

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

LORRARA SILVYA IMAGAWA DE OLIVEIRA

**"NÃO É SÓ VENDER, É PASSAR A HISTÓRIA NEGRA": UM
ESTUDO COM AFROEMPREENDEDORES CAPIXABAS.**

**Vitória
2020**

LORRARA SILVYA IMAGAWA DE OLIVEIRA

"NÃO É SÓ VENDER, É PASSAR A HISTÓRIA NEGRA": UM ESTUDO COM AFROEMPREENDEDORES CAPIXABAS.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração, na linha de pesquisa Organizações e Trabalho.

Orientador: Prof. Dr. Rubens de Araújo Amaro.

Vitória
2020

Ficha catalográfica disponibilizada pelo Sistema Integrado de
Bibliotecas - SIBI/UFES e elaborada pelo autor

- O48n Oliveira, Lorrara Silvy Imagawa de, 1992-
Não é só vender, é passar a história negra: um estudo com
afroempreendedores capixabas. / Lorrara Silvy Imagawa de
Oliveira. - 2020.
126 f. : il.

Orientador: Rubens de Araújo Amaro.
Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade
Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e
Econômicas.

1. Empreendedores. 2. Empreendedorismo Social. 3. Negros
identidade racial. 4. Espírito Santo. I. de Araújo Amaro,
Rubens. II. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de
Ciências Jurídicas e Econômicas. III. Título.

CDU: 65



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



ATA DA 253ª DEFESA DE DISSERTAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Às 14 horas do dia 27 do mês de março do ano de 2020, por meio de videoconferência externa à UFES, em Vitória (ES), reuniu-se a banca examinadora composta pelos Professores Rubens de Araújo Amaro (orientador - presidente da banca), Alexandre Reis Rosa (membro interno) e Pedro Jaime de Coelho Júnior (membro externo – Fundação Educacional Inaciana Padre Saboia de Medeiros) para a sessão pública de defesa de dissertação da mestranda **Lorrara Silvy Imagawa de Oliveira**, com o título: Afroempreendedorismo: um estudo com empreendedores sociais do Espírito Santo. Com a palavra, o presidente da banca deu início à sessão, passando a palavra à aluna, que procedeu à exposição da dissertação. Na sequência, os membros da banca formularam as suas arguições, as quais foram respondidas pela mestranda. Logo após, o presidente da sessão solicitou que os presentes deixassem a sala para que a banca pudesse deliberar. Concluída a avaliação, o presidente da sessão convocou a mestranda e os interessados para ingressarem na sala e comunicou o resultado da avaliação da banca, que decidiu pela **APROVAÇÃO** da examinanda. Por fim, o presidente da sessão informou que a aprovada fará jus ao diploma de Mestre após a entrega da versão final de sua dissertação (em papel e meio digital) à secretaria do programa, e após ter concluído todos os créditos necessários, cumprido as atividades obrigatórias e após a homologação do resultado da defesa pelo Colegiado Acadêmico do PPGAdm. Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão da qual se lavra a presente ata, que vai assinada pelos membros da banca examinadora e pela mestranda.

Prof. Dr. Rubens de Araújo Amaro
Orientador – PPGADM/UFES

Prof. Dr. Alexandre Reis Rosa
Membro interno - PPGADM/UFES

Prof. Dr. Pedro Jaime de Coelho Júnior
Membro externo– Fund. Educacional Inaciana Padre Saboia de Medeiros

Lorrara Silvy Imagawa de Oliveira
Mestranda

Campus Universitário Alair de Queiroz Araújo – Av. Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras, Vitória/ES. Cep. 29.075-910
Tel. (27) 4009-5371/7712 E-mail: ppgadm@gmail.com.br

Este documento foi assinado digitalmente por RUBEENS DE ARAUJO AMARO
Para verificar o original visite: <https://api.leptima.ufes.br/arquivos-assinados/138757?tipoArquivo=0>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
RUBENS DE ARAUJO AMARO - SIAPE 1998967
Departamento de Administração - DAd/CCJE
Em 29/03/2020 às 15:50

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/13415?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
ALEXANDRE REIS ROSA - SIAPE 2049265
Departamento de Administração - DAd/CCJE
Em 01/04/2020 às 17:56

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/13870?tipoArquivo=O>

Dedico esse trabalho a minha mãe Adna Imagawa. Você é minha inspiração e meu porto seguro. Obrigada por corajosamente abrir o caminho da universidade para mim.

AGRADECIMENTOS

Esse é um tempo com o qual eu sonhei. Durante todos os desafios, pensar em finalizar a dissertação e escrever meus agradecimentos era um enorme fator motivacional. Conteí com a ajuda e a solidariedade de muitas pessoas e preciso dar crédito a minha rede de apoio. Bom, aqui estou eu:

À minha mãe Adna, uma mulher à frente do seu tempo. Obrigada por ter enfrentado todas as barreiras do patriarcado, do machismo e do câncer para estudar. Certamente nesse momento, a senhora abriu os caminhos da universidade para mim, para Ayla e para nossas futuras gerações.

Ao meu pai Silvio, por me ensinar o que nenhuma disciplina acadêmica ensina. Ser uma pessoa e uma profissional descente, respeitosa e atenciosa com o meu redor. Uso esses conhecimentos no mestrado, na profissão e na vida.

Ao meu esposo Renan, por todo o incentivo e apoio para que esse estudo pudesse ser concluído. Você é meu maior incentivador e tenho muita sorte em te ter como companheiro de vida.

À minha filha Ayla, mesmo com tão pouca idade, compreender e cooperar com minha rotina de estudo. As pessoas que me ajudaram a cuidar de Ayla, em especial a Jhenifer, muito obrigada. Sem vocês eu não teria conseguido.

Ao meu irmão Romário, obrigada por ser meu apoio emocional nos momentos de tristeza. Aos meus sogros Delza e José, obrigada por todo o incentivo e por sempre estarem disponíveis para ajudar. Aos meus cunhados Davi e Karina, obrigada pelo apoio e acolhimento.

