco de mim ali. Então hoje eu estou me permitindo mais esses lugares, me mostrar mais, porque realmente eu tenho essa dificuldade de me mostrar. Não parece, mas eu sou tímida e eu fico meio desconfortável por estar com pessoas diferentes, falando sobre mim. (Aziza).

Notamos que a empreendedora relata problemas relacionados as suas vulnerabilidades de gênero: há aqueles sociais, devido à violência patrimonial que poderia lhe acometer no transporte público no processo de deslocamento para os eventos; às questões profissionais, quando ela aborda ter que trabalhar por telefone, mesmo estando em outros espaços representando a empresa; além das questões de cunho pessoal, ao confessar a sua timidez e insegurança de estar em público e falar sobre ela e ser vista por muitas pessoas. Enfim, percebemos como as distinções de gênero sinaliza para as questões relacionadas às práticas empreendedoras dessa mulher. Mas ela fala também que só se sentiu mais possibilitada de frequentar esses espaços, quando conseguiu uma pessoa para ajudá-la no suporte operacional, o que aponta que esse apoio, de certa forma, influência a redução da sua própria condição de vulnerabilidade.

Em relação a empreendedora Nala, sobre as suas habilidades, destacamos seu trecho abaixo:

Então hoje eu toco operações muito porque eu tenho esse olhar flexível e essa curva de aprendizado muito rápida. E também porque o *core*¹⁹ da nossa empresa, o problema que a gente resolve, o nosso operacional é o direito. E eu sou formada em direito e trabalhei em um dos melhores escritórios da América Latina. Então meu *know-how* de direito ele é muito grande. Assim então a minha habilidade é mais gerencial. Coordenar as pessoas, metas, métricas e traduzir o que o CEO determina como estratégia da empresa em curto, médio, longo prazo em realidade. (Nala).

No caso de Nala, percebemos que o capital humano da empresa está no conhecimento e reconhecimento da sua competência e habilidades na área de direito. Com isso, ela torna-se a principal capital social do negócio. Desta forma, podemos observar que, em relação às duas empreendedoras aqui destacadas, até mesmo as próprias habilidades empreendedoras desenvolvidas na gestão dos seus negócios são atravessadas pelas questões estruturais de desigualdade no mercado de trabalho, neste caso no mercado empreendedor.

Suas posições operacionais, suas posturas mais racionais voltadas à realidade, suas inseguranças e receios tem a ver com as experiências de gênero e raça vivenciadas ao longo das suas trajetórias de vida. Isso interfere diretamente seus posicionamentos na empresa, seus cargos, e claro, sua disposição para estar à frente na liderança, cuidando das equipes. Não sem propósito destacamos um dado de 2019, por exemplo, em que apenas 13% das empresas do Brasil tinham mulheres em cargos de alto destaque, de acordo com dados divulgados pela revista Valor Econômico (2019). Considerando que essas mulheres ocupam essas posições de destaque, elas ainda precisam enfrentar camadas diferentes que se refere à sua permanência.

No Brasil, segundo dados do *Female Founders Report* (2022) somente 4,7% das *startups* são fundadas exclusivamente por mulheres. Isso significa que mais de 95% das mesmas são fundadas por homens. Segundo a *BlackRocks Startups* (2021), das *startups* negras somente 18,7% eram lideradas por mulheres, sendo que 82% delas são lideradas por homens. Esses dados nos dão conta de que a condição da mulher negra empreendedora a frente de *startups* é tão desigual, quanto a realidade social brasileira em que as mulheres negras estão na base da pirâmide, ocupando os cargos subalternos, ocupando os trabalhos informais e etc. E apesar de serem as especialistas, responsáveis pela retenção de conhecimentos estratégicos de funcionamento das suas empresas, pelo menos em relação as nossas empreendedoras, podemos

¹⁹ Referindo-se ao *core business*: atividade principal de uma empresa. Determinação de qual é o núcleo central da organização, ou seja, em que é especialista e o que sabe fazer de melhor. (Fonte: Rockcontet, 2022)

notar que elas ainda ocupam espaços de coadjuvantes. Estão no lugar chamado mercadologicamente de *back office* ou retaguarda.

Ainda sobre aquilo que as nossas entrevistadas atribuem ser suas principais habilidades empreendedoras observamos que a empreendedora Fayola se define como uma “*mulher multitarefa[...] preciso administrar meu tempo para ser mãe, cuidar da casa, do esposo, do empreendimento, dos amigos, da família.*”. Aquilo que a nossa empreendedora chama de habilidades nós chamamos de condições estruturais desiguais, o fato de ser multitarefa não é questão de escolha, mas sim de necessidades. Vejamos uma fala onde ela mesmo demarca bem a sua condição de gênero no negócio e como essas questões a impactam:

E aí, a gente acaba percebendo que não tem tempo para coisas, porque paralelo a isso também, tem a questão que o tempo é dinheiro. Para eu ter tempo para algumas coisas, eu preciso não só delegar, porque delegar para mim é super fácil, mas eu preciso dar autonomia para essas pessoas, financeira, pagar alguém para fazer o que eu faço. Eu estou dentro de casa, mas de uma forma geral eu lavo, eu passo, eu cozinho, para eu parar de fazer essas coisas especificamente de dentro de casa eu tenho que ter uma auxiliar, uma pessoa, aí eu preciso ter dinheiro para pagar essa pessoa para poder me dedicar mais tempo a outras funções dentro da empresa, por exemplo. Aí dentro da empresa eu sou ‘equipe’, eu faço tudo, já consigo delegar algumas coisas, mesmo assim o que é crucial para empresa, sou eu que tenho que fazer, aí eu me vejo sem tempo, porque ou eu faço *marketing* ou eu atendo na venda ou eu faço a produção. (Fayola).

A empreendedora Malaika, que estudou sobre as escolhas de consumo das mães nos mercados, mas que precisou trancar o seu doutorado por falta de apoio financeiro e no cuidado com o seu filho, nos informou que os seus principais desafios na trajetória de vida estão ligados ao chamado “teto de vidro”, ou *glass ceiling* que é conceitualmente tratado como um fenômeno social que a partir de barreiras culturais organizacionais, familiares e individuais, dificulta o acesso das mulheres a posições de liderança, principalmente aos mais altos níveis na hierarquia organizacional. (Carneiro, 2018). Ela falou:

Na verdade, eu acredito que o principal desafio é o chamado teto de vidro. Essa é uma expressão que se usa muito para gênero, [...] Eu percebi que por mais que eu performasse bem, que eu conseguisse tinha inúmeros desafios. Então foi no mercado de trabalho, foi como professora, de certa forma na academia também. Que eu tive que fazer uma escolha, eu tive que sair de um programa de doutorado porque, primeiro que não tinha bolsa, [...] você não tem apoio nenhum [...] as pouquíssimas pessoas negras que estão lá, estão na mesma condição que você, são aquelas pessoas que trabalham muito para estar ali, ou seja, você está sempre trabalhando para estudar (Malaika).

Da mesma forma que Fayola, a empreendedora Bintu, se define uma mulher mais do raciocínio, focada, organizada, que exerce a gestão e controle. Ela afirma que precisa dessas características “*até mesmo para conseguir dar conta das demandas como mãe, trabalhadora, empreendedora*”. A questão no relato dessas empreendedoras é que muitas vezes, aquelas

características que elas definem como multihabilidades não prescindem das suas próprias escolhas, mas da sua condição de gênero, que assume não só as atividades dos empreendimentos mais as demandas de cuidados domésticos e dos filhos.

A empreendedora Malaika afirmou que a sua maior habilidade foi *“sempre aprender as coisas com facilidade”* e que essa característica lhe ajudou durante toda a sua trajetória estudantil, considerando que a mesma *“tinha pouco acesso a livros, a lugares cultos”*, então o fato de ter essa sagacidade para o aprendizado foi fundamental para superar as questões de falta de acesso e ajudá-la, até os dias atuais, na gestão do seu negócio. Da mesma forma, a empreendedora Nala se declarou autodidata afirmando que *“eu tenho uma facilidade muito grande pra aprender coisas sozinha. Porque eu sei que eu tenho uma habilidade muito boa de pesquisar, estudar sozinha. Então eu digo que hoje eu posso aprender qualquer coisa que eu quiser.”*

Nestes dois casos percebe-se o quanto a facilidade em aprender são estratégias que as empreendedoras utilizam para superação das desigualdades que enfrentaram nas suas trajetórias. A falta de apoio, a falta de acesso, a precarização das suas condições materiais a fizeram desenvolver competências de forma combativa e resistente, a ponto de conseguir vencer as adversidades. As empreendedoras também nos falam das suas lutas pessoais empreendidas contra os processos que lhe causam baixo autoestima, ou a síndrome da impostora que insiste em se fazer presente, fazendo-as testar suas capacidades e enfrentar seus medos e melindres.

Sobre o processo de duvidar de si mesmo, a empreendedora Fayola afirmou *“Ah, foi bem curioso, porque é o tempo inteiro a impostora dizendo, né, “você não dá conta disso”*. Um outro componente cruel nesse processo é a invalidação das suas competências, das suas empresas por parte dos mercados, investidores e etc. que duvidam das suas capacidades de realização. Vejamos as narrativas das empreendedoras Zuri e Kalifa sobre essas questões:

Além da dificuldade de se encontrar enquanto mulher preta gerindo, as pessoas não te reconhecem enquanto gestora de um negócio, acha que a gente não tem condições técnicas, não sei o que é que eles imaginam, o que eles esperam da gente, porque já é uma dificuldade muito grande a gente se reconhecer como gestora e ainda mais quando você tem que vencer barreiras todos os dias. Quando eu faço compra pela internet eu não tenho problema nenhum, o produto chega na minha casa e tudo mais, mas quando eu vou a algum lugar solicitar algum material parece que está escrito assim na minha testa ela não tem competência, porque as pessoas acham que a gente não sabe discernir, acham que a gente não tem condições técnicas de avaliar se aquele produto serve ou não (Zuri).

Eu acho que o maior desafio sempre vai ser no lugar da credibilidade assim, porque por mais que a gente tente, a gente sempre começa no lugar de ter que convencer as pessoas que a gente é boa. Esse é um dos maiores problemas que eu tive durante o meu negócio (Kalifa).

Aqui notamos como as questões interseccionadas entre gênero e raça demarcam as realidades das mulheres empreendedoras negras, que além do preconceito de raça, precisam enfrentar as questões que perpassam a necessidade contínua de se autoafirmar como mulher de negócio, combatendo as inúmeras invalidações por parte de um mercado, que insiste em testar a todo momento as suas competências. As desigualdades sociais no mercado, o racismo, o preconceito de origem, gênero e idade são determinantes para estabelecer um lugar de precariedade na vida das empreendedoras. Essas desigualdades interferem no acesso, na permanência e na ascensão das mulheres criando barreiras para o alcance de uma situação melhor de suas vidas.

As empreendedoras enfrentam desafios e dificuldades em todas as fases das suas trajetórias de vida, na entrada elas acessam as oportunidades mais precarizadas de trabalho (domésticas, serviços gerais, telemarketing ou o famoso “faz tudo”); para a manutenção dos seus empregos elas se calam diante das situações de humilhação, racismo, assédios e exclusão, como notamos na discussão sobre o mercado de trabalho. Com poucas possibilidades de ascensão, mesmo quando já acessaram ao ensino superior, elas enfrentam barreiras diversas para assumir cargos de chefia e são cotidianamente colocadas a prova por sua condição de mulher, negra empreendedora.

Os marcadores interferem em graus diferenciados no acesso, permanência e ascensão das mulheres, mas percebe-se que o que há em comum na vida das mesmas é o fato de elas serem sujeitos socialmente entrecruzadas por um sistema de dominação que envolve tanto as questões estruturais econômicas e a sua condição de empreendedora, ainda distante da qualidade de vida que desejam. Essas mulheres percebem em suas vidas as consequências deletérias das outras formas de opressão, como é o caso do racismo e das diferenças de gênero.

6.4 ECOSSISTEMA AFROEMPREENDEDOR

Esta seção está organizada da seguinte forma: no primeiro momento discutiremos sobre as percepções dos empreendedores a respeito ao ecossistema empreendedor, num segundo momento descreveremos as políticas públicas e privadas que os nossos empreendedores tiveram acesso e num terceiro momento trataremos do ecossistema afroempreendedor a partir de uma perspectiva de aquilombamento.

Como principais pontos levantados nesse capítulo observamos que os empreendedores sinalizam que há uma forte distinção entre aquilo que eles associam ser ecossistema empreendedor e ecossistema empreendedor de pessoas negras/pretas. É como se existisse dois ecossistemas, um de pessoas não negras que tem muito mais oportunidades, e outro de pessoas negras que vem lutando para conseguir cada vez mais acessar lugares e espaços outrora não alcançados. Se por um lado, cada vez mais os negros se apoiam, criam suas próprias redes, constroem suas próprias oportunidades, viabilizando assim a participação de mais pessoas pretas no jogo empreendedor. Por outro, eles continuam fora do macro sistema, aquele cujos recursos circulam em maior montante e o Estado é provedor através de políticas públicas

6.4.1 Percepções sobre o Ecossistema Empreendedor

No terceiro capítulo abordamos o ecossistema afroempreendedor enquanto redes de solidariedade e aqui complementaremos essa trajetória a partir das experiências práticas dos nossos empreendedores.

Os ecossistemas de empreendedorismo são formados por um conjunto de elementos inter-relacionados que estimulam a criação e conduzem a qualidade dos negócios. Caracterizado como sistemas complexos e com alto grau de incerteza, o ecossistema empreendedor impulsiona a ação de entes públicos e privados em torno dos marcos regulatórios, políticas públicas e investimentos privados. Teoricamente, quem participa dos ecossistemas tem acesso a recursos, às vantagens de conhecer melhor a sua área, participando de capacitações e negociações estratégicas, enfim, quem acessa aos ecossistemas empreendedores tem a possibilidade de sair na frente na busca pelo “sucesso empreendedor”.

Para entender a relação dos nossos entrevistados com os ecossistemas empreendedores buscamos entender: a percepção deles e a acessibilidade: questionamos se acessaram políticas públicas, iniciativas privadas, acesso a crédito, acesso a qualificação, desenvolvimento e melhoria dos seus produtos/serviços, participação em redes de empreendedores, incubação, aceleração, rodadas de negócio, investimentos, enfim, as facilidades, barreiras e desafios na trajetória empreendedora, a partir da sua inserção nesses espaços.

Duas questões são fundamentais para entendermos a relação dos empreendedores negros com o ecossistema empreendedor. A primeira é a sinalização das inúmeras barreiras no processo de acesso e entrada no ecossistema por parte dos negros, e, a segunda, é que diante dessas barreiras, os negros se “aquilombam”, ou seja, se organizam e estruturam em grupos

para enfrenta-las, encontrar alternativas e superá-las.

Ao perguntarmos a percepção deles sobre o ecossistema empreendedor, eles direcionaram as respostas para as situações de preconceitos que viveram, os desafios e barreiras que encontraram, o distanciamento desse ecossistema e das suas políticas, das suas realidades, nos levando a concluir que o ecossistema empreendedor é racista e desigual e assim como o mercado de trabalho, impõe uma série de barreiras que dificulta o acesso aos empreendedores negros.

Concluimos que, pouquíssimos, dos nossos empreendedores já tiveram acesso a alguma política pública do setor. Eles alegam principalmente as dificuldades com a burocracia em participar dos processos, eles também informaram não acessar e não ter conhecimentos significativos sobre acesso a créditos e financiamentos. Os investimentos que eles receberam estão circunscritas às iniciativas direcionadas a empreendedores negros. Eles participam de inúmeras redes de empreendedores negros, que os ajudam, principalmente com apoio moral, como incentivo, escuta, referência, indicação de capacitações e editais, indicação para parcerias e etc.

Sobre as desigualdades sentidas no ecossistema empreendedor as empreendedoras Malaika e Nala problematizam situações que vivenciaram em processos de investimentos e aceleração:

Eu já percebi na minha trajetória empreendedora uma diferença muito grande na forma com a qual as pessoas analisam, por exemplo, a minha empresa e outras empresas de pessoas brancas. Então eu já tive essa percepção, eu já participei de alguns programas de aceleração, por exemplo, já recebi mentorias, já circulei nesse ecossistema empreendedor e de *startups*. E assim, eu consigo fazer essa comparação até por ter esse conhecimento técnico, digamos assim, eu consigo fazer essa comparação. E me questiono “Por que que essa pessoa está direcionando essa pergunta para mim? Por que essa pessoa teve um pressuposto que eu não conheço determinado assunto ou que eu não sei lidar com determinada coisa?” A pessoa branca ela não precisa comprovar que sabe determinados assuntos, ela monta uma frase se ela vier com um *Storytelling*²⁰, uma frase feita, um *pitch*²¹, ela é validada. As pessoas acreditam naquilo, acreditam que foi ela que realizou aquilo, que ela sabe fazer aquilo. E eu já recebi questionamento sobre algumas coisas que eu falei e eu entendi que aquele questionamento era para ter certeza se era eu mesma que estava no comando, digamos assim, se era eu mesma que tinha elaborado aquilo, se era eu mesma que tinha desenvolvido aquilo. Assim essa percepção para mim ela acaba sendo mais fácil,

²⁰ *Storytelling* é um termo em inglês. “*Story*” significa história e “*telling*”, contar. Mais que uma mera narrativa, *Storytelling* é definido como “a arte de contar histórias usando técnicas inspiradas em roteiristas e escritores para transmitir uma mensagem de forma inesquecível”. (VIEIRA, 2019). Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/storytelling/>. Acesso em: 22 de set. 2022.

²¹ O *pitch* é uma apresentação sumária de 3 a 5 minutos com objetivo de despertar o interesse da outra parte (investidora, investidor ou cliente) pelo seu negócio. Assim, deve conter apenas as informações essenciais e diferenciadas. SPINA (2022). Disponível em: <https://endeavor.org.br/dinheiro/como-elaborar-um-pitch-quase-perfeito/>. Acesso em: 12 ago. 2022.

porque não é a primeira vez. (Malaika).

No ecossistema empreendedor mesmo que você tenha uma ideia, tipo assim, a gente ficou um ano sem receber salário, sustentando a empresa com o dinheiro do nosso bolso. E mesmo com métricas, eu sei que existem muitos negócios que conseguem investimento só pelo PPT²², não tendo cliente, não tem CNPJ, não tendo nada que diga que aquela merda vai dar certo a não ser o *networking*, conhecer as pessoas certas, apertar as mãos certas e ter a cor certa também, né? Não sei se você leu aquele livro *Um defeito de cor*, parece que a gente tem um defeito de cor, é isso, é isso.” (Nala).

A empreendedora Malaika especificamente relata que apesar de se autovalidar enquanto empreendedora ou empresária, ainda sente muita dificuldade em relação a essa percepção do próprio ecossistema, ela cita episódios de preconceitos que viveu, perguntas em processos de incubação e aceleração que reiteram o tempo todo subjetivamente a sua “não capacidade” em estar à frente do seu negócio. A empreendedora Nala afirma que mesmo que o empreendedor tenha uma boa ideia, se profissionalize, tenha métricas, não adianta se ele não tiver “a cor certa”. Provado que a meritocracia nesse ecossistema passa pelo *networking*, ou seja, as pessoas que você conhece e os acessos que você consegue.

Notamos, através das falas das empreendedoras, que existe uma *práxis* do ecossistema empreendedor em questionar as capacidades e competências dos donos dos negócios de pessoas pretas, menosprezando os seus níveis de conhecimento sobre o mercado, o público e a gestão. Além disso, eles questionam a relevância do produto ou serviço prestado, reduzindo os mesmos a projetos sociais, amadores, filantrópicos, como já vimos anteriormente no capítulo dos negócios.

Nas percepções do empreendedor Jafari apesar do orgulho de se afirmar empreendedor negro, ele sente na pele as dificuldades no momento de tocar o seu negócio. Ele aborda a falta de conhecimento sobre o jogo econômico e as diferenciações estabelecidas nas relações dentro do ecossistema empreendedor, tocando nos desafios concernentes a formalização, a dificuldade de acessar crédito, questão do empréstimos e etc. Ele afirma que o empreendedor pode ter “*preparação espiritual, a resiliência, a cabeça forte*”, mas sem ter o conhecimento dos negócios, a sua existência enquanto empreendedor fica muito mais difícil:

A gente canta essa bola bonita aí de ser negro empreendedor, mas é muito difícil, porque eu não tinha referência. Eu não conhecia uma Rachel Maia, nem o Paulo Rogério que está tão próximo. Eram poucas pessoas negras e essas poucas pessoas negras que estavam, elas não conseguiam ter esse espaço para falar. Então a gente teve que viver a partir dessa luz “branca”. De pessoas brancas. E para ser pior, toda a nossa construção, é como o ditado diz, a gente está fritando o porco com a própria banha. É não ter esse financiamento, não ter esse suporte. Você pode ter a preparação espiritual, a resiliência, a cabeça forte para tudo, mas para os negócios você não foi

²² Referindo-se a uma apresentação de *Power Point*.

ensinado. Então, às vezes, você fica querendo voltar para o mercado de trabalho, querendo fechar empresa, não formalizando seus processos, tipo de ter CNPJ, de pensar em sair de MEI para ME. De ir num banco conversar sobre empréstimo, mesmo sem ter condições. (Jafari).

Mas, até mesmo quando os empreendedores negros conseguem superar essas barreiras iniciais de acesso, já dentro do ecossistema, eles precisam enfrentar outras situações de preconceitos. A empreendedora Nala cita um caso de um investidor branco que não aceitou ser questionado sobre um contrato que aportaria valores dentro do negócio da empreendedora. Ao ser questionado ele desmereceu as habilidade e conhecimentos jurídicos da empreendedora afirmando que ela não tinha capacidade para tocar o negócio:

A gente já teve prestes a fechar um contrato de investimento que a gente declinou porque a gente fez toda o processo, fez diligência, apresentou documento, na hora que o contrato estava na mesa, a gente estava questionando algumas cláusulas, o que é normal, se eu mandar um contrato para você, você vai ler, e vai falar “ah, essa aqui eu tenho dúvidas, essa tem que ser alterado e tal”. E aí a pessoa ficou muito irritada e disse assim “ah, esse contrato foi feito por sete advogados e eu acho que vocês não têm capacidade para tocar o negócio de vocês se vocês estão questionando esse contrato”. Sendo que tipo assim, o olho do dono engorda o gado, é óbvio que eu vou me preocupar com qualquer documento que eu for assinar. E ainda bem que eu me preocupei. Porque senão não teria essa resposta. Era uma aceleradora, o cara era branco. (Nala).

Os episódios de racismo também acontecem durante a própria prática empreendedora, no seu fazer do dia a dia, vejamos o caso do empreendedor Jafari que sofreu racismo em Salvador em um prédio da cidade, enquanto estava indo fazer apresentação dos seus produtos para funcionários no local.

O cara puxou uma arma. Segurou na arma assim (fazendo o gesto) para eu me amedrontar enquanto eu estava indo lá fazer uma apresentação das camisas, dos produtos para um funcionário de lá. Então assim, eu tenho que estar com uma couraça sempre sendo mais simpático do que o que eu já sou, sendo mais leve, abrindo a sacola dez vezes, nas dez vezes que eu passo na portaria, porque eles querem que eu abra dez vezes. Eles pensam que eu possa levar uma arma, uma bomba, uma droga, uma, sei lá, alguma coisa super proibida ali. Até eles entenderem que não. Eu paro para eles verem que eu estou indo fazer uma entrega, que eu estou num processo de promoção ali e é isso. (Jafari).

O empreendedor nos revela que um negro não pode mercar em paz. Ele não tem acesso livre aos mercados. Ele não pode sair e entrar simplesmente, mesmo que não queira ser percebido, porque ao negro é imputado esse lugar do não lugar. Como nos sinaliza Achille Mbembe (2018), “onde quer que apareça, o negro desencadeia dinâmicas passionais e provoca uma exuberância irracional que invariavelmente abala o próprio sistema racional”. Aquilo que o próprio autor chama de “delírios que a modernidade produziu”, que causa no imaginário das sociedades as designações primárias, pesadas, perturbadoras e desequilibradas, símbolos de intensidade crua e repulsa sobre o negro e a raça. Vejamos o caso da empreendedora Kalifa,

cansada de não ser remunerada pelo seu trabalho e de ser usada enquanto “figurante” no processo de diversidade das empresas:

Então um dos maiores problemas que eu tive durante o meu negócio é a galera que não queria me pagar e eu não falo só sobre pessoas pretas, eu falo de pessoas brancas também. Que achavam que não deveriam me pagar. Tipo “o seu trabalho não merece ser pago”. Isso é uma coisa que aconteceu muito. Ou então de pessoas brancas que viam naquele lugar de “eu preciso de um preto aqui para legitimar o que eu estou fazendo”. E aí me contratavam só para ser figurante mesmo. E ao mesmo tempo, processo de contratação também, nem todo mundo leva a sério ter uma liderança negra à frente do negócio. Então esses são os meus maiores desafios que eu tinha lá atrás, em 2019, e continuo tendo hoje. (Kalifa).

6.4.2 Acesso a Políticas Públicas e Privadas

Ao ser questionados sobre o acesso às políticas públicas de empreendedorismo, os empreendedores Jafari, Kalifa e Malaika relatam os desafios ligados a burocracia, principalmente em relação à participação em políticas e editais públicos, que acabam dificultando o seu acesso aos recursos disponíveis. Jafari, especificamente expõe uma situação de desencontros de informações que viveu ao procurar uma agência de fomento do estado da Bahia.

As informações são truncadas, você precisa de um contador de confiança. Você precisa de ter um relatório mensal de conta e retorno de X valores, que para a gente que é pequeno empreendedor, microempreendedor não é impossível, mas é mais difícil. Eu já tentei também com o Desenbahia²³, mas as informações, por exemplo, “ah, vou lá no Desenbahia”, você chega e o cara lhe dá um panfleto e manda você olhar no site. Aí você manda um e-mail, você faz a coisa, nunca chega. Você acaba desistindo, porque a barreira da rede social é mais difícil. Não tem uma pessoa que lhe liga, que fale com você. (Jafari).

Kalifa reforça que a sua dinâmica de vida enquanto microempreendedora não consegue dar conta das inúmeras exigências de participar desses processos, ela cita a tentativa de participar da seleção de um Programa Público. Malaika reafirma que os valores financeiros disponibilizados são tão irrisórios, que muitas vezes o esforço burocrático de levantar a documentação não vale a pena:

Eu nunca acessei porque geralmente, por exemplo, Programa Centelha²⁴ é um edital

²³ Agência de Fomento do Estado da Bahia S/A (Desenbahia) - é uma instituição financeira vinculada à Secretaria da Fazenda do Estado da Bahia, caracterizada como uma agência de fomento, com o objetivo de promover o desenvolvimento econômico e social da Bahia através da concessão do crédito. Disponível em: <https://www.desenbahia.ba.gov.br/>. Acesso em: 22 de set. 2022.

²⁴ O Programa Centelha é um programa de incentivo ao empreendedorismo inovador que objetiva transformar ideias em negócios. O Programa oferece para os selecionados recursos financeiros a fundo perdido, ou seja, não é necessário devolver ou retornar os recursos, capacitações, acompanhamento e acesso à empresas parceiras, que disponibilizam seus produtos ou serviços de forma gratuita ou vantajosa para os empreendedores participantes da

extremamente burocrático, então ele não funciona para mim. Na verdade, é cansativo [...] quando você é microempreendedor, você não tem condições de passar dois, três dias fazendo o edital e você parar tudo, então eu nunca acessei. [...] eu até tento, às vezes tem programa do Sebrae, mas os editais eu acho muito burocráticos. Pedem muita documentação que às vezes a gente não tem, que a gente nunca teve. E eu já perdi algumas oportunidades por conta disso. Às vezes a documentação é documentação que você tira na Caixa, só pode tirar presencial, e são três, quatro horas de fila, tipo, não faz sentido. Para a realidade que eu tenho. Então eu não consegui acessar essas políticas. (Kalifa).

Assim, aqui no Rio está bem complicado para quem está empreendendo. O Rio de Janeiro a questão econômica aqui está bem complexa. E a gente começou a pandemia. Então são poucas as oportunidades que eu percebi e que eu consegui ter acesso. Eu já tentei, tentei poucos na verdade porque foram pouquíssimos que eu soube, tive conhecimento de que teria um, mas não valeria a pena. Porque às vezes é um edital que vai abrir para 2 mil, 3 mil reais, então o tempo que vai me demandar nisso, não vale a pena. Então são poucas as possibilidades e nós somos poucos para operar uma empresa que está funcionando e ao mesmo tempo conseguir responder a esses editais. (Malaika).

O quadro abaixo é uma fotografia das políticas públicas que cada empreendedor teve acesso desde a abertura dos seus negócios:

Quadro 16 - Acesso as Políticas Públicas Empreendedores

Empreendedor	Política Pública	Benefício
Akin	Programa InovAtiva do Governo Federal,	Ações de formação em empreendedorismo.
Aziza	Hub Salvador	Utilização do <i>coworking</i>
Jafari	CredAmigo do Banco do Nordeste	Concessão de empréstimo
Bintu	Acesso ao Espaço Colabore	Realização de cursos da sua empresa
Fayola	Auxílio Emergencial do Governo federal Edital de Cultura da Secretária de Cultura do RJ	Política Pública de transferência de renda Oferta de oficinas de artesanato para microempreendedores
Kalifa	Acessa ao Espaço Colabore	Realiza cursos da sua empresa
Malaika	Nunca acessou política pública	Não se aplica
Nala	Nunca acessou política pública	Não se aplica
Zuri	Nunca acessou política pública	Não se aplica

Fonte: Autoria Própria

Em síntese podemos observar na tabela que três empreendedoras nunca acessaram políticas públicas. Dos outros empreendedores que acessaram temos, o empreendedor Akin que acessou uma iniciativa federal que visava capacitação da equipe nas questões empreendedoras. Especificamente no caso dos empreendedores de Salvador, o Akin e Aziza, Bintu e Kalifa eles acessaram políticas que estão atreladas a iniciativas públicas-privadas e tem a ver com a disponibilidade de *coworking* para o uso como escritório temporário da empresa, ou como local

iniciativa. O programa é uma iniciativa do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, realizada pelo FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), com o apoio do CONFAP (Conselho Nacional das Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa), CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e a CERTI (Centro de Referência em tecnologias Inovadoras).

de realização de cursos e atividades pelos empreendedores.

Listamos abaixo as políticas públicas com a sua devida descrição. Todas as informações foram retiradas dos sites e das redes sociais das iniciativas:

- InovAtiva tem como finalidade impulsionar o empreendedorismo inovador brasileiro. Se caracteriza como um programa de aceleração e um hub com uma série de produtos e programas para o ecossistema de inovação, desde a formação do empreendedor, aceleração de negócios, até de impacto socioambiental positivo, e conexão com os atores do ecossistema, através de eventos, tornando o mesmo uma plataforma completa de apoio ao empreendedorismo inovador no Brasil. A realização é feita pela Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade do Ministério da Economia (Sepec/ME) e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Já a execução do hub é feita pela Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras (CERTI). Em 2021, a Associação Brasileira de Startups (Abstartups) e o Impact Hub ingressaram, por meio da atuação em rede, como co-executores;
- Hub Salvador é uma iniciativa de parceria pública e privada, que oferta as empresas interessadas pacotes de serviços e vantagens para a sua instalação local, como endereço fiscal, serviços de recepção, infraestrutura de internet, *coworking*, salas de reuniões, estúdios de fotografia, entre outros). Para participar, nos dias atuais, a empresa precisa aderir a um dos pacotes de assinatura mensal;
- Crediamigo é o maior programa de microcrédito produtivo e orientado do Brasil. Todos os empreendedores individuais ou reunidos em grupos solidários, que atuam no setor informal ou formal da economia, podem ter acesso ao microcrédito;
- Centro Municipal de Inovação Colabore é uma iniciativa de parceria entre a prefeitura de Salvador, o Sebrae Bahia, com participação da ONG Parque Social. Primeiro *coworking* público da cidade, o projeto busca impulsionar a área de tecnologia da cidade em ações com enfoque social. O Colabore pode ser utilizado por microempresas, microempreendedores individuais (MEIs), *startups* ou pessoas que sugiram soluções de impacto social para Salvador. VIGNÉ (2019).

A empreendedora Fayola além de ter sido empreendedora beneficiada pela política pública de Auxílio Emergencial no período da pandemia de Covid-19, também acessou um edital no estado do rio de Janeiro, ofertando cursos ao mercado para outros empreendedores na área de artesanato. Somente o empreendedor Jafari conseguiu acessar crédito através de política pública e sobre essa experiência ele relatou:

A gente fez o CrediAmigo, conseguiu ser um grupo de amigos que fez, eu acho que é bom. Mas também quando você olha é R\$ 1.500,00, é um valor muito baixo, é quase irrisório para a estrutura que a gente quer montar, pensando-se em quem, como eu, já produz duas mil peças, três mil peças. Que chega a R\$ 15.000,00 R\$ 20.000,00 de produção, é muito baixo. (Jafari).

Aos empreendedores que nunca acessaram crédito, ao questionarmos porque nunca tinha tentado, normalmente as respostas ficavam entre a falta de conhecimento sobre o tema, a desconfiança do sistema bancário e o medo de se comprometer, sujar o nome, não conseguir cumprir com o compromisso de pagar, como podemos observar nas falas dos empreendedores Akin e Fayola:

Eu sempre acreditei que tem meios mais fáceis. Não, na verdade nem são meios mais fáceis. São meios menos comprometedores de conseguir dinheiro. Quando você faz crédito você acaba se comprometendo. E se você, não tiver como pagar acaba sujando seu nome. Às vezes falindo empresa, quebrando mais rápido através de crédito. (Akin) Não me sinto segura de procurar um financiamento, porque eu ainda não entendo direito da questão de juros, como eu tenho que pagar, como eu tenho que fazer metas para eu poder cobrir esse financiamento, eu ainda me sinto insegura mesmo, tipo, meio leiga, eu pretendo buscar uma pessoa pra me ajudar a entender isso pra eu poder fazer um financiamento, porque depois que a gente aprende a não usar crédito, que é melhor ficar no débito, a gente passa por um modo de operar diferente, né? Isso na vida pessoal, então eu tenho que meio que desmistificar isso e buscar sim, mas eu acredito que vou conseguir, se eu tentar. (Fayola).

Quanto ao acesso a iniciativas privadas, o quadro abaixo resume aquelas que os empreendedores já tiveram acesso:

Quadro 17 - Políticas Privadas

Empreendedor	Políticas Privadas	Benefício
Akin Aziza	FundBlackFounders do Google	Investimento privado para sustentabilidade da organização e pró-labore dos sócios, por um determinado tempo Acesso a redes de empreendedores Indicação para rodadas de investimentos.
	Vale do Dendê Pense Grande Sebrae	Capacitação empreendedora; Programa de Aceleração; Mentorias; Acesso a pequenos recursos. Acesso a redes de empreendedores Indicação para rodadas de investimentos
Jafari	Feira de Empreendedores Negros Solidários	Programa de Aceleração; Capacitação Empreendedora;

	Vale do Dendê Afro Fashion Day Casa de Criadores Sebrae	Mentorias; Divulgação e venda dos produtos; Participação em eventos de moda; Participação em Feira Indicação para rodadas de investimentos Acesso a redes de empreendedores
Bintu	Sebrae Incubadora UNIFACS	Incubação; Capacitação Empreendedora. Acesso a redes de empreendedores
Fayola	Instituto Feira Preta Rede Brasil Afroempreendedor - Reafro. Edital Empreendedoras Periféricas Movimento Black Money Sebrae	Incubação; Capacitação Empreendedora; Mentorias; Divulgação e venda dos produtos; Participação em eventos de moda; Participação em Feira Acesso a redes de empreendedores Indicação para rodadas de investimentos
Kalifa	Vale do Dendê Pense Grande Sebrae	Programa de Aceleração; Capacitação em empreendedorismo; Mentorias; Acesso a recursos; Acesso a redes de empreendedores Indicação para rodadas de investimentos
Malaika	Movimento Black Money Reafro Coletivos Pais Pretos Presentes	Capacitação Empreendedora; Mentorias; Participação em Feira <i>Coworking</i> Acesso a redes de empreendedores
Nala	FundBlackFounders Founder do Google The Foudner Institute California PreCapLab Garagem GetUp WeWork	Investimento privada para sustentabilidade da organização e pro-labore dos sócios, por um determinado tempo Acesso a redes de empreendedores Indicação para rodadas de investimentos
Zuri	Sebrae Mercado Iaô	Capacitação Empreendedora; Mentorias; Participação em Feira <i>Coworking</i> Acesso a redes de empreendedores

Fonte: Autoria Própria

Notamos que o acesso a iniciativas privadas é bem mais expressivo para os afroempreendedores do que as iniciativas públicas, isso se deve a processos menos burocráticos, com menores exigências. Além disso muitas das iniciativas acessadas já são voltadas para pessoas negras e para alcançá-los elas consideram as suas realidades de dificuldade para formalização, acesso a recursos, entre outros. Listamos abaixo, em ordem alfabética, a descrição de cada iniciativa. Todas as informações foram retiradas dos sites e das redes sociais das iniciativas:

- Afro Fashion Day: Festival de moda promovido pelo Jornal Correio da Bahia, busca

empoderar os cidadãos, a cultura, a criatividade e a beleza negra em Salvador, através de diversas ações de divulgação das iniciativas locais de moda.;

- Casa dos Criadores: é um evento dedicado à moda autoral brasileira, que objetiva o lançamento de novos talentos. Trata-se de uma plataforma de tendências e debates, experimentados e discutidos num ambiente inclusivo em que estilistas, artistas e profissionais do mercado produzem, provocam e criam coleções, desfiles e imagens que retratam suas existências, suas causas e seus trabalhos;
- Empreendedoras Periféricas: um projeto criado pelo Instituto Grupo Pão de Açúcar, em parceria com a Fundação Tide Setubal, para oferecer apoio técnico e financeiro a micro e pequenas empreendedoras do Rio de Janeiro;
- Feira de Empreendimentos Negros Solidários: Projeto inicialmente executado por meio do Edital da Década Afrodescendente, da Secretaria de Promoção da Igualdade Racial do Estado da Bahia (SEPROMI). Realizado pelo Coletivo de Entidades Negras (CEN) tornou-se uma loja colaborativa localizada na sede da organização;
- Feira Preta: nasceu em 2002, focada na venda de produtos de empreendedores negros. Com o passar dos anos, se tornou um festival com conteúdos, produtos e serviços nos mais diversos segmentos;
- FundBlackFounders: Iniciativa do Google para investimento em *startups* fundadas e lideradas por empreendedores negros e negras no Brasil. Disponibiliza recursos a fundo perdido para fomentar os negócios;
- Garagem GetUp: denominando-se como a garagem de empreendedorismo, tecnologia e inovação da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), a organização capacita empreendedores e os seus negócios;
- Incubadora de Negócios Unifacs: constitui-se como um ambiente preparado para estimular e apoiar o desenvolvimento de novos empreendimentos. Seus esforços procuram garantir condições de autonomia e auto sustentação de empresas nascentes, em prazos pré-determinados;
- Mercado Iaô: é um Centro de Arte, de Educação, de Cultura e de Negócios Criativos. Localizado na Península de Itapagipe, em Salvador, Bahia, surge com a desafiadora meta de se constituir como um espaço de referência para o Artesanato e para a Cultura da Bahia, na busca por maior inclusão social, desenvolvimento sustentável e responsabilidade social;
- Pense Grande: Iniciativa da Fundação Telefônica Vivo com apoio da Aliança

Empreendedora, visa a apoiar jovens empreendedores em todo Brasil e incentivar que, a partir de formações práticas, possam aprimorar, implementar e até mesmo formalizar suas iniciativas de impacto;

- PreCapLab: Laboratório de Captação de Recursos para Empreendedores Negros é uma iniciativa da DIMA Ventures Lab, cujo objetivo é identificar e preparar empreendedores negros, líderes das empresas mais inovadoras e disruptivas ao redor do Brasil, e os preparar para o processo de captação de investimento de capital de risco desde o *pitch* até a negociação dos termos contratuais;
- REAFRO: A Rede Brasil Afroempreendedor é uma Associação Nacional de Direito Privado, sem fins lucrativos, de apoio e fomento ao afroempreendedorismo, se constitui como ferramenta substantiva para a organização e fortalecimento das/dos Afroempreendedores. A Rede está ancorada na missão de fortalecer o afroempreendedorismo por meio da educação empreendedora;
- The Founder Institute é uma incubadora de negócios americana, treinamento de empreendedores e programa de lançamento de startups que foi fundado em Palo Alto, Califórnia em 2009. Embora baseado no Vale do Silício, o Instituto Founder mantém filiais em mais de 180 cidades e mais de 65 países;
- Vale do Dendê: é uma organização social que tem como objetivo fomentar ecossistemas de empreendedorismo e impacto social com foco em diversidade. Oferta cursos, programas de aceleração;
- WeWork: Empresa de aluguel de imóveis em várias cidades ao redor do mundo, que converte os espaços em *coworking* modernos. Para estimular o empreendedorismo negro, a WeWork lançou um programa que oferece escritórios privativos em uma de 30 unidades no Brasil, sem custo, pelo período de um ano.

Notamos que o maior benefício para os empreendedores ainda está relacionado a capacitações nas temáticas do empreendedorismo e acesso a redes empreendedoras. Grande parte das iniciativas que apresentam fundos de investimentos disponibilizam valores pouco expressivos, mas que de certa forma, acabam trazendo benefícios significativos considerando que grande parte dos recursos que os empreendedores injetam nos seus negócios são próprios.

A grande demanda informado pelos nossos empreendedores é justamente a necessidade de novos investimentos, para que eles consigam abarcar recursos para o capital de giro, pagamento do próprio *pro-labore* e da equipe, como eles sinalizaram. Eles afirmam que se

tivessem recursos teriam maiores condições de dedicação ao empreendimento não precisando recorrer a outras fontes de recursos para se auto remunerar e colocar recursos nos negócios.

6.4.3 Aquilombamento em forma de Ecossistema AFROEmpreendedor

No terceiro capítulo da tese discutimos o ecossistema afroempreendedor o inserindo enquanto redes de solidariedade. Essa seção reforça as discussões já levantadas tendo como base as experiências dos empreendedores. Como estratégia para vencer as barreiras impostas, os empreendedores se reúnem em ecossistemas de afroempreendedores, cujo funcionamento passa por contribuir, divulgar, orientar, mentorar, apoiar, empreendedores e negócios de pessoas pretas. Vejamos o que nos relata a empreendedora Malaika sobre a questão do pertencimento étnico racial entre as pessoas negras dentro do ecossistema:

Mesmo que você tenha acessos ou não, ou que você tenha investimento ou não, a questão racial vai unir a gente. Eu aqui tenho um negócio que tem um propósito, tem um público-alvo que a raça é determinante para isso. Então, assim, eu tenho pessoas com grana na Zona Sul do Rio, são pessoas pretas que são minhas assinantes e tenho dentro da favela. Por que que uma pessoa de dentro da favela está dando o mesmo valor que uma pessoa que está na zona sul do Rio de Janeiro? Porque raça, os desafios de criar uma criança preta unem essas pessoas. Então a gente vê movimentações de pessoas que estão empreendendo, mas que elas estão empreendendo para formar, para maturar esse ecossistema. E isso é muito importante. Então a gente vê tanto acelerador, programas de aceleração, de incubação voltado para as pessoas negras, pra afroempreendedores. Transformação digital, de negócios, de pessoas negras. Isso tanto para negócios que tem como público-alvo pessoas negras, quanto para negócios de pessoas negras que não trabalham necessariamente com raça. Então essa consciência é de que a gente de qualquer forma vai enfrentar os mesmos obstáculos. A pessoa negra que hoje está empreendendo por necessidade, se ela, com muito sacrifício, conseguir ser bem sucedida, entre aspas, ela vai passar para outro estágio que é ser uma pessoa negra empresária nesse país e vai continuar tendo dificuldades. Então hoje em dia a gente já começa a se olhar e entender que, em qualquer estágio que o nosso negócio estiver, de diferentes formas, a gente vai ser impactado da mesma maneira, em escalas diferentes, mas são os mesmos pontos que vão fazer com que os nossos negócios não avancem. (Malaika).

A empreendedora afirma que não importa o estágio que o negócio de uma pessoa preta esteja, se inicial, por necessidade ou mais avançados, mas as questões da desigualdade racial sempre irão atravessá-los. E ela ainda registra que percebe hoje no ecossistema pessoas, aceleradoras, incubadoras que tem objetivos de formar e maturar o sistema afroempreendedor. Sinal de que eles vêm atuando sistematicamente em ações de incidência para a mudança das realidades. É importante pontuar que a empreendedora Malaika, além de fazer parte das redes de afroempreendedores como mentora de negócios, dando suporte aos mesmos no desenvolvimento dos seus negócios.

O quadro abaixo, com a lista das redes empreendedoras que os nossos entrevistados

fazem parte apresenta, em grande parte, muitas dessas iniciativas que tem atuado para a inserção de mais pessoas negras nesses espaços:

Quadro 18 - Redes Empreendedoras

Empreendedor	Redes Empreendedoras	Benefício informados pelos Empreendedores
Akin Aziza	Black Found Foundation - Google for Startups Black Inovation, Black Business Bahia AGE - Associação de Jovens Empreendedores Visa for startups Confraria do Empreendedor All Saints Bay Rede Conectaê	Desabafo sobre os desafios do negócio; Escuta dos seus principais problemas; Discussões sobre afroempreendedorismo; Discussões sobre a realidade do negro no ecossistema; Divulgação das atividades do negócio; Divulgação de oportunidades e editais; Fechamento de Parcerias; Conhecer negócios parecidos e suas estratégias de atuação; Indicação para palestras; Aquisição de novos conhecimentos; Compartilhamento de cursos de desenvolvimento e programas de aceleração. Divulgação de oportunidades de investimentos;
Jafari	Feira de Empreendedores Negros Solidários Black Business Bahia	
Bintu	Black Business Bahia Social Lab Open Innovation	
Fayola	Feira Preta; Casa As Josefinas Colab, Movimento Black Money Encontro Preto Trabalho de Preto	
Kalifa	Rede Pense Grande Black Business Bahia Social Good Brasil Rede Conectaê	
Malaika	Reafro	
Nala	Black Found Foundations - Google for Startups The Founder Institute PreCapLab Garagem GetUp	
Zuri	Sebrae Mercado Iaô	

Fonte: Autoria Própria

As redes aqui apresentadas funcionam em nível local e nacional. Os empreendedores apontam que como maior benefício em participar dessas redes está a conexão com outros empreendedores, estar atualizado sobre o que há de novo no ecossistema, acessar oportunidades que eles não teriam conhecimento se não estivessem nesses grupos. A maioria dos grupos funcionam através do WhatsApp. Alguns com encontros presenciais esporádicos para trocas entre os empreendedores.

Os perfis das redes variam, desde redes de formação e capacitação nas temáticas empreendedoras, até redes de investimentos. A maioria das redes fornece benefícios de capacitação, mentoria e suporte ao empreendedor. Os empreendedores também citaram benefícios como escuta dos desafios diários que enfrentam, compartilhamento de problemas e

soluções, indicações para palestras. Um dos benefícios mais colocados foi a vantagem de ter pessoas referências que consigam dar conselhos, alternativas e caminhos para os desafios que eles passam nos seus negócios no dia a dia, como pode ser visto na fala do empreendedor:

Esse ecossistema me fortalece. E muito. Esse evento que eu fui agora. Eu encontrei uma galera preta lá, que eu já conhecia online. Então, tipo, Adriana da Feira Preta. Amanda, que é responsável de inovação da Cubo, do Itaú lá em São Paulo. Karine da Wakanda foi também. Então acabei achando uma galera de um nível que eu falei assim: “Nossa” e acaba se fortalecendo estando nesses meios. Porque eu penso “não, se ele chegou, eu consigo”. Se um abriu a porta os outros entram.” (Akin).

Eles também citaram que através das redes ganharam visibilidade, tanto a nível local, quanto a nível nacional, tendo em alguns casos conseguido destaque na imprensa, através de grandes veículos de comunicação. Aqui percebemos como essas redes elas estão diretamente relacionadas à pessoa do empreendedor, não diretamente ao negócio.

Akin é um dos empreendedores mais articulados em termos de participação em redes empreendedoras. Ele sente que o fato de ser um empreendedor periférico e negro aumenta as barreiras de acesso dentro do sistema empreendedor. Na concepção dele “*se eu fosse um favelado branco, teria mais acessos também*”. Ele afirma que o seu acesso a oportunidades de negócios e investimentos se dá através do ecossistema negro existentes no Brasil.

Eu faço parte de alguns grupos de inovação que só tem a galera preta. Tipo o Black Fund Foundations que é do google for *startups*; tem um que é o Black Inovation, que é um grupo independente que acabou de ser montando. Temos grupos pretos assim que acabam entrando nesse ecossistema e que a gente acaba se juntando. Hoje o povo negro está passando por uma reparação assim, tão tentando retribuir o que o povo viveu. E nessa fase de reparação tem muitas coisas, muitas oportunidades que tão chegando, que, por ser preto está aparecendo, o Black Foundation é um fundo com muito dinheiro que é só pra negros e por eu ser negro foi uma possibilidade para mim. (Akin).

O empreendedor atesta que o fato da existência de empreendedores negros que buscam negócios de pessoas negras para investir é uma grande mudança de paradigma no mercado, considerando que até pouco tempo atrás só era possível ver pessoas brancas nessa posição.