Aos meus amigos e aos meus familiares, obrigada por entenderem minha ausência e obrigada por me incentivar nesse percurso.

Aos bons e comprometidos professores que passaram por mim, desde o ensino infantil ao ensino médio, e em especial a professora Lígia, por falar em suas aulas sobre um pré-vestibular gratuito e a equipe do PUPT onde eu consegui iniciar essa caminhada acadêmica.

Ao meu orientador professor Rubens, pela humanidade, pelo respeito, pela parceria e por todo incentivo, desde o direcionamento do tema ao desenvolvimento e a conclusão deste estudo. Em um ambiente que tem sido conhecido por fomentar o adoecimento mental dos alunos, o senhor tem feito diferença.

Aos meus colegas de mestrado e doutorado das turmas de 2016, 2017 e 2018, obrigada por serem apoio desde o processo seletivo, ao curso das disciplinas e ao desenvolvimento da pesquisa. Vocês tornaram esse momento mais leve e menos solitário.

A todos os bons professores da Graduação e da Pós-Graduação da UFES e aos funcionários administrativos, obrigada por contribuírem com essa caminhada.

À Universidade Federal do Espírito Santo pública, gratuita e de qualidade, onde estudo desde o pré-vestibular em 2009, muito obrigada. Que esse espaço seja cada vez mais democratizado e aberto a pessoas diversas.

Aos participantes da pesquisa que me receberam de braços abertos e compartilharam comigo momentos de suas histórias, obrigada por me ajudar a construir esse estudo.

À Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (FAPES), pela concessão de bolsa de estudos durante todo o mestrado.

“Desde pequena fazendo o corre para ajudar os pais, cuida de criança, limpa a casa e outras coisas mais [...] Experimenta nascer preto e pobre na comunidade, você vai ver como são diferentes as oportunidades” (Bia Ferreira)

RESUMO

A proposta deste estudo foi analisar como empreendem os afroempreendedores capixabas para compreender algumas relações entre raça e empreendedorismo. Para alcançar esse objetivo utilizei um aporte teórico sobre as relações raciais no contexto brasileiro e sobre o afroempreendedorismo. Metodologicamente, utilizei a abordagem qualitativa descritiva. Os dados foram produzidos em conjunto com seis afroempreendedores residentes do Espírito Santo, a partir de observações participantes e entrevistas semiestruturadas. Para análise de dados, utilizei a análise interpretativa de narrativas. Os principais resultados de pesquisas mostram que os afroempreendedores podem ser configurados como empreendedores sociais; empreendem por necessidade, acumulam mais de uma fonte de renda, trabalham em cargas horárias excessivas, estudaram em escolas públicas, moram em bairros periféricos e tem negócios informais. Os afroempreendedores têm, a partir de seus produtos e serviços, disseminando conhecimentos ligados à sua ancestralidade afro-brasileira. O orgulho em ser negro está presente em vários momentos dos relatos produzidos nesse estudo. A relação com o mercado de trabalho tem se reconfigurado dentro do afroempreendedorismo, passando de uma “área dura” para um “espaço negro” onde os empreendedores são valorizados por seus clientes que os procuram por identificação. Dificuldades, limitações e estratégias são relatadas nesse contexto. A partir de estudo, percebemos que é urgente pensar em ações que aumentem a inserção e a permanência de homens e mulheres negras nas escolas, nas universidades e no mercado de trabalho. As limitações desse estudo se concentram em termos regionais e temporais. Como delimitação de pesquisa não abordamos a interseccionalidade de gênero. Surge como possibilidades de pesquisas futuras o aprofundamento em outras questões vivenciadas pelos afroempreendedores a partir da interseccionalidade de raça, classe e gênero.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo; Empreendedorismo social; Espírito Santo; Negros. Raça.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze how Afro-entrepreneurs in Espírito Santo undertake to understand some relations between race and entrepreneurship. To achieve this goal, I used a theoretical approach on race relations in the Brazilian context and on Afro-entrepreneurship. Methodologically, I used the descriptive qualitative approach. The data were produced in conjunction with six Afro-entrepreneurs living in Espírito Santo, based on participant observations and semi-structured interviews. For data analysis, I used interpretative narrative analysis. The main research results show that Afro-entrepreneurs can be configured as social entrepreneurs; they undertake out of necessity, accumulate more than one source of income, work in excessive hours, studied in public schools, live in peripheral neighborhoods and have informal businesses. Afro-entrepreneurs have, based on their products and services, disseminating knowledge related to their Afro-Brazilian ancestry. The pride in being black is present in several moments of the reports produced in this study. The relationship with the job market has been reconfigured within Afro-entrepreneurship, moving from a "hard area" to a "black space" where entrepreneurs are valued by their clients who seek them by identification. Difficulties, limitations and strategies are reported in this context. From a study, we realized that it is urgent to think about actions that increase the insertion and permanence of black men and women in schools, universities and in the labor market. The limitations of this study are concentrated in regional and temporal terms. As a research delimitation, we do not address gender intersectionality. It appears as possibilities for future research the deepening of other issues experienced by Afro-entrepreneurs based on the intersectionality of race, class and gender.

Keywords: Afro-entrepreneurship; Social entrepreneurship; Espírito Santo; Black People. Race.