Eu falo para minha companheira hoje, que assim, se a galera soubesse abraçar essas oportunidades a gente (falando da população negra) já tinha ocupado mais da metade do mercado há muito tempo, de liderança, eu não estou falando nem de funcionário, mas de liderança, há muito tempo. Tanto que já conheço alguns investidores negros. Que antes só tinham brancos. (Akin).

Akin também cita a necessidade de cada vez mais ter pessoas aliadas não negras para possibilitar o acesso à informação e aos espaços de maior poder e oportunidade, ele expressa: “*por isso que eu gosto do filme Infiltrado na Klan, porque os negros começam a usar pessoas não negras, que algumas apoiam a causa, para estar entrando nesses meios.*”. Ele cita, por exemplo, que a única rede de empreendedores não negros que ele participa só foi possível o

acesso por conta da indicação de pessoas brancas aliadas que participava desses espaços de ecossistema negro empreendedor.

Hoje eu tenho acesso a uma rede que quase 100% do ecossistema deles é branco. Mas já participei de eventos sem ser do ecossistema (branco) por causa de um amigo, que é branco, a gente tem que criar meios de se conectar com outras pessoas não negras para estar entrando, pra puxar outras pessoas negras. (Akin).

Com isso, notamos que os empreendedores negros fazem parte de um AFROecossistema, mas que não só comporta eles mesmos, mas pessoas chamadas de aliadas a causa negra, e só por conta da existência desse afroecossistema eles estão conseguindo alguns acessos a benefícios, conhecimentos estratégicos para os seus negócios, entrada em algumas redes significativas, acesso à investimento, capacitação, parcerias e etc.. Dos nove empreendedores, somente o empreendedor Akin e a empreendedora Nala participavam de outras redes formadas por maioria de pessoas não negras, todos os outros ao retratar seus parceiros, suas articulações se referiam, majoritariamente, a empreendedores, iniciativas e organizações negros, como podemos perceber nas falas abaixo:

Eu também acesso outras redes de empreendedores não negros, mas estou mais envolvido ao meu ecossistema de empreendedores negros (Akin).

Eu até pensei aqui, mas eu só conheço empreendedores pretos. (Aziza).

Minha referência é Paulo Rogério, Madá Negrif, Najara Black (todos empreendedores negros), conheço eles, eles me conhecem. São minhas referências do mundo empreendedor. Eu faço parte de grupos que são afroempreendedores, são pessoas negras que estão ali, só que elas são donas de restaurantes, elas são donas de empresas de engenharia. (Jafari).

Assim eu, eu vou dizer para você que eu confesso que eu vivo meio que numa bolha. Porque a maior parte dos meus amigos empreendedores são pessoas pretas. (Nala).

Os empreendedores nos sinalizam que há uma forte distinção entre aquilo que eles associam ser ecossistema empreendedor e ecossistema empreendedor de pessoas negras. É como se existissem dois ecossistemas, um de pessoas não negras que tem muito mais oportunidades, e outro de pessoas negras que vem lutando para conseguir cada vez mais acessar lugares e espaços outrora não alcançados. Se por um lado, cada vez mais os negros se apoiam, criam suas próprias redes, constroem suas próprias oportunidades, viabilizando assim a participação de mais pessoas pretas no ecossistema empreendedor.

Por outro, eles continuam fora do macro sistema, onde a grande parte dos recursos circulam, ou o Estado é provedor através de políticas públicas, e os grandes investidores, aqueles de capital aberto, que estão situados na bolsa de valores, atuam com forte participação. Assim, nota-se que empreendedores negros estão acessando ainda poucos espaços, acessando editais só para pessoas negras, fundos só para pessoas negras e todas as outras oportunidades

existentes no ecossistema de maneira geral não estão tão acessíveis a eles quanto deveriam estar.

Por fim, esse compromisso com a raça das pessoas negras tem sido a valia de muitos empreendedores. A empreendedora Kalifa disse que o que unia alguns negros não era a participação em movimentos de militância, mas a questão da identidade a partir da raça, ela colocou *“é você se ver e se reconhecer, sem necessariamente participar de algum movimento”*. Vamos analisar o caso da empreendedora Nala, que quando o sócio dela resolveu abrir o negócio na área de direito, ele o fez, porque percebeu o quanto o acesso à direitos era um privilégio. O fundador e a nossa empreendedora estudavam na mesma faculdade, mas não se conheciam. Foi através de um convite em uma rede social que eles se falaram pela primeira vez. Logo após, ele a convidou para conhecer a ideia e pouco tempo depois ela já era a sua sócia. A aproximação dos dois ocorreu por uma possível “afinidade” pautada na identidade de pertencimento, conforme podemos observar nas palavras da empreendedora:

Porque eu acho que assim faz parte do que eu acredito enquanto sociedade, enquanto comunidade preta principalmente. Era um cara preto me pedindo ajuda, então assim “mano, óbvio que eu vou te ajudar”. Ele foi me explicando o que que ele pretendia fazer, como é que funcionava e tal. Eu nunca tinha ouvido falar nesse negócio de *startup*, empreendedorismo, não sei o quê. E aí eu fiquei muito encantada. E falei com ele “o direito super quadrado, burocrático, uma linguagem difícil. Você está fazendo uma coisa bem legal. E aí foi o que eu pensei, se der muita merda, eu vou ter aprendido muita coisa. (Nala).

Apesar de não se conhecerem, de não saber nada sobre startup ou empreendedorismo, apesar dos riscos, a empreendedora aceitou o convite, motivada pelo encanto da proposta, mas ancorada na sua crença de que precisava ajudar um cara preto, que te pedia ajuda. Desta forma percebemos que pessoas pretas se aliam a pessoas pretas, a partir da raça e de afinidades amparadas pela raça, em processos que passam principalmente por construir juntos, crescer juntos, ascender juntos.

Patrocínio (2022, p. 2) nos informa que o aquilombamento é este termo contemporâneo, que sinaliza para a reunião de pessoas negras em torno da raça. Ela afirma que o aquilombamento entre as pessoas negras são novas formas de territorialização de sujeitos que vivem e estão em processos perenes de reconceitualização das estéticas da negrura e das identidades [...] tais instâncias de contato e troca apontam para o surgimento de aquilombamento éticos e estéticos, instaurando maneiras de relacionalidade inéditas. E ela ainda continua afirmando que para além de ser pensada no sentido revolucionário e político de agrupamento de pessoas negras,

[...]essa noção, como estamos propondo, se projeta como movimento: juntar-imaginar-criar-transcriar-reimaginar para, além de movimentar sentidos outros, descortinar o próprio sentido múltiplo das experiências pretas. Logo, refletir sobre o processo de quilombamento, na contemporaneidade, é apontar práticas éticas e estéticas comprometidas em fundar novas possibilidades de existir, criar e se relacionar. (PATROCÍNIO, 2022, p. 4).

Assim, esse conceito de quilombos contemporâneos nos sinaliza que nos espaços onde estejam, seja nas artes, na academia, no empreendedorismo, os negros unidos estarão juntos a partir de um sentimento de empatia coletivo que contempla as dores e agruras de suas vivências, mas também o desejo de construção de outros repertórios para os seus futuros.

7 PERTENCIMENTO ÉTNICO RACIAL E AS INTERMEDIÇÕES DAS IDENTIDADES AFROEMPREENDEDORAS

Nesta seção abordaremos as intermediações entre o pertencimento étnico racial e a identidade empreendedora dos nossos entrevistados. Ampliaremos as discussões em torno das dimensões simbólicas na prática de cada empreendedor. Na primeira parte abordaremos o Afroempreendedorismo e as suas dimensões simbólicas, onde apresentaremos de que forma os empreendedores percebem o atravessamento de cada dimensão, seja ela política, através da representatividade; a econômica, através do mercado de consumo; a ligação ancestral, através da conexão com o Sagrado; e o compromisso ético social com a identidade.

Na segunda parte trataremos da metamorfose empreendedora indentificando como o fato de entender-se enquanto empreendedor ressignifica o olhar e a prática dos empreendedores, fazendo com que estes adotem novos discursos e novas ações no seu dia a dia. E na última e terceira parte discutiremos como os empreendedores desta pesquisa percebem uma dimensão de triunfo, vitória e auto realização no empreendedorismo.

7.1 AFROEMPREENDEDORISMO E AS SUAS DIMENSÕES SIMBÓLICAS

Esta seção reforça na prática as discussões já empreendidas no quarto capítulo desta tese, ao abordarmos o afroempreendedorismo em suas dimensões simbólicas. Assim, muitas falas aqui irão soar repetitivas, considerando que elas foram problematizadas a partir de uma perspectiva de embasamento teórico. Apresentaremos nesta seção, a partir das narrativas dos empreendedores as características políticas e simbólicas do movimento afroempreendedor.

- Dimensão Política - representatividade

A nossa empreendedora Kalifa, nos apresenta aquilo que ela chama de “*perspectiva política*” da sua ação enquanto uma mulher afroempreendedora, distinguindo o conceito de empreendedorismo tradicional do de afroempreendedorismo:

Eu não consigo destoar o afroempreendedorismo de uma perspectiva política. Eu considero que nem todo empreendedor negro tem uma perspectiva política, tem empreendedores negros que só são empreendedores negros, só são pessoas que tem negócios e tudo bem. Mas tem pessoas negras que afroempreendem, que colocam uma perspectiva política dentro do objetivo dos seus negócios. E que não necessariamente tem a ver com militância, mas algum elemento de que traz representatividade, que traz autoafirmação, que traz fortalecimento político nesse processo. Pode ser tanto como produto como também como a prática de só contratar pessoas negras, sabe? Então eu

para mim, é totalmente diferente, eu não consigo entender afroempreendedorismo fora de uma perspectiva política. Se a gente pensar que famílias pretas ao empreenderem estão mobilizando a economia com o recorte racial a gente também não tem como dezoar isso de uma perspectiva política, entende? Então eu não consigo perceber o empreendedorismo e o afroempreendedorismo no mesmo lugar. (Kalifa).

Primeiro ela sustenta que nem todo negro que empreende tem perspectiva política, aqui ela sinaliza para os negros empreendedores que tem suas empresas, sobrevivem com todas as mazelas das desigualdades do mercado, mas que a questão da raça não estabelece nenhum significado especial para a sua prática empreendedora. Como já observamos, numa perspectiva conceitual, Santos (2021, p. 36) considera que esse é o afroempreendedorismo em sentido amplo.

Depois, a afroempreendedora Kalifa afirma que perspectiva política não necessariamente tem a ver com militância – e aqui um adendo para colocar uma das suas falas sobre esse distanciamento da militância:

Isso da militância é porque muitos empreendedores não têm nenhum tipo de vínculo com organizações sociais do movimento negro, por exemplo. Muitas vezes o que nos vincula mesmo é a própria cor ou raça, é você se ver e se reconhecer, sem necessariamente participar de algum movimento” (Kalifa).

Por fim, para ela perspectiva política tem a ver com autoafirmação e representatividade, é a mobilização da economia por famílias pretas que empreendem a partir de um recorte racial, independente da sua relação com a militância. Dois movimentos nos chamam atenção na fala da nossa empreendedora acima, primeiro que existe um processo de representação, desencadeado a partir da cor, da identidade, um pertencimento a uma identidade, que mobiliza as pessoas pretas em torno das suas características fenotípicas como ela sinaliza “é você se ver e se reconhecer”, segundo que, não necessariamente esse processo vem acompanhado de um discurso político respaldado por uma ideia de movimento político de organizações do movimento negro, como ela sinalizou.

Notamos aqui, que, o que une os indivíduos negros, no caso da fala da nossa empreendedora, é um processo de empatia gerado a partir do reconhecimento das condições estruturais desiguais que atravessam a vida da população preta. Sobre isso, Munanga (2019) nos sinaliza:

Também nem todos que participam desse processo vivem plenamente os valores culturais negros. Mas, por causa da discriminação racial da qual todos são vítimas, quase todos se referem retoricamente aos valores culturais negros ou tentam recuperá-los, pelo menos simbolicamente, como o mostra o discurso da negritude. (MUNANGA, 2019, p.17).

Sem intencionalidade política, sem reconhecer a importância do processo coletivo para o desenvolvimento dos próprios negócios, os negros acabam se distanciando da possibilidade de construir alternativas reais para as mudanças estruturais. Ao citar na sua tese os casos de empreendedores negros que utilizavam do consumo como estratégia de combate ao racismo em lojas dos shoppings de Salvador/BA que os discriminavam, Ângela Figueiredo sinaliza para os desafios de se reconhecer como vítima do racismo, mas utilizar de instrumentos equivocados na tentativa de enfrenta-lo:

Por este motivo, tenho insistido no fato de que o reconhecimento ou a percepção de que o próprio indivíduo tem acerca de ser alvo do preconceito racial, não se traduz, necessariamente, na tomada de uma atitude que consideremos eficaz ou politicamente relevante no combate ao racismo. (FIGUEIREDO, 2004, p. 202).

A empreendedora Kalifa especificamente tem um negócio cujo a marca tem no nome a palavra “Afro”, isso para ela também é representatividade, mas não só isso:

Representatividade sou eu enquanto mulher negra ocupando o lugar de CEO. Representatividade é contratar pessoas negras, e, de preferência mulheres. Se não for isso nada muda. Já esperamos tanto. Somente os próprios pretos que sentem na pele podem de verdade contribuir para a mudanças estruturais que tanto precisamos. (Kalifa).

A entrevistada reforça a representatividade enquanto prática afroempreendedora e acrescenta informando que a mudança só chegará através das pessoas negras que é quem sente a dor das desigualdades do mercado. Jafari, do mesmo jeito, considera que a questão da sua representatividade negra nos negócios passa pela sua identificação com o público consumidor, com a marca e com os produtos. Concluimos assim, que os empreendedores optam por práticas que considerem as pessoas negras no centro dos seus negócios, como podemos observar:

Quando eu coloco as pessoas negras nas fotos, quando eu chego e falo que sou eu que estou por trás e as pessoas falam “Oxe, você?” Eu “É”. Falo “Sou eu que ‘estou’ aqui”. Tem as costureiras que são mulheres negras, os caras que entregam. A forma como a gente se manifesta sobre as questões raciais, tudo isso fala sobre mim, um homem preto. A gente, em grande parte do momento volta a iniciativa para o nosso público que tem identidade. O público que se identifica. Eu passo o meu produto sempre pensando em pessoas que são parecidas comigo. Que é um erro porque tem que vender para todo mundo, mas eu tenho, eu trabalho querendo dialogar com quem tem identidade comigo, porque eu também acho que é importante essa representatividade, quebrar este padrão de entrar em lojas de roupa e não me ver. Entrar em uma concessionária, no comercial e não me ver. A gente demorou para ver uma mulher *Black Power* dirigindo um carro, no comercial de televisão, né? A gente não via homens, e não vê homens até hoje, em grandes marcas, é muito difícil você ver um outdoor aí na rua, na Tancredo Neves com um cara. Então, eu acho que o empreendedorismo tradicional tem algumas barreiras que nos tiram do processo da disputa. Que nos afastam da disputa. Pode ser que, em algum momento eu vou ter que botar um modelo branco para representar a minha marca. Mas hoje a gente só coloca pessoas negras.” Se eu coloco um vendedor, pode até dizer “Ah, é pouca tinta”. Mas é negro. Se a gente coloca uma pessoa para tirar uma foto, é negra. Eu tento fazer essa afirmação toda hora da equipe, das pessoas da rede social, de quem atua comigo, para

isso, né, para fortalecer esse ideal. Para um cara negro se entender e se ver, porque os homens negros não falam muito, mas eles gostam de se ver nas passarelas. Ele não vai elogiar um negão “Pô, um negão bonitão”. Mas ele gosta de ver um negão na passarela. Ele gosta de ver o negão na foto. Ele pode até não ser um cara tão consciente racialmente no discurso dele, mas ele gosta de ver um cara que parece com ele naquela foto. Sabe? E eu tenho tentado também mudar, me alertar a questão da idade, a questão do formato dos corpos, essas coisas todas. É difícil? É difícil. Tem um apelo comercial? Tem. Mas é dessa forma que eu vou falando de africanidade ou de afroempreendedorismo. Demarcando meu lado nessa história e também construindo um discurso de diversidade.” (Jafari).

Então aqui percebemos elementos significativos no conceito de representatividade negra a partir das experiências de Kalifa mais acima e de Jafari. Primeiro, no caso da nossa empreendedora, a imagem dela, uma mulher negra, a frente do negócio, dando a questão da sua representação não só um caráter de raça, mas também de gênero. A dele, um homem negro, que busca valorizar outros homens negros, que podem até não elogiar, mas se sentirão representados ao ver a sua imagem ou a imagem de homens negros na divulgação.

Segundo, um descolamento do próprio conceito de empreendedorismo tradicional, no caso dela, quando distingue que empreendedores e afroempreendedores são diferentes devido a “*perspectiva política*” da sua atuação, e, no caso dele, quando ele afirma que “*o empreendedorismo tradicional tem algumas barreiras que nos tiram do processo da disputa*”, inserindo o afroempreendedorismo num lugar menos desigual. E por fim, no caso dos dois, a perspectiva política de representatividade acaba guiando a sua própria prática ao orientar o nome dos negócios, as características dos seus produtos, as pessoas e as peças que representarão a sua marca, e a contratação somente de pessoas negras e mulheres.

Observamos que em um dos pontos da fala do empreendedor Jafari a questão de vender para todos os públicos é conflituosa, considerando que seu real desejo é vender para pessoas parecidas com ele. Assim, os negócios adotam seus discursos de representatividade, principalmente ancorados nas imagens dos seus donos enquanto pessoas pretas, vislumbram atender majoritariamente o público de pessoas pretas, mas nas suas estratégias de atuação o alcance de público de pessoas não negras é necessário para a sua sobrevivência.

Nesse mesmo caminho, avaliaremos a fala da empreendedora Bintu ao apontar elementos sobre a sua representatividade:

As pessoas negras que que têm acesso a conhecimento, a mais conhecimento, elas acabam percebendo essa questão da sociedade enquanto não valorizar, né, a cultura Afro, as questões da população negra. Então isso incomoda e a partir disso as pessoas começam a criar negócios. Então desde negócios assim como um bar voltado pra pessoas negras, em Salvador, como os negócios de levar transformação digital mesmo pras pessoas negras, de levar conhecimento, de buscar políticas públicas pras pessoas negras. Então, assim, a gente tem uma parcela grande, né, já de, graças a Deus, de pessoas que estão atuando nesses campos e que fazem muita diferença. A exemplo

assim, da Amanda Dias do Grana Preta, né? Que buscou levar a educação empreendedora e financeira para pessoas negras a partir de uma perspectiva africana. Então assim a gente já tem um, um grande número de empreendedores trabalhando nessa representatividade. (Bintu).

O aumento da representatividade negra no afroempreendedorismo, na percepção da empreendedora, é uma mistura de pessoas negras que conseguem acesso cada vez mais a conhecimento, com o incômodo dessas mesmas pessoas por uma sociedade que não valoriza as questões afros, dando abertura para a existência de uma série de iniciativas que dialogam com o universo das pessoas negras. Notamos assim, que os negros “não representados” criam um mercado de “representações” com conceitos, ideias, produtos, serviços, símbolos, signos e formas, que os coloquem no centro de toda a cadeia de representação, são eles quem produzem, são eles que vendem e para eles mesmos, ou seja, o *Black Money*.

E aqui buscaremos o paralelo com a primeira fala de Jafari no início desse capítulo, quando ele nos disse que “queria empreender para formar uma coletividade para constituir poder”. Ao afirmar que “tem representatividade”, ele se refere ao poder dos grupos representativos nos dias atuais e complementa que esse poder vem da coletividade, do acesso a mídia e do contexto das empresas atualmente, que, estão mais preocupadas nos cuidados de não manchar a reputação enquanto empresas racistas no mercado: “Eu sou um cara conectado a outros empreendedores. Hoje eu reconheço o poder dos grupos, das mídias, redes sociais e o melindre das empresas que não querem receber a pecha de racista. Esse é um espaço de luta que precisamos aprender a usar melhor”. (Jafari).

Então notamos que essa representação vem atrelada também a sensação de pertencimento a um coletivo de iguais, que se mobilizam em torno da mídia, das redes sociais em arenas de conflitos. A fala do empreendedor Jafari nos leva a pensar sobre dois movimentos importantes sobre as representações das pessoas negras:

i) O primeiro é sobre o processo de construção coletiva que coloca a afinidade de raça como elemento balizador para a construção dos grupos, compartilhamento de experiências, fortalecimento e suporte dos seus negócios;

ii) o segundo, é sobre a importância e o lugar da mídia e das redes sociais nas lutas por representações das identidades negras, que, favorece, quando esse pressupõe maior democratização, acessos e participação das pessoas negras, mas que desfavorece, quando vem acompanhado da exacerbação das imagens, superexposição dos indivíduos, banalização das pautas relacionadas a raça, o que acaba esvaziando e tirando o sentido e importância desse debate.

Esse movimento inclusive de utilizar a mídia, a exaltação da população negra vem cada vez mais ganhando espaço, onde, as próprias redes sociais tornaram-se as protagonistas, substituindo os movimentos de ruas, os protestos, as reivindicações dando lugar a personificação dos indivíduos. A personalização na figura do empreendedor também se configura, socialmente, na imagem dos donos dos negócios que ganham visibilidade na mídia, compartilham suas histórias empreendedoras nas suas redes sociais e passam a ser retratados como o “herói negro empreendedor”, aquele guerreiro, lutador, o primeiro da família a estudar, a empreender, a ganhar tal prêmio, a chegar em tal lugar, dando assim lugar à discussões rasas e superficiais sobre o lugar de ascensão do negro nas estruturas sociais.

Não queremos reduzir a significância das comemorações das nossas conquistas enquanto povo. Mas, essas conquistas muitas vezes são associadas, pela sociedade, à questão da meritocracia, reduzindo inclusive o próprio papel do empreendedor diante da sua luta de uma sociedade menos desigual. É óbvio, que os negros precisam e devem comemorar as suas vitórias, ainda mais quando nunca antes, na história desse país, eles alcançaram tanto lugar de destaque, tantas oportunidades de sucesso. Mas, a ostentação da personalidade, a exacerbação dos discursos de superação, empoderamento, tem contribuindo, em determinados aspectos para banalizar a discussão na esfera pública, política e coletiva, reforçando as condições estruturais, que teimam em afirmar que só poucos conseguem vencer o sistema desigual.

Além disso, a figura do negro herói tira dos nossos empreendedores aquilo que lhes é mais caro, a humanidade, através do reconhecimento das vulnerabilidades, deixando de realmente reconhecer a própria trajetória, seus desafios, suas derrotas, seus erros e aprendizados, que é o caminho no processo de realização da sua prática empreendedora. Segundo Néspoli (2017, p.8) em tempo de valorização da individualidade na sociedade pós-moderna precisamos retomar as referências do passado, da memória compreendendo como elas dinamizam as nossas vidas. A autora afirma que o capitalismo aliena, domina afastando os sujeitos das suas referências.

Nesse sentido pensar na identidade com a referência a tradições e culturas que trazem um significado político histórico para grupos indivíduos, os colocando quanto sujeito sociais deve ser compreendida enquanto um processo de resistência a uma sociedade moderna que busca através de um processo de massificação, e desumanização de determinados povos enquanto um processo político e ideológico de dominação. Sendo assim, o discurso da individualidade, das identidades e sua efemeridade no contexto da pós-modernidade, os valores éticos deixam de ser pautados pela referência da existência humana, de, pela referência da produção humana. (NÉSPOLI, 2017, p.8).

- Dimensão Simbólica – O Mercado de consumo

No caso da empreendedora Bintu, ela relata o quanto é importante para o seu negócio atender um público que não pode pagar o valor real que o mercado cobra nos serviços que a sua empresa oferece. Para ela é cômodo e estratégico trabalhar numa empresa que alinhe a sua atuação profissional e empreendedora

Mas assim desde sempre eu me propus a atuar numa faixa da sociedade em que eu não queria cobrar muito, não quero cobrar... então tem essa questão assim, para me sustentar eu teria que fazer um esforço redobrado ou modificar o meu público ou atuar com dois públicos e tal. Então de certa maneira é confortável para mim, atuar no empreendedorismo e continuar no mercado de trabalho. Até porque onde eu trabalho tem um *link* muito grande, com o que eu faço no empreendedorismo, o empreendedorismo me possibilitou, me possibilitou mudanças dentro desse trabalho e também tenho muito acesso a conhecimento” (Bintu).

A sua condição de um trabalho estável a possibilita realizar o alinhamento entre o propósito de empreender com foco afrocentrado e a capacidade financeira da população negra, que muitas vezes não tem condições econômicas para pagar o valor referente ao produto ou serviço. Mas essa mesma realidade é diferente na relação dos outros empreendedores com seus mercados de consumo. Jafari, por exemplo, cita a dificuldade de chegar naquele cliente que ele chama de “ideal”, a problemática de atender pessoas que tem menor capacidade de pagar impacta diretamente no seu faturamento:

Mas especialmente essas pessoas que trabalham para outras pessoas negras, a gente sabe que o acesso a dinheiro de pessoas negras é bem menor. Então elas têm que manter um preço mais baixo. Então, às vezes acaba não dando. A gente tem essa dificuldade de chegar no cliente também. No nosso cliente ideal. Então é uma outra dificuldade que impacta no faturamento. (Jafari).