LISTA DE SIGLAS

CEABRA - Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros

CEPSH - Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos

CFP – Conselho Federal de Psicologia

FEJUNES - Fórum Estadual da Juventude Negra do Espírito Santo

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MUCANE - Museu capixaba do negro

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEPPIR - Secretaria especial de políticas públicas de promoção de igualdade racial

TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 - Sujeita de pesquisa sendo homenageada com seus pais na platéia..	70
Fotografia 2 - Sujeita de pesquisa em uma das suas formas de complementar a renda.....	73
Fotografia 3 - Sujeita de pesquisa trabalhando.....	75
Fotografia 4 - Evento em praça pública reunindo vários afroempreendedores.....	77
Fotografia 5 - Empreendedoras mãe e filha trabalhando.....	79
Fotografia 6 - Vitrine de uma loja colaborativa com produtos para negros.....	84
Fotografia 7 - Bonecas e orixás produzidos por Amanda.....	91
Fotografia 8 - Curso de gestão de negócios para mulheres negras.....	93
Fotografia 9 - Espaço colaborativo para pessoas negras.....	103

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Alguns marcos jurídicos na legislação Brasileira.....	29
Quadro 2 - Procedimentos metodológicos adotados.....	54
Quadro 3 - Detalhamento da realização de entrevistas.....	56
Quadro 4 - Detalhamento da imersão em campo de estudo.....	56
Quadro 5 - Tipos de análise de narrativas.....	63
Quadro 6 - Estrutura formal de uma narrativa segundo Labov.....	65
Quadro 7 – Categorias iniciais emergentes.....	66
Quadro 8 - Categorias finais agrupadas.....	67
Quadro 9 - Aspectos socioeconômicos dos Afroempreendedores.....	71
Quadro 10 - Aspectos dos negócios dos Afroempreendedores.....	72
Quadro 11 - Características dos negócios dos Afroempreendedores.....	81

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - Distribuição dos donos de negócio no Brasil por raça/cor.....41
- Figura 2 - Distribuição dos donos de negócio por regiões do país.....42

SUMÁRIO

PRÓLOGO.....	17
1. INTRODUÇÃO.....	21
1.1 Problema de pesquisa.....	23
1.2 Objetivo geral.....	23
1.3 Objetivos específicos.....	23
1.4 Justificativa.....	24
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	26
2.1 Os negros no contexto brasileiro.....	26
2.1.2 Conceitos e desigualdades raciais.....	30
2.2 Empreendedores negros: estratificação social, econômica e racial.....	39
2.2.2 Afroempreendedores: empreendedores sociais na perspectiva econômica e social.....	44
3. METODOLOGIA.....	54
3.1 Caracterização da pesquisa.....	54
3.2 Locais e sujeitos da pesquisa.....	55
3.3 Produção de dados.....	57
3.4 Análise de dados.....	61
3.5 Categorias de análise.....	66
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	68
4.1 Afroempreendedores e “outras correrias”.....	68
4.2 Empreendedores sociais: “Não é só vender, é passar a história negra”.....	79
4.3 Desigualdades raciais: “Quando eu fui sair pra trabalhar, que eu senti na pele”.....	93
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	108
REFERÊNCIAS.....	113
APÊNDICES.....	118
Roteiro de entrevistas.....	118
Termo de consentimento livre e esclarecido.....	119
Parecer do comitê de ética.....	122

PRÓLOGO

Sobre não sentir na pele:

Crescendo em um bairro periférico do Espírito Santo, sempre soube que o racismo (individual) ¹ existia. Cresci e segui ouvindo expressões racistas no meu cotidiano que inferiorizavam as características fenotípicas do negro. As crianças negras da escola e da vizinhança eram ridicularizadas pelo seu tom escuro de pele, seus cabelos crespos e seus traços, como o nariz e os lábios grandes quando comparados a pessoas brancas. Voluntariamente, eu nunca tive a intenção de menosprezar e desvalorizar uma pessoa negra. Entretanto, involuntariamente, assim o fiz. Infelizmente porque o racismo (estrutural) ² permeia nossas relações sociais de modo tão perverso, que em sua sutileza, não se faz palpável, mesmo sendo devastador. Segui minha infância, adolescência e início da vida adulta assim, sem compreender a situação racial do Brasil.

Na graduação, me aproximei do tema empreendedorismo e no trabalho de conclusão de curso tentei mostrar que essa formação era uma possibilidade economicamente interessante para a sociedade e não era explorada no curso de graduação em Administração da UFES. No mestrado, o interesse pelo empreendedorismo continuou. Meu orientador professor Dr. Rubens, por identificar minhas afinidades pessoais por meio das minhas falas em sala de aula, me sugeriu pesquisar sobre o empreendedorismo social como possível tema de dissertação. E como ele foi certo! Desde o início do mestrado sempre tive em mente que eu precisava desenvolver um estudo que de fato tivesse uma relevância para a sociedade. Com tantos anos de estudo público gratuito, sempre tive em mente que eu preciso devolver um debate responsável para a sociedade. Hoje, sem ressalvas, digo que meu trabalho tentou contribuir com reflexões importantíssimas que permeiam a vida da maior parte da população brasileira. O afroempreendedorismo, em contraste com o empreendedorismo estudado na graduação, agora menos como

1 Racismo individual: atitudes individuais que operam a nível comportamental (ALMEIDA, 2018).

2 Racismo estrutural: processo histórico e político que cria condições sociais para que grupos sejam discriminados sistematicamente (ALMEIDA, 2018).

uma oportunidade, e mais como uma necessidade, configura uma possibilidade de geração de renda para pessoas negras preteridas pelo mercado de trabalho.

Falar sobre como eu encontrei o afroempreendedorismo envolve falar sobre meu desenvolvimento pessoal e acadêmico. Dois momentos divisores na minha vida que se cruzaram. Estudar relações raciais envolve descobrir nossas percepções individuais sobre o tema e sobre nós mesmos. Eu sempre me autodeclarei como parda. Depois de estudar e acompanhar movimentos sociais e falas de pessoas negras, percebi que sou lida e identificada como uma pessoa branca e o que o termo “pardo” provoca atrasos na dinâmica racial do país por passar uma falsa impressão de que no Brasil, dado ao alto nível de miscigenação, não temos tensões raciais (mito da democracia racial)³.