A empreendedora Fayola afirma “*eu sei bem quem eu quero atingir, mas eu não posso colocar o meu negócio lá nas plataformas de venda e esperar que só pretos comprem de mim [...] tem que vender para todo mundo*”. Ela inclusive afirma que parte significativa dos seus clientes são pessoas não negras, que gostam do seu trabalho, se identificam e entende o valor simbólico e artístico da sua arte. Assim, percebe-se o grande potencial de alcance dos produtos, mesmos que eles carreguem uma identidade relacionadas ao afro-brasileiro, eles se apresentam como atrativos para outros públicos.

Isso também demonstra um esforço por parte dos nossos empreendedores de conseguirem adaptar os seus produtos e serviços à diversas realidades e gostos de consumidores, mostrando que o seu fazer é versátil. A empreendedora Fayola, por exemplo, relata que as suas peças são compradas por muitas pessoas brancas. Assim notamos que as produções das pessoas negras não fazem sentido somente para consumidores negros consciente

de raça, mas para o público de maneira geral. Veja o que nos fala a empreendedora sobre levar representatividade para além dos lares de pessoas pretas:

Meus produtos buscam passar a importância das cores, dos símbolos, da estética africana de forma que as pessoas ao olharem percebam o valor simbólico daquela representação na sua sala, no seu escritório. Mesmo que pessoas brancas comprem eu estou contribuindo para levar um pedaço da África pra sua casa. (Fayola).

Assim, sobre o potencial de consumo dos negros nos mercados, Marcelo Paixão em 2012 indicava o crescimento da população negra às classes médias. Apesar do rendimento médio dos negros ainda ser significativamente inferior ao rendimento dos brancos (brancos ganham 68% a mais segundo IBGE 2019), a questão da ascensão dos negros no mercado de trabalho, a sua entrada na Universidade, a melhor qualificação dos seus postos de trabalhos, foram questões significativas no processo de mobilidade e de melhoria do seu poder de compra.

Segundo Rocha e Casotti (2017) ações voltadas para o aumento do poder de compra com programas de transferência de renda do governo federal, políticas sociais e de acesso ao crédito, nas últimas décadas favoreceram o aumento do consumo da população negras e o seu acesso a produtos e serviços outrora posicionadas para consumidores de classes sócio econômicas mais altas, passando assim, os mesmos a compartilhar novos espaços de consumo.

A pesquisa A Voz e a Vez – Diversidade no Mercado de Consumo e Empreendedorismo, realizado pelo Instituto Locomotiva com apoio do Itaú e a pedido do Instituto Feira Preta, constatou que os negros no país em 2018 movimentaram uma renda própria de R\$ 1,7 trilhão por ano. Segundo o estudo, se a população negra empreendedora do Brasil (29% da população negra) fosse um país, teria um contingente de 14 milhões de pessoas, ocupando o 17º em consumo no mundo e 11º em população.

Esse é o poder de consumo dos negros que, apesar, das condições de precariedade dos últimos anos, principalmente devido ao período de pandemia e às reduções das políticas públicas que contribuam diretamente para a sua ascensão, eles conseguiram construir uma massa de consumidores com acesso aos mercados. A mesma Pesquisa ainda aponta que mais de 90% das campanhas realizadas pela mídia têm protagonistas brancos e 72% dos consumidores negros consideram que as pessoas que aparecem na publicidade são muito diferentes deles. Dos entrevistados, 82% dizem que gostariam de ser mais ouvidos pelas empresas. Esses dados abrem precedentes para compreender que o mercado de identidade ainda tem muitos espaços para conquistar.

- Dimensão Simbólica – A ligação ancestral

Em relação a representação negra nos nomes dos negócios, um fato curioso é que dos oito empreendimentos, apenas um não carrega em seu nome fantasia as referências ligados a negritude. Só para termos ideia, temos dois negócios com a palavra “Afro” no nome principal, um com a palavra “Preto” e três com referências a nomes africanos. A empreendedora Bintu, que tem um desses negócios, afirmou que desde o início da constituição da sua empresa, se posicionou como um negócio de pessoas negras para pessoas negras. Ela afirma que muitas pessoas tinham receio de se posicionar dessa forma no mercado devido à possibilidade de não aceitação, de não conseguir vender, não ganhar visibilidade e etc, mas ela finaliza pontuando que “bancou” a decisão e isso é a essência do negócio dela. Vejamos:

Porque quando eu comecei, pouquíssimas pessoas se posicionavam assim. Muita gente que empreendia tinha esse medo. “Ah, mas se eu colocar que é só pra negro, eu não vou vender”. “Como é que vão me ver, não vão me convidar para palestra, mas não vão me chamar”. “Ah se eu colocar o nome de negro, de afro, não sei o quê. Vou ficar com o público reduzido”. E eu não, eu banquei isso desde o começo” (Bintu).

No caso da Empreendedora Fayola ela acredita que o nome do seu negócio é um legado relacionados com as suas crenças espirituais: “Eu acredito também que tem a mão ancestral nisso porque tudo meu, por isso que eu não vou tirar o ancestral do nome da marca porque é um legado que eu quero deixar e eu acredito que esse legado já está no meu genes ancestral.” (Fayola).

A empreendedora Zuri, por exemplo, quando percebeu que as pessoas estavam se apropriando das suas crenças, utilizando os conhecimentos das mulheres negras, como as suas avós, que sempre estiveram muito próximas da natureza, dando banho, colhendo ervas indicando tratamentos naturais, resolveu, assumir o seu lugar de legitimidade, ao criar o seu negócio na área. E sem muita referência para saber como fazer, ela afirmou “*quando não tem porta eu abro a porta*”, assim reafirmando a sua ousadia, foi se capacitar, buscar cursos especializados na área, *para profissionalizar aquilo que eu fiz a vida toda com muita naturalidade*”. Então é esse o espírito dos negócios criados por pessoas negras, pautados na raça, eles podem até ser os primeiros da família, dos bairros, dos mercados, mas passam a ser a referência para os que virão depois.

A representatividade também reflete nos negócios dos empreendedores vinculados às comunidades de terreiros, que carregam a dimensão do Sagrado como fundamental para a sua ação empreendedora. Suas escolhas de negócio referenciam as habilidades que aprenderam no terreiro, suas atitudes levam em consideração os valores, as aprendizagens e as histórias vividas

na relação com as suas crenças. Na sua relação com a espiritualidade, o Jafari deixa claro, que o mundo espiritual influencia na sua ação empreendedora a partir do momento que ele se sente mais motivado, mais capaz e mais forte para exercer a sua função de empreender com as forças e reverência aos Orixás.

Então, a espiritualidade me deu proteção, para que eu pudesse fortalecer questões de mim, fortalecer pensamentos bons, e me colocou com bons, com boas oportunidades. Me fez, me fortaleceu para que eu cavasse essas boas oportunidades. E os exemplos que os Orixás e os Caboclos dão é dessa superioridade. (Jafari).

O sistema [...] diz à gente que a gente não pode um monte de coisa [...] enquanto que a espiritualidade está lhe dizendo que você é capaz, que você é possível, que você pode aprender. Então assim, eu sou pautado pelos estímulos, pelas sensações. Então, qual é o Orixá que é pobre? Qual é o Orixá que é sofredor? Qual é o Orixá que é pra baixo? Não existe. [...] A religiosidade é para as caridades, mas também pra prosperidade. [...] Para as riquezas, pros bons momentos, não é só para o fazer espiritual, que é, que a gente debate muito em casa. (Jafari).

"o sagrado nunca disse que não. Tanto é que eu construí a (minha marca) pensando em Oxalá e Xangô, no mês de janeiro, após uma Água de Oxalá. E a *designer* disse que viu Ogum e faz a logo da minha marca" (Jafari).

A empreendedora Fayola também associa muito das suas características empreendedoras à sua relação com o terreiro. Ela aborda como a arte manual foi aprendida de uma forma muito natural com “*os mais velhos*” e como esses aprendizados na arte da costura, da pintura, dos adornos, das peças artesanais que fazia para os santos foram definitivos para o seu estabelecimento como artesã e empreendedora.

Ah, eu acredito, primordialmente que a marca surgiu para me reconectar... olha que coisa, né? Eu quero reconectar as pessoas à origem africana com a marca, mas a marca surgiu para me reconectar com a minha própria ancestralidade, porque assim, eu sou de candomblé desde muito pequena, minha família de candomblé, fui criada. Mas mesmo sendo de Candomblé não era uma família racializada, né? Então o meu processo de racialização quando me reconheci como mulher preta foi uma via paralela ali, mas o candomblé sempre foi o meu norte de vida, realmente, eu sempre me reportei ao meu sagrado para fazer de um tudo nessa minha vida, inclusive para abrir a marca. Eu acredito que tem muito a ver com isso, porque tudo que eu fazia dentro do terreiro de trabalhos manuais foi o que fez abrir a empresa. (Fayola).

Os empreendedores deixam claro, que a espiritualidade os motivam, os fazem sentir mais capazes e mais fortes para exercer a sua função de empreender com as forças e reverência aos Orixás. Nota-se como a relação com as suas crenças e referências espirituais impactam a sua ação, tanto de criar, quanto de tomar decisões sobre o seu negócio.

- Dimensão Simbólica – O compromisso ético com a melhoria das condições de vida da população negra

O processo da representação das identidades também revela nas narrativas dos empreendedores o desejo de contribuir com outras pessoas negras. A empreendedora Zuri, por exemplo, afirma que a sua representação afroempreendedora está estampada nos seus valores de entender a importância do fortalecimento e na abertura de espaço para outras mulheres, mas também está refletida na sua identidade visual (nas suas postagens, *cards*), nos seus produtos e até mesmo nas suas questões subjetivas, através do respeito aos seus antepassados:

E foi entendendo a força do afroempreendedorismo que eu consegui compreender a necessidade desse fortalecimento e de ter assim referências, de abrir espaço para que outras mulheres também pudessem passar. Porque, assim, o meu discurso ele se reflete muito na minha empresa. As pessoas percebem esse discurso nas entrelinhas, na nas minhas postagens, nos meus *cards*, nos meus produtos, o respeito pelo que vem antes. “Ah, vou pedir licença para poder passar num espaço que foram abertos por outras mulheres, outras mulheres que sofreram para que a gente pudesse estar onde está” (Zuri).

A empreendedora Bintu afirma utilizar o seu negócio como veículo para conseguir passar os conhecimentos adquiridos para outras pessoas negras. Já para a empreendedora Fayola, a questão de gênero e raça são fundamentais no processo de representatividade: “*eu consegui me potencializar enquanto mulher negra e agora eu tenho vontade de potencializar outras mulheres negras*”. O empreendedor Akin afirma que o processo de representação no seu negócio, vai além das questões de raça, porque nas favelas não tem só pessoas pretas. Ele percebe que as suas ações estão atendendo diretamente todo o público periférico, mas reforça que nas suas práticas de contratação, a política da empresa prioriza pessoas negras:

A gente tem o propósito de atender áreas periféricas, porém sendo um negócio feito por pessoas pretas. A gente que tem que ir dentro das favelas de Salvador e do Brasil, e lá existem pessoas de outras cores também. Então amarelo, preto. Mas em relação a equipe, agora internamente assim, a gente pensou ter uma mulher preta desenvolvendo na equipe, por exemplo. Que é meio que assim equidade literalmente dentro do processo. (Akin).

Com relação à representação junto aos funcionários e prestadores de serviços, o empreendedor Jafari relatou o compromisso do negócio é conseguir acompanhar bem de perto a vida dos seus principais fornecedores e clientes, permitindo uma relação de amizade e até mesmo de intervenção, seja com um conselho, uma palavra amiga - o que segundo ele, possibilita que dessa forma, o seu modo de gerir o negócio respeite e considere os seus valores de gestão do negócio.

Então, desde a costureira quando eu chego na casa dela, eu sei se ela é casada, se o marido dela é presente, é cachaceiro, bate nela ou não bate, se é violento ou não, se o filho dela, as filhas ou o filho participa, estuda, qual é a história? Então minha forma de contribuir, desde o cliente que são amigos, conversando meus problemas, minhas limitações afetivas, meus entendimentos de quem sou, um homem preto no mundo. (Jafari).

Abaixo o empreendedor aborda muitos dos seus próprios receios na vida enquanto homem negro, mas também relata os desafios encontrados nas conversas diariamente com os seus clientes homens, abordando como a bebida e as drogas atravessam as vidas de homens negros e muitas vezes torna-se um caminho, quando outros não se mostram possíveis. Além de conscientizar-se de que o seu negócio contribuiu na sua vida para que esses medos não se concretizassem, ele, principalmente, tem um foco em ações, eventos e atividades para conscientizar os homens do seu papel e desses perigos na sociedade desejando contribuir para que eles vivam processos diferentes desses:

Se tem uma coisa que eu tenho medo é de morrer pobre e de que as pessoas não se lembrem de mim como um cara potente, feliz, vitorioso, morro de medo do sindicato, aquele sindicato que a gente sabe popularmente dito, né, dos caras que se embebedam e vivem ali amargurados. Como eu tenho medo também da cracolândia. Mas meu empreendimento quer somar com essas coisas. Eu sei o que é destinado ao preto, o que é destinado a mim. Se eu é que sinto tudo isso, quem melhor para poder fazer por nós? Empreendedorismo é isso também. Reflete o que eu faço. (Jafari).

Então podemos perceber que ao não se sentirem e perceberem representados nos produtos, serviços, marcas, setores, nichos, lugares e etc., os negros criam a oportunidade, abrindo negócios que recriem seus valores, suas crenças, seus símbolos, assumindo assim o lugar do pioneirismo. Mesmo com restrições de recursos, de *networking*, de acesso, os empreendedores negros têm construído negócios inovadores em torno do imaginário das representações identitárias.

7.2 AFROEMPREENDEDORISMO É MODIFICAR-SE: DA DESCOBERTA A METAMORFOSE EMPREENDEDORA

Nesta sessão discutiremos a existência de uma “metamorfose empreendedora”, que nada mais é do que o processo de transformação das narrativas, valores e práticas dos indivíduos, a partir do momento em que eles se auto reconhecem como empreendedores. Na primeira parte do quinto capítulo ao tratar das trajetórias do pertencimento étnico racial podemos observar que é a partir do confronto com a diferença que o movimento de consciência étnico racial se amplia. O acesso a conteúdo de cunho político identitário, a aproximação de pessoas lideranças negras dos movimentos negros, a inserção em organizações políticas, a integração em espaços ricos de cultura negra possibilita contribuem no processo de auto identificação ressignificando a trajetória que agora passa pelo orgulho, pelo engajamento político e social.

Esse mesmo percurso observamos nos nossos empreendedores quanto a sua autopercepção enquanto empreendedor. Notamos que as fusões ou reconversões (Canclini, 2013), ou seja o processo de apropriação e incorporação dos pensamentos e práticas, passa por um processo de descoberta, a partir da inserção dos empreendedores em espaços de conhecimento e disseminação de conteúdos relacionados ao empreendedorismo, até o momento da absorção dos discursos e práticas do mundo empresarial, quando uma racionalidade mais objetiva, utilitarista se fundem ao seu ato de empreender constituindo novos elementos e marcos para a relação estabelecida entre identidade e trabalho

Na perspectiva de cunho materialista histórica, a ideia do “*homem empreendedor*”, neste sentido, está associada a um conjunto de práticas e instituições, cujo empreendedorismo acaba por se tornar uma espécie de política de identidade, evidenciando padrões de comportamento e de ação que influencia as pessoas. A reprodução desses padrões nas diversas esferas de socialização constrói e reconstrói o *habitus* em suas diversas camadas, modificando as diversas figurações sociais. No entanto, o discurso do empreendedorismo se torna mais perverso na medida em que atribui ao indivíduo tanto o sucesso quanto o fracasso, dissimulando e camuflando qualquer referência ao caráter sócio histórico e político da vida social. (ÉSTHER, 2019, p. 865)

Na perspectiva dos estudos culturalista considera-se que na realidade os processos de transformação da identidade ocorrem durante toda a vida humana, e está no centro do debate das próprias relações humanas. A identidade ela é híbrida e deve ser contextualizada a partir do mundo referencial do indivíduo, assim, se o indivíduo se modifica ou se transforma a partir do momento que se constitui empreender esse é um caminho recíproco em que o mundo cultural também recebe influências nesse processo relacional. Assim, na inter-relação indivíduo e estruturas, mesmo que os indivíduos sejam mais fortemente tocados e influenciados, eles exercem “poder” também de alterar as estruturas. (HALL, 2016)

Com isso, a determinação de uma análise a partir do conceito do *homo situs* é possível territorializar os homens e as suas experiências situando-os nos mais variados contextos de interação com o seu meio percebendo de que forma eles são impactados e impactam. Assim, segundo Alcoforado e Chacon (2012, p. 2) sendo, o *homo situs*, um homem vivo, concreto, na perspectiva de Amartya Sen, ele possui um comportamento socioeconômico com fortes ligações com a sua cultura, com o seu ambiente, os seus territórios e a sociedade onde vive. Este é um conceito contraposto ao do *homo economicus*, um homem fictício, que na sociedade

moderna está restrito ao consumo e aos processos produtivos. (ZAOUAL, 2010; ALCOFORADO; CHACON, 2012).

O *homo situs*, este homem concreto de Zaoual e Sen, está integrado a todas as dimensões da sociedade. Nos caminhos entre associar o homem aos seus sítios simbólicos de pertencimento, ocorre o processo de humanização do *homo economicus* (a saída deste, da limitação epistemológica da ciência econômica). Seguindo esta mesma lógica, surge assim o *homo situs* superando o homem fictício da economia que se sobressai da dimensão econômica se estendendo para as dimensões socioculturais, ambientais e político institucionais.

Dessa maneira essa nova forma de enxergar o ser humano, está relacionada com o pertencimento desse homem concreto aos seus espaços e territórios de pertencimento e não somente à formação de capital social (forma econômica de matematizar e quantificar tanto a qualificação do ser humano como sua capacidade de se organizar) da economia, ao seu consumo e aos lucros produtivos e especulativos. (ALCOFORADO; CHACON, 2012, p. 2).

Iniciamos essa incursão apresentando o caso de Fayola. Ela relata uma experiência que marcou a sua trajetória. Segundo ela, por conta de um teste, que afirmou que ela não tinha o perfil empreendedor, realizado anos atrás, ela acabou construindo um imaginário que não era empreendedora e não poderia sê-lo por que não tinha competências e habilidades para tal. Foi a partir da sua inserção no movimento de afroempreendedores que ela compreendeu que o ato de mercar, vender, mesmo que por subsistência, era ação empreendedora. Assim, ela passa a entender que a sua atuação enquanto uma mulher artesã e vendedora era uma ação de “valor”, ligado inclusive à sua ancestralidade, vejamos o seu depoimento:

Eu trabalhei no Sebrae dez anos, fui secretária executiva, eu fiz alguns cursos curtos lá por conta da carreira, o teste que eles fazem em termômetros e diz se você é empreendedor, o meu foi abaixo de cinco, ou seja, eu não sou. Pro sistema branco, eu não sou empreendedora. Aí em 2018 foi com o acesso a Feira Preta, ao Instituto Feira Preta, que eu vim entender que na verdade somos empreendedores natos isso é uma questão ancestral principalmente, [...] essa questão da necessidade também, [...] vem na veia. E aí 2018 eu tive acesso ao que é o afroempreendedorismo, mas durante a pandemia foi que eu fui entender que eu sou uma mercadora e que eu quero ser essa mercadora preta, para transformar esse legado, trazer essa força minha antepassada, da questão das mulheres de ganho etc. e tal (Fayola).

Da mesma forma, as empreendedoras Aziza e Zuri descrevem o seu processo de “descobrir-se empreendedora”:

Então por isso que eu só vim tomar consciência de que aquilo que eu estava elaborando era empreendedorismo depois de uma atividade que foi realizada até pelo

Pense Grande²⁵. E aí eles pediram, né, para que a gente falasse, eu digo, “cara, então, o que eu faço é empreendedorismo”. (Aziza).

Às vezes você começa a fazer uma coisa e você não tem noção do que você está fazendo, depois que você consegue perceber, em alguns passos você consegue perceber o que de fato você está fazendo e a força que o que você está fazendo tem. Foi depois de algumas perguntas, de ser questionada, que eu consegui me reconhecer nesse processo de afroempreendedorismo. Hoje eu não tenho dúvida nenhuma quanto a isso nem penso em coisa diferente, nem quero ser diferente do que eu sou hoje. E na verdade eu sempre fui, só que eu não reconhecia. (Zuri).

No caso das entrevistadas Fayola, Aziza e Zuri, perceberem-se enquanto empreendedoras passou por uma trajetória de “descoberta” facilitada pelo acesso ao conhecimento empreendedor. A aproximação com organizações sociais e os conteúdos relacionados, não só ao empreendedorismo, mas principalmente a ancestralidade, a realidade do negro no mercado de trabalho possibilitou reflexões sobre os seus próprios conceitos e práticas.

A empreendedora Zuri, no caso participou de uma formação onde ela percebeu que aquilo que ela fazia, óleos naturais, banhos de ervas e folhas era “*ancestral já realizado há muito por mulheres negras*”. E entender aquilo que fazia quanto um processo enraizado na ancestralidade, na tradição familiar das suas avós, na percepção dela, foi uma virada de chave: “*Assim, quando eu compreendi foi minha virada de chave. Eu me senti pronta. Pronta porque eu sabia onde é que estava e eu sabia onde é que eu queria chegar. Foi a minha virada de chave.*”

Da mesma forma, Fayola afirmou que antes de “*acordar para o fato de que era empreendedora*” ela pensava que o que fazia, nas suas palavras, “*era simplesmente trabalho*”. Esse acesso trouxe uma reconfiguração dos conceitos pré-estabelecidos do que seria o empreendedorismo em sua percepção.

Refletindo sobre esses fatos, observamos que Fayola, especificamente, teve uma experiência de trabalho significativa numa instituição que tratava sobre o empreendedorismo e essa experiência contribuiu para cristalizar em sua mente um conceito de empreendedor distante da sua realidade. Ao se conectar com essa nova abordagem, ela não só recusou a condição de “perfil não empreendedor” estabelecido no teste realizado, como redefiniu o seu próprio conceito de empreendedorismo, incorporando ao mesmo às suas crenças, à sua realidade, a sua forma de enxergar o seu ‘fazer trabalho’ e a sua condição de mulher negra.

²⁵ Iniciativa da Fundação Telefônica Vivo com apoio da Aliança Empreendedora, visa a apoiar jovens empreendedores e incentivar que, a partir de formações práticas, possam aprimorar, implementar e até mesmo formalizar suas iniciativas de impacto.

Percebemos aqui o intercâmbio entre identidade e empreendedorismo. Não só Fayola se transforma em relação ao empreendedorismo, mas ela também muda seu imaginário em relação a própria prática inculcado nesses novos referenciais as suas crenças e seus símbolos. O empreendedorismo deu um novo sentido a ação de Fayola, ao mesmo passo em que Fayola incorporou novos sentidos e significados ao empreendedorismo, que passou a ser visto por ela como inclusivo, como possível, próximo do seu perfil e em diálogo com a sua realidade. Esse fato reconfigura as bases empreendedoras para Fayola que agora percebe que empreender não é somente para poucos, mas é para ela também.

Em outro paralelo, esse movimento veio acompanhado da autoafirmação e releitura dos seus discursos e práticas, pois além de passar a se assumir enquanto AFROempreendedora, as suas práticas passaram a incorporar ações do mundo dos negócios. Isso muda, não só a sua forma de pensar o trabalho, mas também o seu jeito de fazer o trabalho, como pode ser observado nas suas palavras:

Eu passei a ver o meu trabalho de uma outra forma, com mais responsabilidade, não só fazendo por fazer, pra ter aquele dinheiro, mas entendendo que eu precisava vender direito, mostrar as pessoas que era importante comprar porque eu fazia aquelas peças, como eu fazia, o que significava pra mim, o que tem de diferente, buscar colocar nas redes sociais, tirar foto, perguntar se as pessoas gostaram, antes eu não pensava assim” (Fayola).

É importante observar neste caso que, os aportes referenciais que subsidiaram, tanto a sua negação, quanto a sua reafirmação enquanto empreendedora foram estabelecidos a partir de movimentos exógenos, por um lado, um teste de uma organização que pauta o perfil empreendedor de uma forma mais tradicional, que através de testes psicológicos e de perfis definem quem tem maior ou menor probabilidade de se tornar empreendedor, e, por outro, uma organização que redefine as bases do empreendedorismo a partir da representatividade do negro e projeta novos vieses do fazer do negro na sociedade.