A compreensão da situação racial do Brasil começou a acontecer quando, por meio da minha filha, presenciei situações de discriminação. A partir dessa situação intermediária (termo cunhado pelo ativista negro Luiz Antônio em relação a minha situação), compreendi que na nossa rotina, minha filha seria lida (preconceito de marca)⁴ como negra pela sociedade dependendo do bairro em que ela estiver (racismo urbano)⁵, dependendo de quais pessoas estiverem por perto (colorismo)⁶ e dependendo de quais ambientes frequentar (áreas duras)⁷.

Paralelamente, segui pesquisando sobre o empreendedorismo social no Espírito Santo. Encontrei a feira do Instituto das Pretas, por meio de uma expositora, da qual eu comprava produtos para minha filha. O instituto promove ações para o

3 O Mito da democracia racial advinda de políticas públicas de miscigenação causa a falsa impressão que o Brasil é um país livre de tensões raciais (NOGUEIRA, 2006; ROSA, 2014).

4 Oracy Nogueira (2006) elucida que no Brasil, diferente de outros países, as pessoas sofrem o preconceito de marca dado as suas características fenotípicas.

5 A escritora, arquiteta e urbanista Joice Berth explica que o racismo urbano se refere a um processo histórico que ocasionou bairros periféricos serem habitados majoritariamente por negros e bairros melhores serem habitados por brancos.

6 O termo colorismo é usado para explicar a discriminação baseada em diversos tons de pele. No estudo de Sansone (1996) foram identificados trinta e seis termos usados para explicar o branco, passando por moreno, mulato/pardo e preto/negro.

7 Em Sansone (1996), áreas duras é um termo utilizado para áreas de difícil acesso para pessoas negras.

desenvolvimento da mulher negra por meio da comercialização de produtos e serviços que valorizam a identidade negra. Esse foi um dos momentos que minha vida pessoal cruzou com a vida acadêmica. De uma cliente consumidora de produtos para a filha a uma parceira do desenvolvimento dos estudos sobre a valorização dos negros.

Nesse momento e após ler alguns prólogos de pessoas negras estudando assuntos sobre raça no Brasil, relatando que ser negro abriu o caminho para a pesquisa e sobre a legitimação para falar sobre o assunto (lugar de fala)⁸, tive o receio de saber se eu seria aceita pelo meio e se teria acesso ao sujeitos de pesquisa, porque eu não sou negra. Fui muito bem recebida pelo Instituto das Pretas, que abriu as portas para esse estudo e posteriormente, quando ampliamos o lócus de pesquisa, todos os contatos que fiz com estabelecimentos e empreendedores, fui recebida amigavelmente. Em nenhum momento senti que não fui aceita por não ser negra e estar desenvolvendo um estudo com pessoas negras. Fui abraçada por pessoas negras acadêmicas que desenvolveram estudos sobre diversos âmbitos do racismo no Brasil. Pessoas com conhecimento e paciência para me ajudar e me ensinar. Tive contato com três coletivos de pessoas negras no Espírito Santo que seguem nesse entendimento de que pessoas não negras precisam fazer parte dessas discussões. Tive a oportunidade de participar do primeiro curso de formação do Instituto das Pretas aberto também para pessoas não negras, justamente por entenderem que o discurso precisa ser multiplicado.

E, com isso, quero enfatizar que se você, pessoa não negra, entende que também é sua responsabilidade combater o racismo que assola nossa país, reconheça seus privilégios (incluindo estar estudando enquanto a maioria não tem essa oportunidade), assuma uma posição de humildade, escuta, empatia para aprender, use os acessos que ser branco infelizmente te proporciona e vá fazer algo benéfico com isso. Escute com respeito; promova discussões e reflexões no seu grupo de amigos e familiares; crie projetos no seu trabalho; apoie empreendedores e autônomos; não se cale diante de episódios racistas; defenda e apoie. Existem infinitas possibilidades de contribuir.

⁸ Djamilia Ribeiro (2017): Lugar de fala refere-se ao lugar social que os indivíduos ocupam na sociedade.

Então, é daqui eu falo: uma pessoa que se declarava como parda, mas hoje entende que é lida pela sociedade como branca. Uma pessoa que cresceu em um bairro periférico, de família humilde, estudou em escolas públicas, cotista na universidade, mas que compreende todos os privilégios de ter uma família estruturada e de ser uma mulher fenotipicamente branca em uma sociedade racista. Uma pessoa que, infelizmente, vai errar muito, mas vai estudar bastante para tentar aprender a não reproduzir práticas racistas. Tendo em mente que todas as minhas características e toda a minha vivência de uma pessoa não negra certamente influenciaram a escrita desse trabalho, reconheço minha responsabilidade em contribuir com o debate e com reflexões sobre as questões raciais, mesmo não sendo negra. Compreendendo que cada pessoa é única e as identidades que nos atravessam são múltiplas e não estáticas, mas pessoas negras compartilham experiências enquanto grupo racial que eu jamais irei acessar. Posso ouvir, refletir, problematizar, chorar, mas nunca irei de fato, sentir.

1 INTRODUÇÃO

A partir do colonialismo e da escravidão desenvolveu-se a ideia de que os negros seriam seres racialmente inferiores. Essa ideia foi justificada por construções sociais desde século XIX e se sustentaram até a década de 1950. Negros eram considerados geneticamente inferiores e, por isso, eram passíveis de serem escravizados e colonizados. Teses como a segregacionista e a de extinção surgem para discutir quais seriam as melhores possibilidades para a extinção de raças inferiores no país, como miscigenar ou não as raças (MUNANGA, 1999; ROSA, 2014; TEIXEIRA, 2015). Em 1930, surgem outras perspectivas sobre a mistura das raças, onde a miscigenação passa a ser considerada positiva por gerar indivíduos mais adaptados aos trópicos ajudando a disseminar uma suposta democracia racial no Brasil (TEIXEIRA, 2015).

A democracia racial disseminada fez com que muitos brasileiros passassem a acreditar que não havia racismo no Brasil e, por conta disso, o tema não precisava ser discutido (MUNANGA, 1999; ROSA, 2014; SANTOS, 2012). O mito da democracia racial ocasionou o distanciamento da academia em relação ao tema, gerando ausências, por exemplo, nos estudos organizacionais sobre relações raciais no Brasil (ROSA, 2014). Esses fatores empobrecem análises sobre o cenário brasileiro e, frente a isso, Jaime (2016) e Rosa (2014) chamam a atenção para a necessidade de contribuir com o debate sobre relações raciais de modo contextualizado. Nesse sentido, os estudos de Nogueira (2006) e Sansone (1996) ajudam a compreender as particularidades da construção do que é ser negro no contexto brasileiro, lugar marcado por características fenotípicas e ainda por lugares a serem ocupados por esses indivíduos, pois a percepção de cor varia de acordo com o lugar e o momento que o indivíduo se encontra, conceituando como áreas duras os ambientes em que o indivíduo negro enfrenta mais barreiras e preconceitos raciais.

O mercado de trabalho é considerado uma área dura para os negros. Segundo Garcia (2012) Os dados sobre rendimentos reais do Instituto de Pesquisa

Econômica Aplicada (IPEA), entre 2002 a 2008, mostram que as diferenças de rendimento entre brancos e negros estão presentes em todas as regiões metropolitanas do País. Analisando o cenário brasileiro entre 1995 e 2015 e Fontoura e et al (2017) afirmam que os homens brancos ocupam as melhores posições de renda, estando à frente de todos os grupos de renda analisados - homens brancos, homens negros, mulheres brancas, mulheres negras.

As pesquisas realizadas por Garcia (2012) e Fontoura e et al (2017) apontam para o fato de que o desenvolvimento econômico do Brasil não superou as diferenças raciais, de gênero e regionais, historicamente enraizadas na sociedade brasileira. O estudo do SEBRAE (2016) exemplifica essa situação, ao descrever que as condições de vida e trabalho entre empreendedores brancos e negros são diferentes. Os empreendedores brancos empregam mais pessoas que os empreendedores negros. Estes, comumente, empreendem sozinhos, por necessidade, têm renda mensal inferior àqueles e enfrentam barreiras devido a raça, como o preconceito, a discriminação e o racismo. Oliveira, Pereira e Souza (2013) elucidam que as relações étnicas no contexto brasileiro configuram uma barreira a mais a ser superada pelos empreendedores negros para abrirem e manterem seus negócios.

Entretanto, no contexto de empreendedorismo, tem surgido um movimento que pode transformar as relações dos negros com o mercado de trabalho. A partir do afroempreendedorismo, o mercado de trabalho considerado uma área dura para os negros, pode ser tornar um espaço negro, onde os indivíduos passam a ser valorizados. Nesse estudo, o afroempreendedor é o indivíduo que se autodeclara preto ou pardo e que comercializa ou produz produtos voltados para a sua própria etnia (SEBRAE, 2017). O afroempreendedor comumente constrói seu negócio a partir de suas experiências pessoais de exclusão do mercado enquanto consumidor, enxergando uma lacuna de mercado a partir da falta de produtos específicos voltados para os negros. Prestação de serviço, acessórios e produtos para uso pessoal criados especialmente para este público consumidor são produzidos e comercializados.

Esse perfil empreendedor configura o empreendedor social. O empreendedor social tem suas atividades centradas em fins econômicos e sociais (AUSTIN, STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006; ROSOLEN, TISCOSKI, COMINI, 2014). O afroempreendedor gera sua renda e causa um impacto significativo na sociedade à medida que supre uma demanda existente no mercado, possibilitando o desenvolvimento econômico e a inserção de pessoas negras no mercado de trabalho. Esse perfil contribui de modo cultural e social, fomentando a subversão de uma lógica de inferioridade, tornando-se referência para valorização de uma identidade menosprezada, através de produtos e serviços específicos para a cultura negra.

1.1 Problema de pesquisa

Frente ao exposto, centro esse estudo no seguinte problema de pesquisa: **como empreendem os afroempreendedores capixabas?**

1.2 Objetivo geral

Para responder o problema de pesquisa, adotei o seguinte objetivo geral como norteador: analisar como empreendem os afroempreendedores capixabas.

1.3 Objetivos específicos

Para alcançar o objetivo geral e responder a problemática, adotei como norteadores os seguintes objetivos específicos:

- a) Analisar aspectos socioeconômicos e raciais dos afroempreendedores;
- b) Analisar as contribuições dos empreendimentos para a valorização dos negros na visão dos afroempreendedores;
- c) Compreender a partir da visão dos afroempreendedores, como o afroempreendedorismo influencia sua relação com o mercado de trabalho.

1.4 Justificativa

Sobre a perspectiva teórica, realizei um levantamento envolvendo a pesquisa de artigos, monografias, dissertações, teses com os descritores “empreendedorismo social”, “afroempreendedorismo”, “afroempreendedor”, “empreendedorismo negro”, “social entrepreneurship”, “afro-entrepreneurship” e “black entrepreneurship” para compor uma revisão de literatura narrativa qualitativa, que, de acordo com Rother (2007, p.1): “são publicações amplas, apropriadas para descrever e discutir o desenvolvimento ou o ‘estado da arte’ de um determinado assunto, sob o ponto de vista teórico ou contextual”.

Os temas empreendedorismo e raça são bastante explorados, com estudos clássicos e publicações atuais que serão utilizados no referencial teórico desse trabalho, entretanto, poucos trabalhos articulam os dois temas. A busca foi realizada nas bases de pesquisa Google Acadêmico, Web of Science, Scopus, Spell, Scielo e no Portal de periódicos da CAPES, sem limite temporal, para que incluísse todos os artigos, independente do ano de publicação. Foram encontradas publicações que articulam empreendedorismo e raça, concentradas nos últimos cinco anos, o que mostra a atualidade do tema na academia.