Porém as transformações simbólicas ocorrem no campo das subjetividades dessa empreendedora. Se perceber enquanto mulher empreendedora redefine as bases com o seu próprio fazer artesanal, aportando dimensões de maior responsabilidade e busca por qualificar a sua prática. Esses aspectos se encontram com uma visão mais gerencialista e a ligação estabelecida com o artesanato que antes era tida como *hobby* e veículo de reconexão ancestral com o Sagrado, a partir do cumprimento das suas obrigações rituais, passa a ser encarado como profissional, gerador de renda. E o que era uma prática de cunho intimista, privada (meios de reverência aos Orixás) toma agora uma conexão pública, passa ser divulgado, transforma-se em peças elaboradas para alcançar o público consumidor, cada vez mais exigente.

Da mesma forma, notamos que para a entrevistada, ser empreendedora passou a ser mais significativo do que o simples ato de “trabalhar”, ela passou a entender que o seu ato de confeccionar peças levando em consideração a sua relação e experiência com o “Sagrado” poderia ser muito mais do que artesanato, ou venda, ou trabalho. Nota-se que a partir desse contato com essa nova percepção, a empreendedora passa a encarar a sua ação numa perspectiva de maior valor e relevância, como nos sinaliza,

Porque o Ocidente quer ainda desqualificar. Nos meus formulários, eu preencho lá, eu nuca coloco que faço artesanato, geralmente eu coloco decoração artística de casa. Porque tem que elevar esse patamar, porque eu não faço simplesmente o artesanato. Eu faço a pesquisa e vou lá e produzo uma peça diante de um *insight*, né, que eu tive ancestral e do que eu vejo da cultura africana. (Fayola).

Se fizermos a leitura crítica desse novo olhar da empreendedora sobre a sua prática perceberemos que esse pensamento é típico capitalista que encara o dono do meio de produção como sendo mais importante na cadeia de valor do que o trabalhador. Marquesan e Figueiredo (2014, p.1) nos apontam que analisando casos como esse da nossa artesã “é notório o discurso da ressignificação do artesanato e da identidade do artesão por meio do enaltecimento da ação empreendedora e da ênfase sobre a gestão e a necessidade premente de impor ao trabalho artesanal os padrões de competitividade inerentes à economia capitalista”. E os autores complementam que “os novos empreendedores-artesãos têm, na ressignificação da sua atividade, a aparência de uma inserção social que não chega a se concretizar”. (MARQUESAN; FIGUEIREDO, 2014, p. 1).

Em outra vertente Clanclini (2014), afirma que não é possível falar de identidade como se tratasse apenas de um conjunto de traços fixos, muito menos afirmá-la como a essência de uma etnia ou de uma nação. O autor afirma que a própria história dos movimentos identitários, articulados em diferentes épocas, contribui para atestar o caráter heterogêneo das identidades. A fusão das práticas sociais de diferentes grupos tem seu aspecto positivo para a formação de uma sociedade, pois, mesmo que elas ocorram de maneira não planejada, elas acabam por gerar novas estruturas, novas práticas que se reconvertem. E o autor finaliza,

Busca-se reconverter um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado. Esclareçamos o significado cultural de reconversão: este termo é utilizado para explicar as estratégias mediante as quais um pintor se converte em designer, ou as burguesias nacionais adquirem os idiomas e outras competências necessárias para reinvestir seus capitais econômicos e simbólicos em circuitos transnacionais. (CANCLINI, 2014, p. XXII).

No caso da nossa empreendedora, a identidade da “mulher artesã” é comparada a desqualificação da sua identidade e a “gourmetização”²⁶ da sua profissão, se traduz em um novo contexto como “decoradora artística de casa”. Vejamos outros exemplos no caso dos nossos empreendedores, cujo a maioria são MEI, donos de pequenas empresas, inseridos na categoria de “trabalhadores por conta própria” – como observamos no primeiro capítulo, mas ao perguntamos a função dentro das empresas eles respondem com termos em inglês, como CEO – *Chief Operating Officer*, que em português significa Diretor Executivo e/ou COO – *Chief Operating Officer*, que significa Diretor de Operações.

Canclini (2014) afirma que os setores populares também utilizam estratégias de reconversão econômica e simbólica, citando exemplos como, o de um camponês que modifica seu artesanato a usos modernos para interessar compradores urbanos, ou de operários que reformulam a sua cultura de trabalho frente as novas tecnologias produtivas, ou dos povos indígenas que reinserem suas demandas na política transnacional, utilizando-se dos discursos ecológicos, comunicando-os ao mundo por rádio, televisão e internet. (CANCLINI, 2011, p. XXII). Desta forma, observamos como os nossos empreendedores se apropriam desses termos.

E aqui cabe-nos problematizar que esses empreendedores podem até incorporar os discursos do “homem empreendedor”, mas eles também apresentam um forte senso político de compreensão que eles estão muito distantes de serem os capitalistas donos dos meios de produção, como apontado pelo empreendedor Jafari, ao afirmar que mesmo não sendo o detentor dos meios de produção, quem produz também tem o seu valor:

Quando as pessoas perguntam: “ah, mas você é capitalista?”. Aí tem uma retórica bacana da galera que fala: “ah, não”. Mas eu sou detentor dos meios de produção? Beleza que eu não seja, né? É claro que quem ganha é o ‘detentor’ dos meios de produção, quem produz o tecido ganha mais do que quem faz roupa. Porque ele faz tecido para milhões de pessoas. Mas quem faz roupa tem que ter o seu valor, posso não ter grandes dinheiro, mas tenho representatividade. (Jafari).

Jafari nos afirma que não representa os capitalistas que produzem os tecidos, mas sim aqueles que fazem a roupa. E afirma que pode não ter o dinheiro, mas tem valor. Não podemos deixar de apontar, que essa mesma ressignificação dos discursos e práticas a partir da “trajetória de descobertas enquanto empreendedor” foi notado na empreendedora Aziza, que aborda as transformações que ocorreram no seu modo de encarar a vida quando saiu de uma experiência formal no mercado de trabalho para empreender:

²⁶ A emergência do fenômeno de gourmetização aponta para o desenvolvimento de uma cultura culinário-gastronômica correlata a modos de interação sócio-comunicacional próprios do período vivido – ou que são baseados na —estetização| generalizada do cotidiano. (OLIVEIRA, 2018, p. 9).

Porque, como eu falei, a gente vem de empresa tradicional, então a gente já tem uma mente mais fechada e quando você entra nesse mundo (se referindo ao empreendedorismo), você tem que ter uma mente muito aberta e flexível a essas mudanças. E eu logo no início eu tive um pouco de resistência em entender algumas coisas porque é totalmente diferente, então eu fiquei bem impactada. Em um trabalho, você tem uma atividade, você executa, né? Principalmente que eu sempre vim de empresas tradicionais, nessas empresas já é algo formalizado, você é mandado para realizar atividades. E quando você tem a sua própria empresa o negócio é outro. Ninguém manda você fazer, você que cria as suas próprias atividades. Então já muda. Se você não tiver consciência a culpa é sua” (Aziza).

Percebe-se o conjunto de valores que a empreendedora Aziza associa a ela quando estava trabalhando em um posto formal no mercado de trabalho em comparação aos termos que ela associa agora que empreende, enquanto para o mercado de trabalho aparecem termos como “mente mais fechada”, “você executa”, “você é mandado” para o ato de empreender é cunhado termos como “mente mais aberta e flexível”, “ninguém manda, você que cria”, reforçando a ideia de evolução da sua caminhada profissional, de ascensão e autonomia.

Nesta nova posição, o empreendedor não precisa mais executar atividades definidas por terceiros, ele mesmo quem cria as suas atividades, tornando-se o próprio dono do seu caminho. Essa mesma percepção pode ser notada na empreendedora Fayola, mais acima, quando ela trata que a partir do momento que se percebeu empreendedora passou a ver o *“trabalho de uma outra forma, com mais responsabilidade, não só fazendo por fazer, pra ter aquele dinheiro”*. De certa forma, empreender para pessoas negras qualifica a sua própria prática. Elas se sentem mais capacitadas, mais dotadas de atributos relacionados à vida profissional.

A empreendedora Malaika também aborda a questão da saúde mental de entender as oscilações do mercado e a responsabilidade de contratar outras pessoas:

Eu acredito que empreender já não é para todo mundo. Porque empreender exige que você tenha saúde mental de entender que hoje você tem, amanhã você não tem. Exige que você tenha saúde mental para entender que as decisões que você toma, você pode falir amanhã. Então arcar com as suas responsabilidades. E exige que você consiga lidar com errar publicamente e ser criticado por isso. Exige que você saiba lidar com contratar outras pessoas e ser responsável pela vida financeira de outras famílias. Então eu acho que isso, por si só, já faz com que empreendedorismo não seja para todo mundo. (Malaika).

De fato, na percepção dos empreendedores ser dono do seu próprio negócio cria uma relação diferente com a execução das suas atividades. Para eles, a demanda não é só “virar a chave” em relação a forma de pensar, mas principalmente de agir, assumindo maiores responsabilidades, inclusive pela vida financeira de outras pessoas, gerenciando o seu próprio tempo, criando, inovando, vencendo a condição de trabalhar para o outro, observando o mundo a partir de outras perspectivas. Vejamos o conceito de “evolução” da pessoa empreendedora que nos fala a nossa entrevistada Kalifa:

Então eu acho que o que eu vejo em todos os empreendedores que eu atendo [...] não importa o que você dê de ferramenta, se a pessoa não mudar a cabeça, o negócio não prospera. Quando a pessoa começa pequeno, principalmente sem sociedade, o negócio é a pessoa, então o negócio evolui conforme a pessoa vai evoluindo, entendeu? Não tem como desconectar uma coisa da outra. Você vai ter empreendedores que tem quatro ou cinco anos empreendendo, mas a estrutura do negócio é de um negócio que tem três meses, porque aquele empreendedor não evolui. (Kalifa).

Essa forma de configuração do empreendedorismo na perspectiva do empreendedor que não evoluiu, produz a representação de que aqueles que não acompanham esse modelo são atrasados, despreparados, incompetentes. E podemos ver isso claramente quando a mesma empreendedora qualifica aquilo que seria essa evolução em termos de pensamento, atitudes e comportamentos do empreendedor:

Eu acho que a dificuldade é de ver o negócio enquanto negócio. Porque manter o negócio enquanto o negócio é muito complexo. Você sair dessa linha do “sou autônomo” para “sou empreendedor” exige uma virada de chave muito grande. Exige que você estruture um negócio, que você tenha controle do negócio, que você pense em burocracia, contrato, que você tenha CNPJ, gestão financeira, prestação de contas. Então sair de um lugar A ‘prum’ lugar B por si só já dá um trabalhinho. Distinguir relações de amizade de relações profissionais, que tem gente que trabalha “ah, trabalho com fulano porque fulano é meu amigo”, sabe? Então tipo, isso exige que você pare de pensar enquanto pessoa e comece a pensar enquanto empreendedor. E é uma coisa que eu sempre falo quando eu não estou dando aula. A partir do momento que você faz, que você abre um negócio, você não faz amizade, você não tem amigos, você tem a oportunidade de negócio, você tem *networking*, você tem uma outra mentalidade. Aonde você vai, você pensa em oportunidade de negócio. As pessoas que você conhece, você faz conexões para conseguir dinheiro. Exige que você mude a forma como você pensa de uma maneira em geral, entendeu? (Kalifa).

A empreendedora Kalifa traduziu o mundo dos negócios na sua narrativa. Algumas questões nos chamam bastante atenção nas falas, primeiro, que a mesma encara o ato de empreender como um duelo cheio de antagonismos: autônomo *versus* empreendedor, vida pessoal *versus* vida profissional, lado A versus lado B. Parece que um invalida o outro. Um presta e o outro não, um evoluiu e o outro não. Segundo Ésther, (2019, p. 866) na prática, a narrativa do empreendedorismo tem construído, paralelamente, tanto a imagem do empreendedor como o protótipo de indivíduo idealizado, digno e merecedor de reconhecimento social, e a imagem daquele que não o é como seu oposto, ou seja, aquele que não alcança mérito ou sucesso porque não se esforça e, por isso, não recebe o devido reconhecimento.

Da mesma forma, para a empreendedora Kalifa gerir um negócio pressupõe uma transformação do pensamento de pessoa para o pensamento empreendedor (a dita virada de chave), na percepção dela, você deixa de ter relações pessoais para construir relacionamentos profissionais, você deixa de ter amigos e passa a ter contatos estratégicos para os negócios (*networking*), você deixa de ter amizade e passa a ter oportunidades de negócios. As suas principais habilidades passam a ser relacionadas ao mundo dos negócios: estruturar, controlar,

gerir, fazer contratos, prestar contas, administrar a burocracia e etc. Uma outra persona é inaugurada e as relações passam a ser instrumentalizadas a partir da racionalidade do seu próprio negócio.

Vale ressaltar aqui as contradições por trás das falas da própria empreendedora. Kalifa é uma das empreendedoras mais engajadas dentro do próprio ecossistema afroempreendedor, ela mobiliza diversos grupos em rede de ajuda mútua, além disso a empreendedora, que coloca em cheque a importância das relações pessoais no negócio, tem a mãe como seu braço direito na gestão da sua empresa e ajuda a companheira, que também é empreendedora, a tocar o seu negócio. A mesma durante a sua entrevista em profundidade sinalizou que realiza palestras gratuitas para organizações sociais, faz atendimentos acessíveis e gratuitos para mulheres empreendedoras em situação de vulnerabilidade, enfim, o seu discurso e prática demonstram as contradições em sua própria ação empreendedora. Com isso, o discurso do “homem empreendedor” é tão forte que chega a deslocar nas percepções dos empreendedores uma conexão crítica entre o que é dito e o que é praticado.

Ésther, (2019) esclarece que no imaginário da sociedade “o empreendedor” se torna a própria identidade desse indivíduo, e um ponto fundamental na sua construção de torna-se empreendedor é vencer por seu próprio esforço e mérito, independentemente da relação com o “outro”. A promoção do chamado espírito empreendedor como um modo de ser acaba por constituir um “processo de inculcação destas transformações no mais fundo da identidade, através de uma tentativa de adequação da subjetividade aos princípios da maximização do lucro, da competição e da iniciativa individual que toma o mercado como soberano”. (ÉSTHER, 2019, p. 866).

Ao mesmo tempo esse discurso do autônomo, que não levava muito a sério o seu empreendimento, aquele que não merece o mérito, pode ser observado em dois momentos na fala da empreendedora Fayola, quando ela afirma que “*Eu passei a ver o meu trabalho de uma outra forma, com mais responsabilidade*” e quando ela faz a seguinte citação:

Antes não, eu trabalhava uma vez por mês, fazia umas peças e fazia uma feira uma vez por mês. Isso não me gerava renda nenhuma, eu não vendia [...] Era muito um hobby, então tinha muito essa coisa do querer empretecer os lares [...] realmente era essa questão utópica assim, até meio sonhadora” (Fayola).

É como se agora, a partir do momento de “conscientização do seu lugar de empreendedora” ela adotasse um “profissionalismo no seu negócio”. Nota-se que os empreendedores demarcam bem que antes de assumir com “seriedade” o papel de donos dos negócios, as suas atitudes eram relacionadas à *hobby*, utopia, sonho, autonomia, que podem ser

comparados a um processo de amadorismo empreendedor. A entrevistada Bintu aborda esse processo de saída do amadorismo para a profissionalização a partir da aquisição de novas habilidades de gestão, abordando que o empreendedor precisa entender de todos os processos relacionados ao seu negócio, gostando ou não.

Porque a gente já tem que lhe dar naturalmente com muita coisa que não goste, né? Então tem que fazer gestão financeira, tem que vender, então tem gente que gosta de produzir, mas não é boa em vendas, mas aí tem que vender ou você não tem um negócio. Se você não vende você não tem um negócio. Então você tem que desenvolver essa habilidade de venda a qualquer custo. Aí tem gente que gosta de vender, mas não gosta de fazer o controle financeiro, eu por exemplo, não gosto de lidar com as coisas administrativas, burocráticas, de contador e não sei o que, isso para mim é terrível. Mas aí tem que fazer.” (Bintu).

A ideia do empreendedorismo sendo o mesmo concebido a partir de uma nova perspectiva na qual o indivíduo se orienta para o planejamento, financiamento, gestão e avaliação de si como um empreendimento, como um negócio, altera a relação dos indivíduos com o seu meio, com seus afetos e com a sua própria essência, considerando que agora as suas habilidades e competências, enquanto pessoa, precisam ser direcionadas ao seu desenvolvimento profissional na gestão do próprio negócio.

Um outro elemento constitutivo da etapa de “transformação em homem empreendedor” foi observado também em outros dois empreendedores. Eles buscam por ascensão da condição de empreendedores para empresários, mas, para isso precisam prescindir dos seus lugares de empreendedores embrionários, iniciantes para ocupar uma posição estratégica, de liderança dentro do negócio. O Empreendedor Akin, por exemplo, ainda não se percebe como um empresário, porque na sua percepção ele precisa ser mais influente no mercado e ter mais conexões.

Com isso, nota-se que na visão do mesmo, o que distingue a evolução de um empreendedor para um empresário é o seu nível de influenciar e conectar-se a pessoas para favorecimento do seu negócio: *“Se eu tiver um pouco mais de influência eu vou começar a me entender mais, não só como empreendedor, mas como empresário. Porque minha ideia de empresário não é só ter o negócio, é ter conexões que favoreça o meu negócio, uma influência no mercado”*. (Akin).

De forma diferente o empreendedor Jafari já se entende como um empresário, porque considera que tem visão estratégica macro, diferentemente de um empreendedor, que na visão dele, *“gesta negócios em processo embrionário”*. Para o mesmo é preciso que o líder encare a função mais estratégica do negócio, *“deixando de fazer as atividades mais cotidianas ligadas a produção, vendas e atendimento aos clientes, passando a dedicar-se mais as funções*

estratégicas, relacionais e de mercado". Ele complementa: "Eu não posso estar 20 anos, ou sempre na empresa na beira do balcão, do estoque, na ponta da loja fazendo vendas, tem que atuar na empresa também fora, para a ampliação dela, para a consolidação da marca, em outras estratégias." (Jafari).

Aqui percebemos que o próximo passo na jornada empreendedora dos negócios é chegar ao patamar do empresariado. Nas duas falas, percebe-se que empreendedores são percebidos como donos de negócios embrionários e empresários como donos de negócios mais estruturados. Empresários são tidos como profissionais de olhar estratégico, mais bem relacionados e mais influentes que os empreendedores.

Diante desse desafio, como tratar trajetórias de pessoas negras empreendedoras, considerando o *ethos* do empreendedor de si ou o espírito capitalista? Simplesmente olhando para elas naquela dimensão que lhe é mais profunda e cara, a dimensão que o torna um ser que transcende a sua própria condição de empreendedor, ou seja, a sua identidade - aquilo que lhe é amado, aquilo que lhe faz vencer, apesar de tudo. Apesar de negro ser categoria é o seu realizar-se no mundo que o envaidece, e, notamos como a sua identidade e representação em ser um negro empreendedor atravessa o simples *status quo* de ser empreendedor de si, elevando-o a categorias de lutador, vencedor, herói a partir das discussões na seção abaixo.

As possibilidades de ressignificação das trajetórias de luta das pessoas negras na sociedade, nos permite abordar a representação simbólica, a revalorização das identidades, as transformações dos padrões sociais de representação, revivendo a experiência particular do que é ser negro na sociedade nos dias atuais. Esse é um fator relevante para esta tese. Os movimentos identitários criaram uma nova versão de existência para a vida dos negros, subvertendo a sua condição de objeto de pesquisa, recuperando a sua condição de sujeito.

Guerreiro Ramos (1954) nos indica como estratégia de enfrentamento à questão racial, a construção de uma sociologia engajada, produzida pelos próprios negros. Ramos afirma que as pessoas devem estar mais comprometidas com o propósito de transformar a condição do negro na sociedade brasileira, do que descrever ou interpretar os aspectos pitorescos e particularíssimos da situação de gente de cor. Desta maneira nos faz sentido quando Ramos nos diz que a tarefa que se impõe como necessária para conjurar a mistificação do assunto – o negro no Brasil – é a de promover a purgação daqueles clichês conceituais, é a de tentar examiná-lo pondo entre parênteses as conotações de nossa ciência oficial, é a de tentar o entendimento do tema, a partir de uma situação vital, estando o investigador, nesta situação, aberto à realidade fática e, também, aberto interiormente para a originalidade.

No mais, não podemos deixar de discutir que quando falamos do homem empreendedor enquanto *habitus* ou *ethos* estamos falando de uma sociedade branca, que incutiu no inconsciente popular os seus valores. O negro nunca poderia ser o inventor desse processo, porque a ele não foi dada a oportunidade de construir padrões dentro do mundo chamado "civilizado". O lugar dos negros sempre foi o seu próprio universo negro, demarcado pela sua própria condição de raça, classificada, pelo homem branco universal, como inferior, precária, desestruturada, amadora. E mesmo quando na sua bravura, um preto empreendedor deseja fazer história, eis que as condições estruturais lhes apresentam o mundo da forma que foi constituído para o negro.

Desta forma, os seus negócios, como poderemos ver nas suas trajetórias, são MEI (Microempreendedores individuais), sem lucratividade, com contratos de trabalhos informais, com empreendedores sem receber pró-labore, que nunca acessaram políticas públicas do ecossistema tradicional, não conseguem participar das grandes redes empreendedoras do mundo "civilizado", com pontuais acessos a investidores, e políticas públicas ou privadas que os destinam valores irrisórios – a própria condição das desigualdades estruturais se manifestando nas trajetórias empreendedoras dos negros. É como nos falou um dos nossos empreendedores entrevistados "a gente canta essa bola bonita aí de ser negro empreendedor, mas é muito difícil".

São por estas razões que entendemos que o afroempreendedorismo é estratégia de sobrevivência das pessoas negras, mas sobrevivência não só no sentido de existir e resistir na garantia das suas condições materiais, mas resistência das suas subjetividades, das suas identidades, dos seus símbolos, das suas crenças, dos seus modos de vida. Porque o afroempreendedorismo é terreno fértil para a reprodução da cultura negra, em aspectos mais amplos de modo de vida. Corroborando com essa ideia apresentamos o argumento de Santos (2019) que apresenta o ato de empreender das pessoas negras como "subversão":

Quando o negro opta por empreender, tem-se aí um movimento que é contrário ao que é colonial [...] subvertendo as antigas dinâmicas e rompendo com as velhas estruturas, porque o negro marcado pela sujeição, coisificação e invisibilizado, passa por suas próprias mãos, a tecer uma nova trama socioeconômica e cultural. O negro deixa de ser assenhorado e passa a ser realmente senhor de si; deixa de ser empregado e passa a ser empregador. Subverte-se o empreendedorismo e mostra-se que negros também podem e devem empreender [...] Ao empreender o negro, desprende-se da ideia servil à qual sua imagem foi, estrategicamente, associada e pela qual sua identidade é atravessada. (SANTOS, 2019. p. 54-55).

Assim, o homem empreendedor é a própria invenção do homem branco. Quando se fala de *habitus*, espírito capitalista, *ethos* empreendedor, estamos nos referindo a um mundo

racionalizado nas estruturas brancas, o privilégio de ser dono de negócios, inovar, utilizar de políticas públicas de crédito, produtividade, competitividade fazem parte de um mundo branco. Os negros nunca fizeram parte da rede de funcionamento dessas estruturas, e na realidade ela é justamente engendrada para que eles estejam à parte, distante, continuando a viver as mesmas condições estruturais de desigualdade. Apresentamos no capítulo de resultado que o acesso dos negros ao ecossistema branco só é possível por atalhos, atalhos construídos a partir das suas redes de afroempreendedoras.

Então quando o negro ascende a posição de empreendedor, é preciso estabelecer dois olhares para este lugar: o primeiro é o tamanho do seu esforço sobrenatural para conseguir burlar todas as barreiras inseridas no seu caminho, e o segundo é que para a sua permanência neste lugar é preciso adotar seus próprios *habitus*, fazendo desta também uma estratégia de sobrevivência. Mas, o que percebemos nos negros empreendedores que entrevistamos é que, mesmo depois de cumprirem esse caminho, o ideário de pertencimento da identidade negra ainda permanece comandando o seu imaginário de mundo menos desigual e mais inclusivo. Isso se manifesta nas suas ações de compromisso social com mundo, em negócios que são pensados a partir da lógica que dialoga mercados e combate as assimetrias, eles refletem em suas práticas compromisso com a diversidade de corpos, com a sustentabilidade ambiental, com a manutenção das memórias e referências antepassadas e eles se estabelecem de forma coletiva em redes de ajuda mútua.

7.3 AFROEMPREENDEDORISMO É REALIZAR-SE

Queremos iniciar falando de pertencimento étnico racial na ação empreendedora com a frase que a entrevistada Zuri nos falou sobre a sua prática empreendedora. Ela disse que empreender foi o seu “*maior presente*”. A empreendedora viveu parte significativa da sua vida em uma cidade do interior da Bahia, se formou, passou num concurso e foi ensinar em sala de aula. Ensinou português, matemática, química, física e depois de mais de quinze anos ensinando, resolveu “*olhar para dentro*” e percebeu que queria mais. Mudou-se para a capital, fez uma nova graduação, conseguiu um novo emprego e anos depois, a partir de um convite inusitado de um amigo, que sabia que ela tinha habilidades para produzir produtos de beleza, passou a fazer kits de dia das mães para vender às escolas.