Nos poucos trabalhos encontrados (CODEPLAN, 2016; LIMA, BENEVIDES 2017; OLIVEIRA, 2018; SANTOS, 2016), que utilizam o termo afroempreendedorismo, o termo engloba todos os empreendedores negros, independente do setor e produto, sendo utilizado como sinônimo de empreendedorismo negro. Foram encontrados trabalhos sobre o empreendedor negro cujos achados que apontam o fator social, associado ao fator econômico, como motivador para abertura e manutenção dos seus empreendimentos.

Essa dificuldade de encontrar estudos que definam o afroempreendedorismo de maneira distinta ao empreendedorismo negro mostra que os achados desse estudo podem contribuir para a construção de um campo ainda pouco explorado, podendo prover bons *insights* teóricos, uma vez que tem a pretensão de estudar especificamente o afroempreendedorismo como uma forma de empreendedorismo social, onde pessoas negras produzem para consumidores negros com intuito

econômico de obter lucro e objetivo social de promover a valorização de um grupo que ao longo dos anos vem sendo colocado como inferior.

Esse estudo se propõe a contribuir com reflexões sobre novas maneiras de inserção dos negros no mercado de trabalho e a valorização da identidade do empreendedor e do consumidor negro por meio de produtos e serviços específicos à sua etnia. Portanto, a pesquisa justifica-se também por sua relevância social. Seus resultados podem contribuir para um melhor direcionamento de políticas públicas que promovam a inclusão e aumentem a participação de pessoas negras na economia capixaba.

Em pesquisa publicada pela Secretaria de políticas de promoção da igualdade racial em 2017, foi apontado que pretos e pardos, dado as implicações do fator racial, têm menor acesso a serviços bancários (BRASIL, 2017). A Lei 16.335/2015 criou o Programa Municipal São Paulo Afroempreendedor que tem, dentre outros objetivos, fortalecer o empreendedorismo negro, por meio dos segmentos cultural, artístico, turístico, estético e identitário e fomentar à igualdade de participação no mercado de trabalho (SÃO PAULO, 2015). Promover pesquisas nessa área pode servir de embasamento para projetos de lei direcionados a esse público no Espírito Santo.

Promover a reflexão de um assunto pouco discutido é relevante para colaborar com a discussão sobre diversidade no Brasil e a valorização dos negros por meio do empreendedorismo. Busquei tornar o projeto realizável e válido considerando o critério de tempo e viabilidade do acesso às informações com dedicação exclusiva durante toda a extensão da pesquisa. O afroempreendedorismo é um assunto recente e relevante e carece de debates teóricos e pesquisas empíricas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para embasar a pesquisa, me apropriei do referencial teórico que está organizado em duas partes. Primeiramente, discutiremos aspectos relacionados ao negro no contexto brasileiro, alguns conceitos raciais e algumas das desigualdades vividas pelos negros. Posteriormente, explanei o empreendedorismo negro e relacionei os conceitos de afroempreendedorismo e o empreendedorismo social.

2.1 Os negros no contexto brasileiro

Para compreender o que é ser negro no contexto brasileiro é preciso entender a formação das relações raciais no Brasil. Um breve resgate histórico é necessário para compreender como uma tradição colonial baseada na escravidão transatlântica produziu as relações raciais contemporâneas. Segundo Rosa (2014), as relações raciais englobam diversos grupos sociais, como os negros, brancos, indígenas, asiáticos e judeus, entretanto, nesse estudo o foco estará nas relações raciais envolvendo negros. Nogueira (2006) informa que os estudos sobre negro no Brasil podem ser organizados em três correntes, que se centram nos estudos sobre a contribuição da cultura africana à formação brasileira, os estudos históricos sobre como o negro ingressou na sociedade brasileira e estudos sobre o estado atual das relações raciais da população brasileira. Esse trabalho de dissertação pretende contribuir com a formulação de conhecimentos sobre a terceira corrente de estudo a partir das narrativas dos afroempreendedores.

De acordo com Teixeira (2015), historicamente, a partir do colonialismo e da escravidão, desenvolveu-se a ideia de que os negros seriam seres racialmente inferiores. Essa ideia foi justificada por construções sociais desde século XIX, que defendiam a existência correlações entre genética, intelecto e moralidade, marcando de forma clara e disseminada a distinção entre os povos no Brasil. Os negros eram considerados geneticamente inferiores, bem como menos inteligentes e mais imorais do que os europeus e, por isso, eram passíveis de serem escravizados e colonizados.

Segundo Rosa (2014), no período colonial as pesquisas e teorias disseminavam a superioridade ou inferioridade de uma raça, a partir de diferenças biológicas, com intuito de hierarquizá-las para legitimar a expansão colonial europeia, a partir de uma superioridade “natural” dos povos mais aptos em relação aos povos menos aptos. Desde esse período até a década de 50, os negros continuam sendo considerados biologicamente inferiores e teses como a segregacionista e a de extinção surgem para discutir quais seriam as melhores possibilidades, como miscigenar ou não as raças, para extinção das raças inferiores no país (MUNANGA, 1999; ROSA, 2014).

Em 1930, surgiram outras perspectivas sobre a mistura das raças, em que a miscigenação passou a ser considerada positiva por gerar indivíduos mais adaptados aos trópicos e obras como “Casa grande e senzala”, de Freyre, ajudaram a disseminar uma suposta democracia racial no Brasil (TEIXEIRA, 2015). A democracia racial disseminada fez com que muitos brasileiros passassem a acreditar que não havia racismo no Brasil e, por conta disso, o assunto não precisava ser discutido (MUNANGA, 1999; ROSA, 2014; SANSONE, 2003). A democracia racial no Brasil foi evidenciada como um mito pelos estudos financiados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO). O Projeto Unesco, sobre relações raciais no Brasil que mostrou a desigualdade, o preconceito e as discriminações que os negros viviam, quando se acreditava que o Brasil era um exemplo de país para a resolução de conflitos raciais (NOGUEIRA, 2006; ROSA, 2014). O mito da democracia racial baseado na mestiçagem biológica e cultural entre brancos, negros e amarelos, está totalmente enraizado na sociedade brasileira e:

[...] exalta a ideia de convivência harmoniosa entre os indivíduos de todas as camadas sociais e grupos étnicos, permitindo às elites dominantes dissimular as desigualdades e impedindo os membros das comunidades não-brancas de terem consciência dos sutis mecanismos de exclusão da qual são vítimas na sociedade. Ou seja, encobre os conflitos raciais, possibilitando a todos se reconhecerem como brasileiros e afastando das comunidades subalternas a tomada de consciência de suas características culturais que teriam contribuído para a construção e expressão de uma identidade própria (MUNANGA, 1999, p. 80).