A empreendedora disse que esse convite foi o passaporte para a sua liberdade. Definindo-se como “*uma mulher criada para obedecer*”, afirmou que já tinha planejado todo o

seu caminho profissional, desde nova. Com um pai que fez história, sendo um dos primeiros da sua cidade a fazer curso superior e construindo uma carreira consolidada em letras, ela afirma que empreender foi uma ousadia, um risco, que a fez se descobrir capaz:

Eu nunca imaginei que eu seria tão capaz. Eu podia continuar sendo a excelente profissional que eu sou ou sempre fui nos lugares que trabalhei, mas se não fosse o empreendedorismo eu nunca ia saber que poderia tanto [...]. Quando você começa a empreender por necessidade, você aprende tanta coisa, você aprende finanças da sua empresa, aprende a produção da sua empresa, você aprende a fazer o *marketing* da sua empresa, você faz a logística da sua empresa, você é uma profissional completa. (Zuri).

Durante a entrevista a empreendedora nos falou de tantos desafios que enfrentou e ainda enfrenta no processo de empreender. Ela citou a falta de compreensão da família ao tomar a decisão de se mudar e empreender, falou dos preconceitos racial e de gênero que enfrenta a frente do negócio, da necessidade de se reafirmar a todo momento enquanto empreendedora, empresária, dona de negócio, ela falou do ressentimento que tem das pessoas que acham o seu negócio amador por ela estar sozinha, por ser MEI, por não ter grandes estruturas, por demorar um pouco mais na entrega, enfim. Ela falou da exaustão de trabalhar num emprego formal e empreender ao mesmo tempo e ainda mais sendo mãe, casada, dona de casa.

Mas, sem reduzirmos os impactos dessas questões na vida dos empreendedores, o que nos pareceu foi que nenhuma dessas dores conseguiram minar o seu grande prazer em empreender, nem tirar dela a sensação de capacidade, o poder de ter conseguido a sua liberdade, a felicidade em se superar. E ela nos mostrou, a partir da sua percepção e palavras, um empreendedorismo que, longe de todas as agruras que lhe causa, parece muito mais uma poesia: A *“beleza em aprender coisas novas, depois de velha”*, a capacidade de *“superar a sua síndrome de impostora”*, o *“aprender dizer não e focar nos seus sonhos”*, a *“coragem de vencer os seus melindres”* - e tudo isso junto é o seu maior presente: o empreendedorismo.

Eu costumo dizer que a minha empresa é a resposta de todos os “nãos” que tive na minha vida” [...] Era meu, porque eu construí, porque eu construí o meu espaço para que eu chegasse ali, eu não estava tomando lugar de ninguém, eu não estava ocupando a vaga de ninguém, era o meu espaço que a duras penas eu conquistei e venho conquistando. Um orgulho sem tamanho”. (Zuri).

No livro intitulado ‘O lado negro do empreendedorismo: afroempreendedorismo e *black money*’, a autora Maria Angélica dos Santos, no capítulo que nos sinaliza a necessidade de descolonizar o empreendedorismo aborda:

Quando o negro opta por empreender, tem-se aí um movimento que é contrário ao que é colonial [...] subvertendo as antigas dinâmicas e rompendo com as velhas estruturas, porque o negro marcado pela sujeição, coisificação e invisibilizado, passa por suas próprias mãos, a tecer uma nova trama socioeconômica e cultural. O negro deixa de

ser assenhorado e passa a ser realmente senhor de si; deixa de ser empregado e passa a ser empregador. Subverte-se o empreendedorismo e mostra-se que negros também podem e devem empreender [...] Ao empreender o negro, desprende-se da ideia servil à qual sua imagem foi, estrategicamente, associada e pela qual sua identidade é atravessada.” (SANTOS, 2019, p. 54-55).

Os “nãos” que a empreendedora Zuri recebeu durante toda a vida, estão impregnados na sua trajetória em formato de silenciamentos, preconceitos, exclusões, os mesmos encontrados nas trajetórias de vida dos outros empreendedores. E através dos sentimentos de orgulho, realização, vitória, capacidade, potência, felicidade, que definem suas histórias, reconstróem trajetórias ancoradas nos valores de orgulho de pertencer a uma raça, que apesar de tudo se refez e se refaz. O empreendedorismo ajuda as pessoas negras a construírem e reconstruírem narrativas cheias de sentidos positivos das suas próprias histórias.

Percebemos que nas suas trajetórias empreendedoras eles estão buscando um caminho do meio que consiga equilibrar as escolhas de uma vida empresarial, com os seus próprios ideários de construção de uma sociedade mais justa e menos desigual. Sem dúvida esse é o grande diferencial político-simbólico desses empreendedores. Mas, também, em termos práticos, isso reverbera na sua atuação no mercado, que apesar da sua própria precarização em termos econômicos-materiais, ainda sim, eles buscam estabelecer parâmetros sociais e relações de trabalhos mais dignas, menos coercitivas e menos hierarquizadas.

Com isso, o empreendedorismo torna-se o lugar de reconstrução da sua própria identidade na sociedade, porque o “*empreendedor negro de si mesmo*”, é aquele mesmo que outrora vivendo condições de pobreza, dificuldades, vulnerabilidades conseguiu vencer na vida. Encontrou o caminho do seu sonho, das suas vocações, vem construindo repertórios para além do servir, obedecer. Reconstróem seus relacionamentos, redefinindo no próprio imaginário popular, o lugar do negro no mercado. Surpreende as estruturas, quando é ele quem manda, surpreende ainda quando é ele que aparece para ser o grande palestrante do evento. Surpreende ainda, quando a última palavra é dada por ele. Surpreende a mão na caneta é a dele, suspendendo contratos de pessoas que se posicionam de forma racistas nos espaços de poder. Eles ainda surpreendem, porque enquanto gestores, pautam os espaços demandando igualdade, equidade, mais preto, menos racismo e menos preconceito.

Empreender é o caminho do meio para os negros porque está no intermezzo entre o dinheiro e a dignidade, assim como nos pauta a empreendedora Nala:

È digno eu querer ganhar dinheiro, mas não é ganhar dinheiro para ser rica, milionária, multimilionária, é ganhar dinheiro para melhorar a minha própria condição de vida [...] para não precisar mais ser pobre, sem ter outra opção, é ganhar dinheiro pra contratar gente, pra melhorar a vida de outras famílias, é ganhar dinheiro pra realizar

meu propósito, não é ganhar dinheiro por ganhar dinheiro, é ser um agente de transformação da sociedade. (Nala).

Se empreender, no dicionário, é verbo transitivo direto que significa realizar, afroempreender significa realizar-se. Realizar-se negro, sonho, propósito, agente de transformação, enquanto constituinte de coletividades e poder. Assim, se o afroempreendedorismo é também realizar-se, significa que a sua natureza não é só intencional e/ou discursiva, mas prática também.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta tese teve como objetivo geral a problematização das intersecções entre identidade negra e empreendedorismo, identificando de que forma o pertencimento étnico-racial influi nas trajetórias de vida das pessoas negras que empreendem. Como objetivos específicos buscamos num primeiro momento refletir sobre o Afroempreendedorismo e a sua dimensão simbólica, a partir dos construtos teóricos e empíricos abordados na trajetória da pesquisa, contribuindo assim para o avanço do debate da temática no campo da administração.

Num segundo momento apresentamos o cenário do afroempreendedorismo no Brasil, intercalando as trajetórias dos negros empreendedores no passado e no presente, trazendo dados da realidade socioeconômica dos negros e dos seus empreendimentos. Além disso narramos as trajetórias de vida de nove empreendedores negros que utilizam a raça como pano de fundo para a sua ação empreendedora, identificando como o pertencimento étnico-racial influencia as suas trajetórias de vida e empreendedora; e, por fim, entendemos como o pertencimento étnico-racial atravessa a relação dos empreendedores negros com os seus negócios e com o ecossistema empreendedor;

Nesta tese construímos um caminho que consistiu em refletir sobre a identidade negra e o empreendedorismo. Debates as questões, do ponto de vista do campo dos estudos do materialismo histórico, que avalia a identidade como base para reforçar as distintas expressões de exploração e opressão dos grupos marginalizados. (HAIDER, 2018; FERRAZ, 2021; FERRETTI; SOUZA, 2020; MARLOW; MARTINEZ, 2018). Mas também, do ponto de vista do campo das relações sociais que é entendida como constituinte e constituída das, e pelas relações sociais como uma instância de jogos simbólicos, disputas políticas, negociações, resistências, sobrevivências, tensões e formações discursivas (HALL, 1997, 2016; CANCLINI, 1999; BEZERRA, 2017; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009).

Assim, a trajetória de pesquisa teórica e empírica realizada ao longo desta tese, nos direcionou a compreender o afroempreendedorismo como um movimento que intersecciona aspectos econômicos, identitários, políticos e sociais, fazendo deste, um movimento de dimensões simbólicas no campo das lutas por ampliação dos direitos econômicos para a população negra. Ao dar ênfase ao empreendedorismo e a sua dimensão simbólica estamos inserindo no centro do debate arranjos diversos que possibilita interpretações para além das relações de mercados econômicos.

Assim, no primeiro capítulo realizamos uma caracterização do fenômeno do empreendedorismo no Brasil, conceituando as categorias que circunscrevem esse debate, como

os trabalhadores por conta própria, os donos de negócios e os pequenos negócios (Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP)). Abordamos como o avanço do capitalismo vem causando transformações do trabalho produtivo em trabalho flexível, e o fechamento dos postos de trabalho tem empurrado cada vez mais os trabalhadores para o autoemprego. (BARBOSA 2011; BORGES, 2010; DRUCK 2011; DRUCK, SILVA 2019; GORZ, 1998; ROSSI, 2018), tendo a reforma trabalhista contribuído significativamente para a substituição dos contratos formais de trabalho transformando-os em processos de “pejotização do trabalho” (COLBARI, 2015; GALDINO, 2017).

Além disso, discutimos como o crescente incentivo à formalização desses trabalhadores na categoria MEI, apesar de apresentar vantagens, como a própria inserção dos trabalhadores informais no sistema da previdência, se apresenta como perdas de direitos trabalhistas, significando uma substituição do trabalho assalariado por pessoas jurídicas, mas que ao ascender a essa “nova” categoria os empreendedores não conseguem colher as benesses que, teoricamente lhe proporcionaria.

Abordamos o empreendedorismo a partir de uma perspectiva histórica debatendo as transformações deste conceito no campo econômico. Esse caminho foi percorrido passando pelos sentidos do trabalho (ANTUNES, 2000), considerando que no centro da realidade dos empreendedores no Brasil estão inseridos os trabalhadores por conta própria e/ou os donos de negócios, que tem no seu ato de empreender o sentido de resgate da dignidade em forma de labor. Debates também a origem econômica do empreendedorismo, tocando na crítica ao espírito capitalista que contribuiu para forjar a existência de uma identidade empreendedora como condutora de mudanças no *ethos* do homem contemporâneo, cada vez mais utilitarista.

No segundo capítulo tratamos do cenário do afroempreendedorismo no Brasil, entrecruzando análises do passado e presente. Discutimos como a transição capitalista no Brasil foi processada tomando a raça como um componente indispensável ao modelo de desenvolvimento capitalista do país (CARDOSO; IANNI, 1960; FERNANDES, 1965; HASENBALG, 1979; CUNHA, 2004, SANTOS 1994; SILVA, 2008; POCHMANN, 2006) determinando uma política desigual para a população negra, incorrendo numa série de injustiças econômicas e culturais que permanecem até os dias atuais, sendo articulada a partir dos novos modelos neoliberais.

Além disso, elaboramos uma síntese da invisibilidade do empreendedor negro no Brasil desde o período pós abolição (ALANIZ, 1997; ALENCASTRO, 2000; ANDREWS, 1998; KOWARICK, 1994; POPINIGS 2013; NOGUEIRA, 2014; THEODORO, 2008). Passando

pelo pioneirismo das mulheres negras trabalhadoras por conta própria (CARNEIRO, 2011; MARCONDES, 2013; XAVIER, FARIAS, GOMES 2012). Retratando os estudos que demonstram a presença e a importância das mulheres de tabuleiro na Bahia (LANDES, 1967; SOARES, 1996; FERREIRA FILHO, 1998).

Tratamos das iniciativas econômicas negras que se proliferavam através de organizações coletivas, espaços comunitários, ajuda mútua, como os Quilombos (GOMES, 2015; LEITE, 2017; ARRUTI, 2010) até as Irmandades, Sociedades e Confrarias (LEITE, 2017; MATTOS, 2008; SOARES, 2021) abordando como esses movimentos tem servido de referência para os novos modelos de redes solidárias de empreendedores negros reunidos no ecossistema afroempreendedor.

E por fim, discutimos a realidade socioeconômica dos afroempreendedores no Brasil, apontado os dados da desigualdade, o perfil do empreendedor e os principais desafios, considerando as intersecções de gênero e classe, que demonstraram que as mulheres negras são as empreendedoras em maior nível de precarização e os microempreendedores individuais (MEI) são aqueles mais prejudicados por conta das desigualdades no ecossistema empreendedor.

No terceiro capítulo trabalhamos com os diversos conceitos de afroempreendedorismo. Além disso, trabalhamos com a identidade negra enquanto articuladora de uma série de dimensões que fornecem sentido ao empreendedorismo para além das relações materiais de mercado. A escolha do conceito de identidades sinalizou os campos dos estudos multiculturais e hibridização (HALL, 2016; CANCLINI, 2014), negando, a existência de uma identidade “pura”, ou “autêntica” dos sujeitos, abrindo espaço para as efluências culturais que sinalizam a riqueza das experiências sociais dos empreendedores desta pesquisa.

Em Munanga (2019) e Gomes (2017) abordamos que o processo de construção da identidade nasce a partir da tomada de consciência das diferenças. Em Hall (2016) trabalhamos com a ideia do “sujeito fragmentado”, “homem pós-moderno” atravessado por diversas identidades culturais em contraposição a ideia de “homem moderno” cristalizado em um ciclo de permanência da vida. (HALL, 2016, p. 30-31).

Apresentamos como o pertencimento étnico intercambia uma série de sentidos para a ação empreendedora, à medida que interconecta os empreendedores à cultura africana, a partir de uma concepção dos povos em diáspora (HALL, 2016; GILROY, 2007; PINHO, 2004), estabelecendo uma ligação com os seus símbolos, com as suas crenças, transformando essa relação em oportunidade de mercado (NASCIMENTO, 2018; SILVA, 2018).

Discutimos como a religiosidade de matriz africana se estabeleceu a partir da ideia de pluralidade, alicerçada às diversas matrizes étnicas culturais dos povos africanos sequestrados e escravizados no território brasileiro. E como ela vem servindo de base para fornecer dimensões simbólicas ao ato de empreender utilizando a fé, a crença e o significado de missão articulado com a mercantilização dos produtos e da ideia comercial em torno do Sagrado (ANJOS, 2008; RIBEIRO; LIMA, 2019; GAIA, VITÓRIA; COMIN, 2019; BORGES, 2014).

Articulamos a ética como uma dimensão que conduz os sujeitos negros politizados para ações de alteridade, pautados a partir de uma relação de compromisso com a justiça social (SEN, 2000), da dádiva (MAUS, 1974; CAILLÉ, 1998; FRANÇA FILHO, 2013) e da ancestralidade como valor de alteridade (SÃO BERNARDO, 2018). Além disso nesse capítulo foi abordado o fenômeno do *Black Money* como um mercado simbólico. (HALL, 2005; CLANCLINI (1999; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009; ROCHA, 2006). Além de discutirmos como as redes empreendedoras em ecossistemas afroempreendedores tem colaborado para melhorar as condições de vida de muitos empreendedores negros no Brasil, principalmente pautando seus discursos na ideia de aquilombamento, em referência ao legado ancestral dos negros no período da pós-abolição. (NASCIMENTO, 2018; PATROCÍNIO, 2002)

No quarto capítulo apresentamos a metodologia das trajetórias de vida. Nos quinto e sexto capítulos trouxemos os resultados das análises das trajetórias de vida dos empreendedores com os principais resultados apresentados abaixo:

A hipótese de trabalho aqui discutida foi a de que as pessoas negras, na nossa investigação, ao empreenderem já o fazem a partir de uma perspectiva de raça e isso direciona todas as suas ações, escolhas e tomadas de decisão durante a sua trajetória de vida e empreendedora. Entender-se enquanto e como pessoa negra é definitiva para o seu posicionamento no mundo. Isso vai estabelecer o seu lugar de relacionamento consigo mesmo, com o outro, com o entorno, com o negócio e conseqüentemente, com o seu público consumidor, fornecedor, seus funcionários e com o próprio ecossistema empreendedor.

Chegamos à conclusão de que os empreendedores negros entrevistados encaram a realização dos seus negócios como um propósito de vida, propósito este que, para além das questões de sustentabilidade financeira, contribui para dar uma série de sentidos ao seu fazer empreendedor através da reafirmação da sua identidade, do combate ao racismo, da contribuição para a ascensão da população negra. Os seus negócios são meios para concretizar seus valores no mundo. Eles buscam, predestinadamente, contribuir para uma sociedade mais representativa. Suas ações são frutos do desejo de utilizar o conhecimento adquirido,

principalmente a partir das suas trajetórias de ascensão acadêmica, para contribuir com outras pessoas negras e com a sociedade, disseminar o empoderamento negro, contribuir para o protagonismo das suas comunidades, se colocando num lugar de referência na superação das situações de racismo e preconceitos vividos.

Em resumo, o que os tornam AFROempreendedores é a sua própria identificação com a raça negra e as decisões dos seus negócios que são tomadas a partir do seu pertencimento étnico racial e são esses elementos que determinam a segmentação do seu mercado consumidor, as características dos seus produtos e serviços, a cor e a forma de contratação das pessoas das suas equipes de trabalho, a representação e símbolos da sua marca e a sua forma de se relacionar com o próprio mercado.

Mas também é a condição de raça que os fazem enfrentar situações de preconceitos, desafios e barreiras, o distanciamento do ecossistema empreendedor tradicional e das suas políticas, o que nos leva a concluir que o ecossistema empreendedor racista e desigual, assim como o mercado de trabalho, impõem uma série de barreiras que dificultam o acesso aos empreendedores negros. Concluimos que, pouquíssimos, dos nossos empreendedores já tiveram acesso a alguma política pública do setor empresarial, principalmente por conta da burocracia que envolve a participação em processos convencionais do mercado formal. Além de não acessarem, eles ainda manifestam algumas ideias preconcebidas sobre o acesso a créditos e financiamentos, pautadas principalmente numa necessidade de segurança e preservação do nome. Os investimentos que eles receberam são irrisórios e estão circunscritos a iniciativas direcionadas exclusivamente a empreendedores negros. Eles participam de inúmeras redes de empreendedores negros, que os ajudam, principalmente com apoio moral, como incentivo, escuta, referência, indicação de capacitações e editais, indicação para parcerias e etc., mas estão pouco representados no mercado mais geral de incentivos.

Percebemos que nas suas trajetórias empreendedoras eles estão buscando um “caminho do meio” no qual consiga equilibrar as escolhas de uma vida empresarial, aquela destinada a enriquecer, com os seus próprios ideários de construção de uma sociedade mais justa e menos desigual. Sem dúvida esse é o grande diferencial político-simbólico desses empreendedores. Em termos práticos, a associação entre o ato de empreender e a busca de construção de relações mais igualitária reverbera na sua atuação no mercado – apesar da sua própria precarização em termos econômicos-materiais, ainda sim, eles buscam estabelecer parâmetros sociais e relações de trabalhos mais dignas, menos coercitivas e menos hierarquizadas.

Por esta razão, notamos em seus discursos e práticas a existência de uma “metamorfose empreendedora”, que nada mais é do que o processo de apropriação dos discursos, valores e práticas do empreendedorismo, a partir do momento em que eles se auto reconhecem como empreendedores. Notamos que a metamorfose passa por um processo de descoberta, a partir da inserção dos empreendedores em espaços de conhecimento e disseminação de conteúdos relacionados ao empreendedorismo, até o momento da própria “reconfiguração enquanto homem empreendedor”, quando uma outra “persona” passa a tomar conta das ações dos indivíduos e as relações passam a ser instrumentalizadas a partir da racionalidade individual de ganhar dinheiro e alcançar benefícios para o seu próprio negócio.

Então quando o negro ascende a posição de empreendedor, é preciso estabelecer dois olhares para este lugar: o primeiro é o tamanho do seu esforço sobrenatural para conseguir burlar todas as barreiras inseridas no seu caminho, e o segundo é que para a sua permanência neste lugar é preciso adotar seus próprios *habitus*, fazendo desta também uma estratégia de sobrevivência. Mas, o que percebemos nos negros empreendedores que entrevistamos é que, mesmo depois de cumprirem esse caminho, o ideário de pertencimento da identidade negra ainda permanece comandando o seu imaginário de mundo menos desigual e mais inclusivo. Isso se manifesta nas suas ações de compromisso social com mundo, em negócios que são pensados a partir da lógica que dialoga mercados e combate as assimetrias, eles refletem em suas práticas compromisso com a diversidade de corpos, com a sustentabilidade ambiental, com a manutenção das memórias e referências antepassadas e eles se estabelecem de forma coletiva em redes de ajuda mútua.

Com isso, o empreendedorismo torna-se o lugar de reconstrução da sua própria identidade na sociedade, porque o “*empreendedor negro de si mesmo*”, é aquele que outrora vivendo condições de pobreza, dificuldades, vulnerabilidades conseguiu vencer na vida. Encontrou o caminho do seu sonho, das suas vocações, vem construindo repertórios para além do servir, obedecer. Reconstroem seus relacionamentos, redefinindo no próprio imaginário popular, o lugar do negro no mercado. Surpreende as estruturas, quando é ele quem manda, surpreende ainda quando é ele que aparece para ser o grande palestrante do evento. Surpreende ainda, quando a última palavra é dada por ele. Surpreende quando a mão na caneta é a dele, suspendendo contratos de pessoas que se posicionam de forma racistas nos espaços de poder. Eles ainda surpreendem, porque, enquanto gestores, pautam os espaços demandando igualdade, equidade, mais preto, menos racismo e menos preconceito.

Considerando as questões acima, entendemos que o afroempreendedorismo não se configura como o próprio empreendedorismo em si. Eles possuem aspectos que se aproximam, mas muitos outros que os distanciam. Dessa forma, compreendendo as limitações da nossa pesquisa, investigações em torno dessa diferença irá colaborar para a ampliação dos estudos no campo, com foco nas questões que lhes são similares, desafiadoras, estratégicas, entre outros.

Afroempreendedorismo é um conceito complexo, heterogêneo que nos faz dialogar com diversos grupos inseridos nesse universo: os trabalhadores informais, ambulantes, autônomos, afroempreendedores, empresários, enfim, todos aqueles que constituem o contingente dos trabalhadores por conta própria, mas também os pequenos negócios, nos levando a uma ampla gama de conceitos e contextos em escalas dinâmicas que vão do trabalhador precarizado ao empresário de sucesso. Esse público, apesar de margear a tese não se constituíram como temas de pesquisas aprofundadas, algo que nos parece promissor considerando as realidades diversas das suas trajetórias de vida.

Entre esses mundos temos uma série de questões que temos consciência que não conseguimos apreender, deixando de ser abordadas, mas que podem torna-se interessantes pesquisas aprofundadas, como: as trajetórias de ascensão dos empreendedores, o aprofundamento da problematização das questões de desigualdade dos negros no mercado de trabalho, as questões da identidade cultural da população negra, as questões de análise estrutural do racismo, as questões de raça e discriminação, enfim, todas temáticas que em algum momento transpassam nossas abordagens, mas que não temos o compromisso de esgotá-las.