Os africanos exerceram influências sobre a cultura brasileira, deixando marcas na música, na língua, na culinária e nas religiões. Valores e tradições culturais que os negros trazidos da África tentaram conservar, a todo custo, como seres dotados de um passado que a brutalidade não conseguiu apagar completamente do cotidiano (SILVA, 2005). Entretanto o mito da democracia racial impede a tomada de consciência dessas características culturais (MUNANGA, 1999).

O mito da democracia racial, associado à reserva dos brasileiros em abordar o racismo, ocasionou o distanciamento da academia para estudar o tema, gerando lacunas nos estudos organizacionais sobre relações raciais no Brasil (ROSA, 2014). Esses fatores empobrecem análises contextualizadas, abrindo espaço para estudos já desenvolvidos em outros países, onde a questão racial tem particularidades diferentes do Brasil. Frente a isso, Jaime (2016), Rosa (2014) e Sansone (2003) chamam a atenção para a necessidade de contribuir com o debate brasileiro sobre relações raciais de modo contextualizado. Rosa (2014) sustenta que, ao pensarmos relações raciais nas organizações brasileiras, é preciso considerar espaços que reproduzem relações raciais de forma distinta das organizações de outros países, problematizando todo um contexto cultural, político, histórico e organizacional das sociedades em que foram formuladas. Sansone (2003) nessa direção de pensamento, mostra que as relações raciais são contingenciais e diferem de um contexto para o outro. Assume-se que existirá divergências quando pensarmos organizações brasileiras com base em modelos de sociedades diferentes.

A estrutura social dos EUA, por exemplo, difere da nossa em virtude da formação histórica marcada pela diferenciação entre grupos que coexistem preservando suas particularidades culturais onde as relações raciais se organizaram de forma mais clara e menos ambígua (SANSONE, 2003). Na formação histórica brasileira prevaleceu a lógica de assimilação de grupos minoritários em virtude dos sucessivos processos de miscigenação, que deram margem a interpretações utópicas sobre uma sociedade livre de tensões e conflitos raciais. As organizações brasileiras devem ser pensadas de maneiras específicas a partir do conhecimento sobre o cenário brasileiros, para se debruçar sobre o fenômeno das relações raciais com

foco nos nossos interesses particulares para desvendar sua dinâmica e funcionamento (ROSA, 2014; SANSONE, 2003).

Alguns avanços já foram vivenciados no Brasil por meio da criação de leis que discorrem sobre assuntos raciais no Brasil, com destaque para alguns marcos jurídicos como vemos no quadro 1 e para as conferências de Promoção da Igualdade racial realizadas em 2005, 2009 e 2013.

Quadro 1 – Alguns marcos jurídicos na legislação Brasileira

Decreto nº 65.810/ 1969	Discorre sobre a eliminação de todas as formas de discriminação racial
Artigo 5º da Constituição de 1988	Decreta a prática do racismo como crime inafiançável e imprescritível
Lei nº 7.716/ 1989	Defini os crimes resultantes de preconceito de raça ou cor
Lei nº10.639/ 2003	Inclui a obrigatoriedade do ensino da “História e cultura Afro-Brasileira” no currículo da rede de ensino
Lei nº10.678/2003	Cria a secretaria especial de políticas públicas de promoção de igualdade racial (SEPPIR)
Lei nº 12.288/ 2010	Institui o Estatuto da igualdade racial
Lei nº 12.519/2011	Institui o dia 20 de novembro como dia da consciência negra
Lei nº 12.711/ 2012	Adoção de cota para negros nas universidades federais e nas instituições federais de ensino técnico de nível médio
Lei nº 12.990/2014	Reserva de 20% das vagas oferecidas em concursos públicos para negros
Lei nº 12.987/2014	Dispõe sobre a criação do Dia Nacional de Tereza de Benguela e da Mulher Negra

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Conselho Federal de Psicologia (2017) e SEPPIR (2016).

Entretanto, apesar desses avanços, existem vários âmbitos de desigualdades raciais no contexto brasileiro que precisam ser superadas. A seguir, trago um embasamento teórico sobre alguns conceitos ligados a questão racial e alguns exemplos de desigualdades vivenciadas pelos negros no Brasil.

2.1.2 Conceitos e desigualdades raciais

Para compreender como as relações raciais ocorrem no cenário brasileiro, é preciso conceituar alguns termos que permeiam o assunto. Nesse capítulo, iremos explicar o conceito de raça, preconceito, discriminação e alguns âmbitos do racismo. E, posteriormente, mostramos a materialidade do racismo em forma de algumas desigualdades raciais presentes no cotidiano brasileiro em termos de saúde, educação e renda.

Nesse estudo, utilizamos o conceito de raça como um processo de racialização de uma categoria socialmente construída de acordo com o contexto sócio histórico cultural, e não biológica (CASHMORE, 2000; HALL, 1999; SANSONE, 2003; SANTOS, 2012). Conceitua-se raça como um construto social, princípio de classificação que ordena e regula comportamentos e relações sociais (SANTOS, 2012, p. 38). Ou seja, a raça é um conceito relacional e histórico (ALMEIDA, 2018). Inicialmente o conceito de raça foi construído como uma categoria biológica e genética, como último refúgio das ideologias racistas, entendida como constituída de espécies distintas (HALL, 1999). Essa categoria biológica foi utilizada para justificar relações de poder e acontecimentos como a escravidão, usando o argumento de que alguns povos seriam racialmente inferiores a outros e dentro desse contexto de raças inferiores, os negros africanos são postos no lugar de subalternidade (ROSA, 2014; TEIXEIRA, 2015).