REFERÊNCIAS

- ABSTARTUPS. **Mapeamento do Ecossistema Brasileiro de Startups no Brasil (2021)**. Disponível em: <https://abstartups.com.br/mapeamento-de-comunidades/>. Acesso em set/2022.
- ALANIZ, Anna Gicella G. **Ingênuos e Libertos: estratégias de sobrevivência familiar em épocas de transição 1871-1895**. Campinas: Ed. UNICAMP, 1997.
- ALCOFORADO, Guilherme S.G; CHACON, Suely S. **O homo situs e suas interações com o desenvolvimento sustentável**. IV Encontro Universitário da UFC no Cariri. Juazeiro do Norte-CE. Dezembro de 2012. Disponível em: <https://encontros.ufca.edu.br/index.php/encontros-universitarios/eu-2012/paper/view/1322/902> Acesso em 22 de ago de 2022.
- ALENCASTRO, Luiz Felipe de, **O trato dos viventes: Formação do Brasil no Atlântico Sul, séculos XVI e XVII**, (São Paulo: Companhia das Letras, 2000, 525 p.).
- ALMEIDA, Alex. Consumo e identidade: a produção para o consumo a partir dos *insights* dos empresários negros. In. **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro**. Organizador: equipe do projeto Brasil Afroempreendedor. Editora Atilênde. Florianópolis, 2013.P. 199-222
- ALMEIDA JUNIOR, Ademário. **Administração e racismo: ampliando as formas de análise do desenvolvimento sustentável**. Hucitec. São Paulo, 2012.
- ALMEIDA, José Genário Costa. CRUZ, Francisco Daniel Gomes da. **Microempreendedor Individual: Os desafios de empreender em tempos de crise**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 04, Ed. 12, Vol. 01, pp. 55-66. Dezembro de 2019. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/microempreendedor-individual>
- ANDREWS, George Reid. **Negros e brancos em São Paulo (1888-1988)**. Bauru: Edusc, 1998.
- ANJOS, José Carlos Gomes dos. **A filosofia política da religiosidade afro-brasileira como patrimônio cultural africano**. Debates do NER. Porto Alegre. Vol. 9, n. 13 (jan./jun. 2008), p. 77-96, 2008.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 2010.
- ARRUTI, J. M. A negação do território: Estratégias e táticas do processo de expropriação na Marambaia. In: ALMEIDA, A. W. B. (org.). **Cadernos de debates Nova Cartografia Social: Territórios quilombolas e conflitos**. Manaus: Universidade do Estado da Amazônia, 2010. 109-114 p.
- AZEVEDO, Amailton Magno. **ESTÉTICA NEGRA E PERIFÉRICA: FILOSOFIA, ARTE E CULTURA**. RTH (Revista de Teoria da História), Goiás - GO, vº 22, nº 2, p. (36 -), Dez., 2019.

BANAGGIA, G. (2014). **Religiões de matriz africana em perspectiva transformacional**. Revista De Antropologia Da UFSCar, 6(2), 57–70. <https://doi.org/10.52426/rau.v6i2.122>

BANDEIRA, Maria de Lourdes. **Terras negras: Invisibilidade expropriadora**. Textos e debates 1(2). Florianópolis: Núcleo de Estudos sobre Identidade e Relações Interétnicas, 1991. 7-24 p.

BARBOSA, Attila M. e S. **O Empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho**. Revista Sociologia Política. v. 19, n. 38, p. 121-140, Curitiba, fev. 2011.

BARBOSA, João Paulo. **O Pós-Abolição no Rio de Janeiro: Representações do negro na imprensa (1888-1910)**. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em História, 2016.

BARDIN. *Análise de conteúdo*. Lisboa, edições 70, 1979.

BARKI, E. (2015). **Negócios de Impacto: Tendência ou Modismo?** GV-Executivo, 14(1). Recuperado de <http://rae.fgv.br/gv-executivo> » <http://rae.fgv.br/gv-executivo>

BARKI, E., Rodrigues, J., & COMINI, GM (2020). **Negócios de Impacto: Um Conceito em Construção**. Revista Iberoamericana de Empreendedorismo e Pequenos Negócios, 9 (4), 477–501. <https://doi.org/10.14211/regepe.v9i4.1980>

BARRETO, Caryna Paes. **Empreendedores Negros em Cuiabá/MT: Formação educacional e inserção no mercado de trabalho**. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal do Mato Grosso. Cuiabá, 2017. 87 f.

BARRETO, Lima. **Clara dos Anjos**. São Paulo: Ática, 1998

BARRETTO, Luiz. A força dos negros no empreendedorismo. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2013. p. 35-58.

BARRETO, L.P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

BASTOS, Liliana Cabral; BIAR, Liana de Andrade. **Análise de narrativas e práticas de entendimento da vida social**. D.E.L.T.A., 31-especial, p. 97-126, 2015.

BENEDITO, Alessandra. **Empreendedorismos e empoderamento de mulheres negras: quais são as ações necessárias para garantir expansão e manutenção da atividade econômica (internet)**. 2014. Disponível em < <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/VSGPP-%20GT11-%20Alessandra%20Benedito.pdf>> Acesso em 05 de outubro de 2019.

BENEVIDES, Tânia Moura. **Vendendo Dinheiro e Precarizando o Trabalho: a transformação do trabalho bancário em Salvador a partir dos anos 2000**. 228 f. il. 2012. Tese (Doutorado) – Núcleo de Pós-Graduação, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012.

BERTAUX, Daniel. (1999), **Destinos pessoais e estrutura de classe: para uma crítica da antroponomia**. Rio de Janeiro, Editora Zahar.

BIROLI, Flavia. MIGUEL, Luis F. **Gênero, raça, classe: opressões cruzadas e convergências na reprodução das desigualdades**. Revista Mediações, Londrina, v. 20 n. 2, p. 27-55, jul./dez. 2015.

BLANCH, J. M. **Estudio de calidad de vida laboral en el subempleo**. In J. Romy, J. Salgado, M. Romani & D. Robla (Orgs.), *Psicología de las organizaciones, y recursos humanos y de la salud* (pp. 79-87). Madrid: Biblioteca Nueva. 2005.

BLACKROCKS STARTUPS (2021). **Mapa das Startups Negras (2021)**. Disponível em: <https://blackrocks.com.br/estudos/> Acesso em out. de 2022.

BORGES, Angela. **As novas configurações do mercado de trabalho urbano no Brasil**. Caderno CRH, Salvador, v. 23, n. 60, p. 619-632, Set./Dez. 2010.

BORGES, A.F; ENOQUE, A.G; NETO, R.M; RISSI, F.H. **Retratos do Empreendedorismo Étnico-Racial: Um Estudo Sobre A Trajetória De Empreendedores Negros**. XI EGEPE. Belo Horizonte, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/344750805_A_PESQUISA_EM_EMPREENDEDORISMO_A_PRODUCAO_CIENTIFICA_FRANCOFONA_EM_PERSPECTIVA Acesso em set. 2022.

BORGES, A. F. et al. **“Empreender Com Fé”**: Configurações do Processo Empreendedor em Empresas de Artigos Religiosos na Cidade de Ituiutaba-MG. Encontro de Empreendedorismo da Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Goiânia, v.1, n.1, p.1-16, 2014.

BOURDIEU. Introdução a uma Sociologia Reflexiva. In: _____. **O poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002b. p.17-58.

_____. **Lições da aula**. São Paulo: Ática, 1994.

BRESCIANI, L. P.; BENEVIDES, G. ; SANTOS JUNIOR, D. **Redes de inovação e desenvolvimento regional: mecanismos de articulação na Região Metropolitana de Campinas**. In: II SINGEP, 2014, Sao Paulo. ANAIS II SINGEP, 2014.

BRUSCHINI, Cristina. **Trabalho e gênero no Brasil nos últimos 10 anos**. In: Seminário Internacional Mercado de Trabalho e Gênero: Comparações BrasilFrança. Rio de Janeiro, UFRJ/IFCS, 09 a 12 de Abril de 2007. Disponível em <http://www.fcc.org.br/mulher>. Acesso em janeiro de 2019.

BUTLER, Judith. 1990. **Gender trouble: feminism and the subversion of identity**. New York: Routledge.

CAILLÉ, A. **Critique de la raison utilitaire**. Paris: La decouverte, 1989. (Coll. Agalma).

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1998. 392p.

CARDOSO, Fernando Henrique e IANNI, Octavio. **Cor e mobilidade social em Florianópolis: aspectos das relações entre negros e brancos numa comunidade do Brasil Meridional.** São Paulo: Nacional.

CARNEIRO, L. B., GOMES, D. G. de, Cruz, A. P. C. da, & Frare, A. B. (2018). **Glass Ceiling: A Study On The Factors Of This Phenomenon In Brazil From The Perception Of Women Managers.** Sinergia - Revista Do Instituto De Ciências Econômicas, Administrativas E Contábeis, 26(1). <https://doi.org/10.17648/2236-7608-v26n1-12645>

CARNEIRO, Sueli. **Racismo, Sexismo e Desigualdade no Brasil.** Editora Selo Negro, São Paulo, 2011.

COELHO JÚNIOR, Pedro Jaime de. **Executivos negros: racismo e diversidade no mundo empresarial.** São Paulo: Edusp, 2011.

COHEN, B. **Sustainable valley entrepreneurial ecosystems.** Business Strategy and the Environment, v. 15, n. 1, p. 1–14, 2006.

COLBARI, A. **Do autoemprego ao Microempreendedorismo Individual: Desafios Conceituais e Empíricos.** RIGS. Revista Interdisciplinar de gestão social. v.4 n.1 jan. /mar. 2015.

CONDE F. **Encuentros y desencuentros entre la perspectiva cualitativa y la cuantitativa en la historia de la medicina.** Revista Esp Salud Publica 2004; 76(5):395-408.

CORRÊA, V. S., VALE, G. M. V., MELO, P. L. de R. & CRUZ, M. de A. (2020). **The problem of embeddedness in entrepreneurship studies: A theoretical proposition.** Revista de Administração Contemporânea, 24(3), 232-244. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2020190096>

COSTA, Alex Andrade. **Economia de escravos, libertos e quilombolas na Bahia, século XIX.** XII Congresso Brasileiro de História Econômica e 13ª Conferência Internacional de História de Empresas Economia de escravos, libertos e quilombolas na Bahia, século XIX, 2017.

COSTA, A. M. da.; BARROS, D. F.; MARTINS, P. E. M. **A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor.** Cadernos Ebape.br, v. 10, n. 2, p. 357-375, 2012.

CUNHA, Sílvio H. P. **Um retrato fiel da Bahia: sociedade-racismo-economia na transição para o trabalho livre no recôncavo açucareiro, 1871-1902.** Tese (Doutorado de Economia). Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 2004.

DAMIÃO, D; OLIVEIRA, D. **A ideologia do empreendedorismo no Brasil sob a perspectiva econômica e jurídica.** Ciências Sociais Aplicadas em Revista - UNIOESTE/MCR - v. 13 - n. 25 - 2º sem. 2013 - p. 191 a 207 - ISSN 1679-34

DAVIES, Frank A. **Identities de sucesso**: breve reflexão sobre os empresários negros brasileiros. PLURAL, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v. 16, n. 2, pp. 75-94, 2009.

DENZIN, N. K. (1989). **Interpretive interactionism**. London: Sage.

DENZIN, Norman; LINCOLN, Yonna. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa . EM: _____ e col. **O Planejamento da pesquisa qualitativa**: teorias e abordagens . Porto Alegre: ArtMed, 2006, p.15-41.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE). **Nota Técnica Nº 211-B**. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/notatecnica/2019/notaTec211BvotacaoPrimeiroTurno.html>. Acesso em out de 2022.

DISTRITO.ME. **Fintech e Startup: termos que você precisa saber**. Disponível em: <https://distrito.me/glossario-fintech-startups-termos/> Acesso em set/2022.

DISTRITO.ME. **Female Founders Report** (2022). Disponível em: <https://materiais.distrito.me/mr/female-founders-report>. Acesso em jun 2022.

DOLABELA, Fernando. E depois que aprendermos a fazer o pão? **Revista Aminoácidos**. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, n1. Páginas 82-90, out/Nov, 2001.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia empreendedora**: o ensino do empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Cultura, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

DRUCK, Graça. **Trabalho, precarização e resistência**: novos e velhos desafios? Caderno CRH, Salvador, v.24, n.1, p. 37-57, 2011.

DRUCK, Graça. SILVA, Jair Batista da. **Trabalho, precarização e resistência**: as múltiplas faces do trabalho. Organizadores. Salvador: EDUFBA, 2019.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FANON, Frantz. **Pele negra máscaras brancas**. Salvador: Editora da UFBA. 1980.

ÉSTHER, A. B. (2019). **A política de identidade do empreendedorismo**: uma análise na perspectiva da sociologia figuracional e da psicologia social crítica. Cadernos EBAPE.BR, 17(esp.), 857-870.

FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: 3. ed. Editora Ática, 1978.

FERNANDES, Florestan. **O negro no mundo dos brancos**. São Paulo: Global, 2007

FERNANDES, Viviane; SOUZA, Maria Cecília. **Identidade Negra entre exclusão e liberdade**. Revista do Instituto de Estudos Brasileiros s , n. 63, 2016.

FERRAZ, J. M.; FERRAZ, D. L. S. **Do espírito do capitalismo ao espírito empreendedor**: a consolidação das ideias acerca da prática empreendedora numa abordagem histórico-materialista. Cadernos EBAPE.BR, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/83811>. Acesso em: 11 jan. 2022.

FERRAZ, D. L. S. **Sequestro da Subjetividade**: Revisitar o Conceito e Aprender o Real. REAd: Revista Eletrônica de Administração, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 238-268, 2019.

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

FERREIRA FILHO, Alberto Heráclito. **Salvador das mulheres**: condição feminina e cotidiano popular na Belle Époque imperfeita. Dissertação (Mestrado). Salvador: Universidade Federal da Bahia, 1994.

FERREIRA, Vanessa Rocha; SANTOS, Murielly Nunes dos. **Pejotização e relações de trabalho**. Revista de Ciências Sociais, n. 54, p. 99-116, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/view/53463/34314>. Acesso em: 15 de ago. 2022

FERRETTI, A. S. Z.; SOUZA, E. M. **Resistir para existir**: compreensão dos discursos sobre gênero e empreendedorismo a partir de uma perspectiva crítica. In: ENAPAD, 64, 2020, evento on-line. Anais ..., 2020. p. 1-16.

FILION, L. J. **A educação empreendedora**: o que deveríamos enfatizar: o meio ou a mensagem? Tradução Nely R. V. Mendes. Quebec: Departamento de Administração e de Economia da Universidade de Quebec, 1991.

FILION, L. J. **Aprender a empreender**. São Paulo: Cultura, 2000.

FILGUEIRA, A.; SILVA, M. A. **Afrocentricidade, quilombismo e colonialidade do poder**:. Revista Temporis[ação] (ISSN 2317-5516), v. 19, n. 2, p. 17, 13 abr. 2020.

FIGUEIREDO, Ângela. **Fora o Jogo: a experiência dos negros de classe média brasileira**. Cadernos Pagu (23), jul-dez de 2004, p. 199-228.

_____. **Classe Média negra: trajetórias e perfis.** Salvador: EDUFBA, 2012.

FRANÇA FILHO, G. C. **A problemática da economia solidária: um novo modo de gestão pública?.** Cadernos EBAPE.BR, v. 11, n. 3, p. 443-461, 2013

FRAGA FILHO, Walter. **Mendigos Moleques e Vadios na Bahia do século XIX.** São Paulo: Hucitec. Salvador: EdUFBA, 1996.

FRASER, Nancy. **A justiça social na globalização: Redistribuição, reconhecimento e participação.** Revista Crítica de Ciências Sociais, 63, outubro, 2001, p. 7-20.

_____. Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça na era pós-socialista. In: SOUZA, J. (Org). **Democracia hoje: novos desafios para a teoria democrática hoje.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

_____. Reconhecimento sem ética? In: SOUZA, J.; MATTOS, P. (Orgs.). **Teoria Crítica no século XXI.** São Paulo: Annablume, 2007

_____. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, 15(2): 291-308, maio. agosto/2007.

_____. Igualdade, identidades e justiça social. *Le Monde Diplomatique Brasil*, 2012.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e senzala: formação da família brasileira sob a economia patriarcal.** 29. ed. Rio de Janeiro: Record, 1994.

INSTITUTO ADOLPHO BAUER. **Projeto Brasil Afroempreendedor.** Disponível em: <<http://www.institutoiab.org.br/projeto-brasil-afroempreendedor>>. Acesso em jul. 2018.

GAIA, Ronan da Silva Parreira et al. **A nova política dos velhos tempos: reflexões sobre a construção de um projeto de nação.** *Áskesis - Revista des discentes do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar*, v. 8, n. 1, p. 40-55, 2019 Tradução . . Disponível em: <https://doi.org/10.46269/8119.389>. Acesso em: 02 nov. 2022.

GALDINO, C. A. **Consequências da Reforma Trabalhista: o que temos para o futuro?** Disponível em: <https://www.feraesp.org.br/wp-content/uploads/2019/06/Consequencias-da-Reforma-Trabalhista-o-que-Temos-para-o-Futuro-1.pdf>. Acesso em jul. 2021.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Trad. Maurício Santana Dias e Javier Rapp. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

GARTNER, William B. 'What are we talking about when we talk about entrepreneurship?'. **Journal of Business Venturing**, v. 5, p. 15-28, jan. 1990. Disponível em:

<[http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/ 088390269090023M](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S088390269090023M)>. Acesso em 07 de nov. 2019.

_____. "Who is the entrepreneur?" Is the wrong question. **Entrepreneurship: theory and practice**, v. 12, p. 47-68, 1988. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.371.5038&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em 13 de abril. 2019.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil: 2021**. Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2021.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2016**. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

GERHARD, F., SILVA JÚNIOR, J.T. and CÂMARA, S.F. 2019. **Tipificando a Economia do Compartilhamento e a Economia do Acesso**. Organizações & Sociedade. 26, 91 (Aug. 2019).

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GILROY, Paul. **O atlântico negro: modernidade e dupla consciência**. Paul Gilroy; tradução de Cid Knipel Moreira. São Paulo: ED. 34; Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes, Centro de Estudos Afro-Asiáticos, 2001. [1993].

GOLDMAN, M. **A construção ritual da pessoa: a possessão no Candomblé**. Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 22-54, ago. 1985.

GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.

GOODE, W. J. & HATT, P. K. - **Métodos em Pesquisa Social**. 3ªed., São Paulo: Cia Editora Nacional, 1968.

GOMES, Flávio dos Santos. **Mocambos e Quilombos: uma história do campesinato negro no Brasil**. São Paulo: Ed. Claro Enigma, 2015.

GOMES, Nilma Lino. **O movimento negro educador**. Saberes construídos na luta por emancipação. Petrópolis, RJ: vozes, 2017.

_____. **Corpo e cabelo como ícones de construção da beleza e da identidade negra nos salões étnicos de Belo Horizonte**. São Paulo:USP, 2002 (tese: doutorado).

_____. (2012). **Diversidade étnico-racial: por um projeto educativo emancipatório**. Retratos Da Escola, 2(2/3). <https://doi.org/10.22420/rde.v2i2/3.127>

_____. **Movimento negro, saberes e a construção de um projeto educativo emancipatório**. Coimbra, 2006b. Mimeo.

_____. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra.** (2008). Disponível em: http://titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos_textos_sociologia/Negra.pdf. Acesso em set. 2022.

GOMES, N, L. **Sem perder a raiz: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra.** 3ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

GOMES, C, F. **Identidade negra e o consumo de cosméticos afro.** 2017. 176f. Dissertação (Mestrado em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social) – Mestre em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social: Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2017.

GONTIJO, Martins, Paula. **Teoria do reconhecimento e economia solidária: uma proposta de composição entre redistribuição, sustentabilidade e emancipação.** Dissertação (Direito). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais Belo Horizonte, 2011. 116f

GORZ, A. **Por que a sociedade salarial tem necessidade de novos criados?** In: MALAGUTI, M. et al. (Orgs.). *Neoliberalismo: a tragédia do nosso tempo.* São Paulo: Cortez, 1998.

GRAMSCI, A. **Os intelectuais e a organização da cultura.** 4 ed. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

GUERREIRO, Goli. **A trama dos tombosres: a música afro-pop de Salvador / Goli Guerreiro;** prefácio de José Carlos Capinan – São Paulo: Ed. 34, 2000.

_____. **Terceira diáspora: culturas negras no mundo atlântico.** Salvador: Corrupio, 2010.

_____. **Terceira diáspora: o porto da Bahia.** Salvador: Corrupio, 2010.

GUERREIRO RAMOS, Alberto. **Introdução crítica à sociologia brasileira.** 1ª edição 1957. Rio de Janeiro, Editora UFRJ.

_____. "O negro no Brasil e um exame de consciência". In: NASCIMENTO, Abdias *et al.* **Relações de raça no Brasil.** Rio de Janeiro, Quilombo, 1950.

HADDAD, B. S. M.; PORCIONATO, G. L.; CASTRO, A. L.; JARDIM, M. C. **A dimensão simbólica do consumo e o mercado como construção social: um estudo sobre a compra da casa e de produtos de moda.** Sociedade e Cultura, Goiânia, v. 22, n. 1, 2019. DOI: 10.5216/sec.v22i1.47612. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fcs/article/view/47612>. Acesso em: 23 nov. 2022.

HAIDER, A. **A armadilha da identidade: raça e classe nos dias de hoje.** São Paulo: Veneta, 2019.

HALL, Stuart. "The work of representation". In: HALL, Stuart (org.) Representation. Cultural representation and cultural signifying practices. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 10 ed. – Rio de Janeiro; D&A,, 2005

HALL, Stuart. **Quem precisa da identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org. e Trad.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.

Hall, S. (2017). **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade, 22(2). Recuperado de <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>

HALL, Stuart. **Da diáspora – identidades e mediações**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

HASENBALG, Carlos. **Discriminação e desigualdades raciais no Brasil**. Tradução Patrícia Burglin. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979, 302 p.

HEIDEMANN, Francisco G. Do sonho do progresso às políticas públicas de desenvolvimento. In: **Políticas Públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análises**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. Tradução Luiz Repa. São Paulo: Editora 34, 2003.

IANNI, O. Brancos e negros na formação da sociedade. In: _____. **Raças e classes sociais no Brasil**. 3.ed . São Paulo: Brasiliense, 1987. p.9-134.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. **Pesquisa A Voz e a Vez – Diversidade no Mercado de Consumo e Empreendedorismo**. Disponível em: [https://ilocomotiva.com.br/clipping/startse-empresenedores-negros-contam-como-e-liderar-no-ecossistema-de-startups/](https://ilocomotiva.com.br/clipping/startse-empresendedores-negros-contam-como-e-liderar-no-ecossistema-de-startups/). Acesso em 14 de ago 2022.

ISENBERG, D. **How to foment an entrepreneurial revolution**. In: The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. 10th international Entrepreneurship Forum, Bahrain. 2011.

KRAYCHETE. Elsa Sousa (Coord). **A organização transnacional contra projetos de desenvolvimento nacional**. Transposição do rio São Francisco, base espacial de Alcântara e a reserva Raposa Serra do Sol: três casos emblemáticos de acesso à justiça e independência do judiciário brasileiro. Relatório de pesquisa. Salvador: IESALC-UNESCO, 2012. p. 27-33.

KOWARICK, Lúcio. **Trabalho e vadiagem**: a origem do trabalho livre no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

LANDES, Ruth. 2002. **A Cidade das Mulheres**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ. 352 pp

LEITE, Douglas Guimarães. **Mutualistas, graças a Deus**: identidade de cor, tradições e transformações do mutualismo popular na Bahia do século XIX (1831-1869). Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de História. São Paulo, 2017. 254 f

LIMA, M. E; PEREIRA, M. E. (organizadores) **Estereótipos, preconceitos e discriminação: perspectivas teóricas e metodológicas**. Salvador: EDUFBA, 2004, 300 f

LITTLE, Paul E. (Org.). **Políticas Ambientais no Brasil: análises, instrumentos e experiências**. São Paulo; Petrópolis: IIEB, 2003.

LOPES, Nei. **Enciclopédia Brasileira da Diáspora Africana**. São Paulo: Selo Negro, 2004.

LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo. **Manuel Castells e a ‘era da informação’**. *ComCiência*, n. 32. Disponível em: <<http://www.comciencia.br>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

LOPEZ-RUIZ, Osvaldo. **Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo**. Rio de Janeiro: Azougue, 2007.

MAMIGONIAN, Beatriz Gallotti; VIDAL, Joseane Zimmermann (Org.). **História diversa: africanos e afrodescendentes na Ilha de Santa Catarina**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013.

MANACORDA, M. A. (1996). **História da educação: Da Antiguidade aos nossos dias**. São Paulo: Cortez, 1996

MARCONDES, Mariana Mazzini (org). **Dossiê Mulheres Negras: Retrato das condições de vida das mulheres negras no Brasil**. Brasília: Editora IPEA, 2013.

MARCONI, M.A., LAKATOS, E.M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARLOW, S.; MARTINEZ DY, A. **Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research?** *International Small Business Journal*, [s. l.] v. 36, n. 1, p. 3-22, 2018.

MARQUESAN, Fábio F.S; FIGUEIREDO, Marina. **De artesanato a empreendedor: a ressignificação do trabalho artesanal como estratégia para a reprodução de relações desiguais de poder** *Revista de Administração Mackenzie*, 15(6), edição especial, 76-97 São Paulo, nov./dez. 2014

MASON, C.; BROWN, R. **Creating good public policy to support high-growth firms**. *Small Business Economics*, v. 40, n. 2, 2013.

MAUSS, M. **Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques**. Paris: Quadrige, PUF, 1950. (Coll. Sociologie et Anthropologie).

MARTINS, J. S. de. **Exclusão social e a nova desigualdade**. São Paulo: Paulus (Coleção temas de atualidade), 1997.

MARTINS, João C. B; DOS SANTOS, Aparecida. Um marco para a construção de uma política nacional para os empreendedores afro-brasileiros. In.: NOGUEIRA, J. C. **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro**. Organizador: equipe do projeto Brasil Afroempreendedor Editora Atilênde. Florianópolis, 2013.p.97-121

MARX, K. **O capital**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1975.

MATTOS, Marcelo Badaró. **Escravidados e livres: experiências comuns na formação da classe trabalhadora carioca**. Rio de Janeiro: Bom Texto, 2008.

MBEMBE, Achille. **Crítica da Razão Negra**. São Paulo: n-1 edições, 2018.

MELLO, Sérgio Carvalho Benício de; CORDEIRO, Adriana Tenório. **Investigando Novas Articulações e Possibilidades no Discurso Empreendedor: contexto, sujeito e ação**. - Salvador, v.17 - n.53, p. 279-295 - Abril/Junho – 2010 www.revistaoes.ufba.br

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. GOVERNO FEDERAL. **Portal Mapa de Empresas**. Ministério da Economia. Governo Federal. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas>. Acesso em 12 out. 2022.

MODELOS DE DESENVOLVIMENTO EM DISPUTA. Salvador: Assembleia Popular, Vol. Único, 2005.

MONTEIRO, Jorge C. **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro**. Organizador: equipe do projeto Brasil Afroempreendedor Editora Atilênde Av. José Luiz Boiteux, 4810, Ponta das Canas Florianópolis/SC. 2013.p.57-83.

MONTEIRO, J. A. **Cor e Trabalho na Empresa Pública: Uma introdução**. Rio de Janeiro: Edições IUPERJ, n.56 (Série Estudos), 1987.

_____. A questão racial e a administração de recursos humanos nas empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, n.1. São Paulo, jan./mar. 1989,p. 53-59

_____. **O Empresário Negro**. Rio de Janeiro: OR Produtor Editorial Independente, 2001.

MUNANGA, Kabengele e GOMES, Nilma Lino. **O Negro no Brasil de Hoje**. São Paulo, Editora Global, 2006.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a Mestiçagem no Brasil: Identidade Nacional Versus Identidade Negra**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.

_____. **Negritude: usos e sentidos**. 4 ed. – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

NASCIMENTO. Abdias. **O Quilombismo**. São Paulo. Editora Perspectiva. 2019.

NASCIMENTO, E.C.; DENARDIN, V.F. **Desenvolvimento Territorial Sustentável: reflexões a partir da teoria de Karl Polanyi**. VII Seminário de Pesquisa Interdisciplinar. UNISUL, FLORIANÓPOLIS – SC, 26 a 28/05/2015.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. **Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica**. Trabalho Apresentado no III Seminário de Ciências Sociais - PGCS UFES. UFES, Vitória, 2018.

NASCIMENTO, Eliane. **Meu dinheiro tem cor: Afroempreendedorismo e identidade.** Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Ciências Humanas, 159f. 2020.

NÉSPOLI, Daniela S. S. **Identidade Negra em Memórias Coloridas - A arte como expressão da identidade quilombola.**

NOGUEIRA, João Carlos. **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro.** Organizador: equipe do projeto Brasil Afroempreendedor Editora Atilênde Florianópolis. 2013.p.25-29

NOGUEIRA, J. C. MICK, Jacques. Desenvolvimento, empreendedorismo e promoção da igualdade racial. In.: NOGUEIRA, J. C. Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro. Organizador: equipe do projeto Brasil Afroempreendedor Editora Atilênde. Florianópolis, 2013.p.97-121

NUNES, Paulo Rogério. **Oportunidades Invisíveis.** São Paulo: Matrix, 2019.

OLIVEIRA, L. C. **As teorias raciais e o negro do pós-abolição às primeiras décadas do século XX.** 2005. 59f. Monografia (Graduação em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade de Campinas, Campinas, 2005.

OLIVEIRA, Deizimar M. **Classes, Interseccionalidade e Resistência.** Revista Direitos, trabalho e política social, CUIABÁ, V. 4, n. 6, p. 75-100, Jan./jun. 2018

OLIVEIRA, Debora C. de. **Mulheres e Empreendedorismo: avaliação do ponto de vista das mulheres negras na cidade de Sabará – Minas Gerais sobre as dificuldades em iniciar e manter seus negócios.** (Monografia em Processos Gerenciais). Instituto Federal de Minas Gerais, Sabará, 2016. 31 f.

OLIVEIRA, Eveline N. P de; MOITA, Dimitre S; AQUINO, Cassio A B de. **O Empreendedor na Era do Trabalho Precário: relações entre empreendedorismo e precarização laboral.** *Psicologia Política*, 16(36), 207-226, 2016.

OLIVEIRA, Isabelle. **Hubs de Inovação.** Blog Evo (2020). Disponível em: <https://blog.aevo.com.br/hubs-de-inovacao/> Acesso em 21 de ago de 2022.

OLIVEIRA, O. M. **Quilombos: Memória Social e Metáforas dos Conflitos Comunidades do Sapê do Norte, Espírito Santo.** In: ALMEIDA, A. W. B. (org.). Cadernos de debates Nova Cartografia Social: Territórios quilombolas e conflitos. Manaus: Universidade do Estado da Amazônia, 2010. p. 62-68.

ONU MULHERES. ONU MULHERES. Relatório “**Progresso das Mulheres no Mundo: Transformar as economias para realizar os direitos**”. 27 abr. 2015. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/noticias/onu-mulheres-faz-hoje-274-lancamento-mundial-do-relatorio-progresso-das-mulheres-no-mundo-transformar-as-economias-para-realizar-odireitos/>> Acesso em: 02 mai. 2019

OSÓRIO, R. Guerreiro. Texto para discussão N° 996. **O Sistema de classificação de cor e raça no IBE.** IPEA. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em:

https://www.ibge.gov.br/confest_e_confege/pesquisa_trabalhos/arquivosPDF/M255_02.pdf.

Acesso em 20 de abril de 2021.

PACHECO, Tânia. 2006. **Desigualdade, Injustiça Ambiental e Racismo: uma luta que transcende a cor.** Disponível em <<http://justicaambiental.org.br/projetos/clientes/noar/noar/UserFiles/17/File/DesInjAmbRac.pdf>> Acesso em: 10 ago. 2019.

PAIM, Márcio. **Pan-africanismo: tendências políticas, Nkrumah e a crítica do livro Na Casa de Meu Pai.** Sankofa: Revista de História da África e de Estudos de Diáspora Africana, Ano VII, n.XIII, Julho, 2014.

PAIXÃO, Marcelo & CARVANO, Luiz (orgs.) (2008). **Relatório anual das desigualdades raciais no Brasil; 2007-2008.** Rio de Janeiro: Garamond. PAIXÃO, Marcelo (2005). *Crítica da razão culturalista; relações raciais e a construção das desigualdades sociais no Brasil.* Rio de Janeiro, 2005, 435p. Tese de doutorado em Sociologia, IUPERJ.

PALACIOS, Guillermo. **Campesinato e escravidão: uma proposta de periodização para a história dos cultivadores pobres livres no nordeste oriental do Brasil: 1700- 1875.** In: WELCH, Clifford. Et al. *Camponeses brasileiros: leituras e interpretações clássicas.* São Paulo: Editora Unesp; Brasília, DF: Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural, 2009. v.1.

PATROCÍNIO, S. M. (2022). **Aquilombamentos éticos e estéticos: uma poética-política no contexto das teatralidades negras.** Aletria: Revista De Estudos De Literatura, 32(1), 255–276. Recuperado de <https://periodicos.ufmg.br/index.php/aletria/article/view/35447>

PAULI, Jandir; DALMORO, Marlon; BASSO, Kenny. **A economia de bens simbólicos e a criação de um ambiente favorável à doação: uma análise das campanhas de incentivo à doação de órgãos e tecidos.** Revista de Administração Pública, v. 52, n. 3, p 554-570, 2018.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA - PNAD CONTÍNUA – 2018 e 2019. IBGE, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 24 de setem. 2019.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS CONTÍNUA - PNAD CONTÍNUA – 2020 e 2021. IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 24 de setem. 2022.

PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. **Modelo de negócio com impacto social.** RAE-Revista de Administração de Empresas, [S. l.], v. 56, n. 2, p. 209–225, 2016. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/60323>. Acesso em: 23 set. 2022.

PINHO, Patrícia de Santana. **Reinvenções da África na Bahia** . Annablume, 2004, 271 p.

PIERSON, D. (1945), **Branco e Pretos na Bahia: Estudo de Contato Racial.** São Paulo, Companhia Editora Nacional (Coleção *Brasiliiana*, vol. 241).

POLANYI, Karl. A grande transformação: as origens de nossa época. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012

PORTAL DO MEI. Disponível em: <https://www.portalmei.org/>. Acesso em maio. 2019.

POCHMANN, Marcio. **Nova classe média?** O trabalho na base social da pirâmide. São Paulo: Boitempo, 2012. 127 p.

_____. **Impasses na Inclusão ocupacional da população negra no Brasil.** In: OIT (Organização Internacional do Trabalho. Encontro Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social com Inclusão da População Negra. Brasília: OIT, 2006, p. 27-41. Disponível em: http://www.oitbrasil.org.br/sites/default/files/topic/discrimination/pub/oit_igualdade_racial_03_234.pdf. Acesso em: 02 out. 2019.

POPINIGIS, Fabiane. **Africanos e descendentes na história do primeiro mercado público de Desterro.** In: MAMIGONIAN, Beatriz Gallotti; VIDAL, Joseane Zimmermann (Org.). História diversa: africanos e afrodescendentes na Ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013, p. 151-176.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Atlas do Desenvolvimento Humano da Região Metropolitana de Salvador.** Disponível em: http://www.pnud.org.br/IDH/AtlasSalvador.aspx?indiceAccordion=1&li=li_AtlasRegioesMetropolitanas >. Acesso em: 19 jul. 2019.

PRAHALAD, C. K. (2005). **A riqueza na base da pirâmide:** Como erradicar a pobreza com o lucro. Porto Alegre: Bookman.

PRAHALAD, C. K., & Hart, S. (2002). **The fortune at the bottom of the pyramid.** Strategy+Business, Nova York. Recuperado de <http://www.strategy-business.com/> » <http://www.strategy-business.com/>

PRETAHUB. Empreendedorismo Negro no Brasil. (2019). Disponível em: <https://www.planocde.com.br/site2018/wp-content/uploads/2020/05/PlanoCDE-FeiraPreta-JPMorgan.pdf> Acesso em jun. 2021.

QUEIROZ, Adriana Franco de. **Informalidade e territórios de trabalho em Salvador:** uma breve análise da ocupação de espaços públicos de excessivo controle e concorrência por vendedores ambulantes. Salvador BA: UCSal, 8 a 10 de Outubro de 2014, ISSN 2316-266X, n.3, v. 2, p. 497-516.

RABELO, Miriam C.M. 2014. **Enredos, Feituras e Modos de Cuidado.** Dimensões da Vida e da Convivência no Candomblé. Salvador: EDUFBA. 296 p.

RADOMSKY, G. F. W.; SCHNEIDER, S. **Nas teias da economia:** o papel das redes sociais e da reciprocidade nos processos locais de desenvolvimento. Sociedade e Estado, Brasília, v. 22, n. 2, p. 249-284, maio/ago, 2007.

REIS, M. de N., & FERNANDES, A. de O. (2018). **AFROCENTRICIDADE:** Identidade e

centralidade africana. ODEERE, 3(6), 102-119. <https://doi.org/10.22481/odeere.v3i6.4302>

REZENDE, Ana Flávia; MAFRA, Flávia Luciana; PEREIRA, Jussara Jéssica. **Empreendedorismo Negro e resistência**: desafios e oportunidades de construção social da identidade negra. XX Semead. Seminários em Administração, novembro de 2017. Disponível em < <http://login.semead.com.br/20semead/arquivos/1111.pdf>>. Acesso em 05 de outubro de 2019.

RIBEIRO, D., & de LIMA, M. (2019). **Entre discursos intolerantes e privilégios religiosos: práticas discursivas sobre religiões de matrizes africanas no cárcere baiano**. ODEERE, 4(8), 260-291. <https://doi.org/10.22481/odeere.v4i8.5763>

ROCHA, A. R. C.; CASOTTI, L. M. **Reflexões sobre o consumidor negro brasileiro**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 11, n. 2, p.47-62, 2017.

ROCHA, Everardo. Apresentação. In _____. DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Ed. UFRJ: Rio de Janeiro, 2006, p. 5-18.

ROCHA, Thiago Alencar da. O culto da performance: o novo modelo de trabalho do século XXI. **Rev. Sem Aspas**, Araraquara, v. 7, n. 1, p. 156-167, jan./jun., 2018. ISSN: 2358-4238. DOI: 10.29373/semaspas.unesp.v7.n1.jan/jun.2018.11330

ROSA, A. R. **Relações raciais e estudos organizacionais no Brasil**. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 18, n. 3, p. 240-260, jun. 2014 .

ROSSI, M.F. **O trabalhador por conta própria**: empreendedorismo e autoemprego na Região Metropolitana de Belo Horizonte/MG. Revista Ciências do Trabalho n. 12. 2018. Disponível em: <https://rct.dieese.org.br/index.php/rct/article/view/177> Acesso em out. 2022.

SACHS, Ignacy; LOPES, Carlos; DOWBOR, Ladislau. **Crises e oportunidades em tempos de mudanças**. Disponível em <<http://www.criseoportunidade.wordpress.com>>. Acesso em 22 de abril de 2014.

SANTOS, M.A. **O lado negro do empreendedorismo**: afroempreendedorismo e Black Money. Belo Horizonte: letramento, 2019. 118p.

SANTOS, Lucas Vinicius. **Uma escuta a afroempreendedores**: meandros e as interfaces do empreendedorismo das pessoas negras. (Monografia em Comunicação Organizacional). Faculdade de Comunicação. Universidade de Brasília, 2017. 65 f.

SANTOS, Hélio. **Teoria do círculo vicioso**. In: São Paulo em perspectiva. São Paulo: Fundação Seade, 1994.

SANTOS, Hélio. **A busca de um caminho para o Brasil** – a trilha do círculo vicioso. São Paulo: Senac, 2001.

SANTOS, Márcio Henrique C. L. S. **Luta por reconhecimento ou luta por redistribuição?** O MNU e os dilemas do antirracismo no Brasil contemporâneo. Tese (Doutorado Filosofia). Universidade Estadual de Campinas, 2016.

SÃO BERNARDO, A.S.S. **A ancestralidade afro-brasileira como fonte epistemológica e como conceito ético-jurídico normativo**. Odeere: Revista do Programa de Pós-Graduação em Relações Étnicas e Contemporaneidade – UESB. ISSN: 2525-4715 – Ano 2018, Volume 3, número 6, Julho – Dezembro de 2018.

SARDANA, G. (2013). **Social business and Grameen Danone foods limited**. Society and Business Review, Bingley, 8(2), 119-133. doi:10.1108/sbr-01-2013-0002 » <https://doi.org/10.1108/sbr-01-2013-0002>

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SCHUMPETER, Joseph. **História da análise econômica**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.

SCHUMPETER, Joseph. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SEBRAE. **Os Donos dos Pequenos Negócios**. Série Estudos e Pesquisa. Brasília: SEBRAE: 2013a. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/os-donos-do-negocio-no-brasildetalhe34,0a8f59d84cda5410VgnVCM2000003c74010aRCRD. Acesso em: 12 jun. 2019.

SEBRAE. **Os Donos dos Pequenos Negócios**. Série Estudos e Pesquisa. Brasília: SEBRAE: 2017a. Disponível em: [SEBRAE. **Pesquisa Empreendedorismo Informal**. DataSebrae. Disponível em: \[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/relatorio_perfil_mei_2022_v15.pdf\]\(https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/relatorio_perfil_mei_2022_v15.pdf\). Acesso em: 12 jun. 2022.](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/07/Empreend-<u>INFORMAL-at%C3%A9-IV-trim_2021_v2.pdf</u>. Acesso em: 12 jaJ. 2019.</p></div><div data-bbox=)

SEBRAE. **Pesquisa Perfil do MEI**. DataSebrae. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/os-donos-do-negocio-no-brasildetalhe34,0a8f59d84cda5410VgnVCM2000003c74010aRCRD. Acesso em: 12 set. 2022.

SEBRAE. **Atlas dos Pequenos Negócios 2022**. Sebrae, Brasília, 2022. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Empreendedorismo%20Feminino/Empreendedorismo_por_ra%C3%A7a-cor_e_g%C3%AAnero_no_Brasil_2021_.pdf. Acesso em: 12 set. 2022.

SEBRAE. **Pesquisa do Sebrae Empreendedorismo por raça-cor/gênero no Brasil**. Sebrae, Brasília, 2022. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Sebrae%2050+50/Not%C3%ADcias/PRESSKIT%2050%20ANOS.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Sebrae%2050+50/Not%C3%ADcias/PR<u>ESSKIT%2050%20ANOS</u>.pdf). Acesso em: 12 set. 2022.

SEBRAE. **Pesquisa Sobrevivência das Empresas**. Sebrae, Brasília, 2021. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1w8geGHR_gZpmEoV9iov4kcPSuvbZshTT/view. Acesso em: 12 set. 2022.

SEN, Amartya K. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SEN, Amartya. **Sobre ética e economia**. São Paulo: Ed. Cia das letras, 1993.

SILVA, E.L.da; MENEZES, E.M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**, UFSC, 4. ed. Florianópolis 2005;

SILVA, Jéssica C. Fernandes. **Empreendedorismo e Identidade Afrodescendente**: o caso do Reafro. Monografia. Escola de Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2017. 65f.

SILVA, Jair Batista da. **Racismo e sindicalismo**: reconhecimento, redistribuição e ação política das centrais sindicais acerca do racismo no Brasil (1983-2002). Tese (Doutorado). Universidade Estadual de Campinas, 2008.

_____. **Racismo e sindicalismo**: reconhecimento, redistribuição e ação política das centrais sindicais acerca do racismo no Brasil (1983-2002). São Paulo, Annablume, 2017.

SILVA, Gleicy Mailly da. **Empreendimento Sociais, negócios culturais**: Uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo. Tese (Doutorado em Antropologia). Universidade de São Paulo, 2017. 290f.

SILVA, M. (2016). **Afrocentricidade: um conceito para a discussão do currículo escolar e a questão étnico-racial na escola**. Revista De Educação PUC-Campinas, 21(2), 255–261. <https://doi.org/10.24220/2318-0870v21n2a2903>

SILVA, M. **Educação afrocentrada como pedagogia decolonial no contexto educacional brasileiro**. Práxis Educativa, Ponta Grossa, v. 17, e19343, p. 1-14, 2022 Disponível em: <https://revistas2.uepg.br/index.php/praxiseducativa> Acesso em out. 2022.

SIMÃO, João C. Ngila. **Afroempreendedorismo**: o perfil dos afroempreendedores da rede Reafro Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer a uma rede de afro-empreendedores. Monografia. (Administração). Universidade do Extremo Sul Catarinense, 2018. 77f.

SIQUEIRA, Dirceu Pereira; NUNES, Danilo Henrique; MORAIS, Fausto Santos de. **Identidade, reconhecimento e personalidade**: Empreendedorismo da Mulher Negra. Revista EALR. Nº 3, p. 220-242. Set-Dez de 2018. Disponível em < <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/EALR/article/view/11055/pdf>>. Acesso em 05 de outubro de 2019.

SOARES, Alan. **VOZES: O que é “Black Money” e por que esse movimento vem crescendo?**. Exame.com, 2021. Disponível em: <https://exame.com/bussola/vozes-o-que-e-black-money-e-por-que-esse-movimento-vem-crescendo/> Acesso em out. 2022.

SOARES, Cecília Moreira. **As ganhadeiras: mulher e resistência** negra em Salvador no século XIX. Afro-Ásia (17), Salvador, CEAO-UFBA, 1996, pp.57-71.

SOARES, Charlene Carvalho. **Raça e mercado**: os casos de afroempreendedorismo no Rio de Janeiro e Salvador-Brasil. 2021. 131 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia)- Universidade Federal Fluminense, Niterói (RJ), 2021.

SOARES, M. A. T. **Trabalho informal: da funcionalidade à subsunção ao capital**. Vitória da Conquista: Uesb, 2008.

SOARES, Reinaldo da Silva. **Negros de Classe média em São Paulo**: estilo de vida e identidade negra. 2004. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, 2004. 280 f.

SOARES, Sergei. **A trajetória da desigualdade**: a evolução da renda relativa dos negros no Brasil. In: THEODORO, Mário (Org.). **As políticas públicas e a desigualdade racial no Brasil: 120 anos após a abolição**. Brasília: IPEA, 2008

SOMBART, Werner. **El burgues**: contribucion a la historia moral e intelectual del hombre economico moderno. Buenos Aires: Ediciones Oresme, 1953.

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se negro**: ou as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

SPINA, Cassio. **Como elaborar um pitch (quase) perfeito**. Site da Endeavor (2022). Disponível em: <https://endeavor.org.br/dinheiro/como-elaborar-um-pitch-quase-perfeito/> Acesso em 12 de agosto de 2022.

TAYLOR, C. The politics of recognition. In: GUTMANN, A. (Ed.). **Multiculturalism: Examining the politics of recognition**. Princeton: Princeton University Press, 1994. p. 25-73.

TAVARES, M. A. **Os fios (in)visíveis da produção capitalista**. São Paulo: Cortez, 2004.

TAVARES, M. A. **O Empreendedorismo a Luz da Tradição Maxista**. Revista da Faculdade de Serviço Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. EM PAUTA, Rio de Janeiro _ 1o Semestre de 2018 - n. 41, v. 16, p. 107 – 121.

THEODORO, Mário. A formação do mercado de trabalho e a questão racial no Brasil. In: THEODORO, Mário (Org.). **As políticas públicas e a desigualdade racial no Brasil: 120 anos após a abolição**. Brasília: IPEA, 2008, p. 19-48.

TEIXEIRA, Cid. **Bahia em Tempo de Província**. Salvador: Fundação Cultural da Bahia, 1986.

THOBIAS JUNIOR, Antônio C. A democratização do Crédito e a participação dos afroempreendedores. In: NOGUEIRA, J. C. **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro**. Organizador: equipe do projeto Brasil Afroempreendedor Editora Atilênde, Florianópolis. 2013.p.275-293.

TUDE, J. M. **Organizações Intergovernamentais**: uma reflexão a partir da perspectiva intelectual de Karl Polanyi. 297f. il. 2013. Tese (Doutorado) – Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

VALENTE, F. M., DANTAS, J.G; BRITO, M. M. (2021). **Empreendedorismo e Ecossistemas Empreendedores: Estudo De Caso.** Revista De Empreendedorismo E Gestão De Micro E Pequenas Empresas, 5(03), 102–131. Recuperado de <https://www.revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/256> (Original work published 30º de dezembro de 2020)

VALOR ECONÔMICO. **Entenda o que é ESG e porque a sigla é tão importante para as empresas.** Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/esg/noticia/2022/02/21/entenda-o-que-e-esg-e-por-que-a-sigla-esta-em-alta-nas-empresas.ghtml> Acesso em set de 2022.

VALOR ECONÔMICO. **Apenas 13% das empresas brasileiras têm CEOs mulheres.** Disponível em: <https://valor.globo.com/carreira/noticia/2019/10/15/apenas-13percent-das-empresas-brasileiras-tem-ceos-mulheres.ghtml>. Acesso em ago de 2022.

VIDA, Samuel. **Política Pública para o Empreendedorismo negro: A nova fronteira do enfrentamento as desigualdades sócio-racial.** 2012. Disponível em <<http://www.institutobuzios.org.br/documentos/POL%C3%8DTICAS%20P%C3%9ABLICAS%20PARA%20O%20EMPREENDEDORISMO%20NEGRO.PDF>> Acesso em 05 de setembro de 2019.

VIEIRA, Dimitri. (2019). **O que é Storytelling?** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/storytelling/> Acesso em 22 de set. 2022.

XAVIER, Giovana. **Entre personagens, tipologias e rótulos da “diferença”:** a mulher escrava na ficção do Rio de Janeiro no século XIX. In XAVIER, Giovana; FARIAS, Juliana Barreto; GOMES; Flávio (Orgs). *Mulheres Negras no Brasil Escravista e do Pós-Emancipação.* São Paulo: Editora Selo Negro, 2012.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WILSON, F.; POST, J. E. (2013). Business models for people, planet (& profits): Exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. *Small Business Economics*, 40(3), 715-737. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9401-0> Acesso em jul 2022.

ZAOUAL, H. **Globalização e diversidade cultural.** São Paulo, Ed. Cortez – Coleção Questões de nossa época v. 106, 2003.

ZAOUAL, H. **O homo situs e suas perspectivas paradigmáticas.** In: revista OIKOS. Rio de Janeiro, Volume 9, nº1, 2010.