Entretanto, esse conceito biológico foi problematizado e depois de quase dois séculos de pesquisa aceita-se que a noção de raça não tem base científica, ou seja, a classificação da variabilidade humana não pode ser feita por critérios morfológicos e genéticos, concluindo que a raça não existe biologicamente (MUNANGA, 2010). Apesar de ser desmitificada a existência de diferenças biológicas ou culturais que justifiquem o tratamento discriminatório entre seres humanos, a raça continua sendo um fator político importante utilizado para naturalizar desigualdades (ALMEIDA, 2018). Nessa perspectiva, Hall (1999) relata que a raça passa de uma categoria biológica, que reproduz a ideia de superioridade e inferioridade de grupos sociais com justificativas fundadas nas diferenças biológicas, para uma conceituação

centrada em definições culturais que possibilitam que a raça contribua para discursos sobre identidade nacional:

[...] a raça é uma categoria discursiva e não uma categoria biológica. Isto é, ela é uma categoria organizadora daquelas formas de falar, daqueles sistemas de representação e práticas sociais (discursos) que utilizam um conjunto frouxo, frequentemente pouco específico, de diferenças em termos de características físicas - cor da pele, textura do cabelo, características físicas e corporais, etc. – como marcas simbólicas, a fim de diferenciar socialmente um grupo do outro (HALL, 1999, p. 62).

A diferenciação de um grupo social do outro a partir de características físicas e corporais como marcas simbólicas (HALL, 1999) está presente na forma como se manifesta o preconceito no Brasil. Para Nogueira (2006), os estudos sobre relações raciais devem focar na situação racial em que se manifesta o preconceito. O autor conceitua preconceito racial como:

[...] uma disposição (ou atitude) desfavorável, culturalmente condicionada, em relação aos membros de uma população, aos quais se têm como estigmatizados, seja devido à aparência, seja devido a toda ou parte da ascendência étnica que se lhes atribui ou reconhece (NOGUEIRA, 2006, p. 292).

O preconceito racial é o juízo baseado em estereótipos acerca de indivíduos que pertençam a um determinado grupo racializado e que pode resultar ou não em práticas discriminatórias. Considerar os negros violentos é um exemplo de preconceito (ALMEIDA, 2018). Para explicar, compreender e comparar as diferenças existentes da construção do preconceito racial em contextos diferentes, Nogueira (2006) compara as situações raciais do Brasil e dos EUA, apontando que os países são exemplos de situações raciais divergentes. Enquanto nos EUA o preconceito racial é manifesto, no Brasil o preconceito é controverso, o que leva pesquisadores e indivíduos a negar ou subestimar o preconceito existente no país. O preconceito existente no Brasil é denominado de preconceito de marca e no EUA de preconceito de origem. O preconceito de marca se exerce em relação à aparência de indivíduo, englobando seus traços físicos, a fisionomia, os gestos e o sotaque, enquanto o preconceito de origem ocorre apenas ao supor que o indivíduo

descende de um grupo étnico, mesmo sem as características fenotípicas. Essas diferenças de percepção da raça e de manifestação do preconceito evidenciam a importância no estudo contextualizado sobre pessoas negras.

Essa conceituação de preconceito de marca e de origem levanta a questão do que é ser negro no Brasil. Se nos EUA ser negro está ligado à ascendência, não existe a figura do mestiço, pois todos com algum grau de parentesco negro são considerados negros. Já no Brasil, a aparência física com todas as suas variações de lábios, nariz, textura do cabelo e cor da pele faz com que a imagem do negro seja fluida e autoriza a presença do mestiço, ou seja, o indivíduo considerado moreno (ROSA, 2014). Em torno da definição socialmente construída de raça, se institui a noção do que é ser negro (TEIXEIRA, 2015).

De acordo com Santos (1999), ser negro é um lugar social marcado por várias coordenadas, como a cor escura da pele, a cultura popular, a ancestralidade africana, a ascendência próxima ou remota da escravidão, a pobreza e a atribuição da identidade negra por si e pelo outro. Nesse processo fluido de categorização do sujeito negro no Brasil, Sansone (1996) sustenta que cultura negra não é estática e tem seu centro inspirador tanto na oposição ao racismo quanto na articulação do orgulho negro. O autor afirma que sistema de classificação racial se reformula dia após dia nas relações raciais presentes em diversas instâncias, como no mundo do trabalho, na vida familiar e no lazer, refletindo a ideologia racial que é vivenciada nas diferentes camadas sociais e institucionais, como o Estado, a igreja Católica, a política, a indústria do lazer, da mídia e das ciências sociais.

A identidade negra se redefine a partir de outras identidades sociais importantes, como a classe, o gênero, o lugar de moradia e a faixa etária. Sansone (1996) realizou um estudo que demonstra com clareza essa fluidez, pois foram identificadas trinta e seis categorias de cor para classificar os indivíduos negros, com predominância das categorias que flutuam desde o indivíduo branco, passando por moreno, mulato/pardo e preto/negro. O estudo mostra que a percepção da cor e do racismo ocorre de maneira contingencial, ou seja, atrelada a alguns aspectos, como o tempo, a renda, a classe e o lugar. O estudo demonstra que existem áreas duras,

áreas moles e espaços negros para esses indivíduos. As áreas duras seriam ambientes em que o indivíduo negro enfrenta mais barreiras e preconceitos raciais, como o mercado de trabalho, as relações afetivas e os contatos com a polícia. Em Nascimento et al. (2015) os shoppings também é considerado uma área dura. As áreas moles seriam espaços em que ser negro não é um obstáculo a ser enfrentado e pode conferir algum prestígio, como, por exemplo, o carnaval, e os espaços negros seriam ambientes que o corpo negro é valorizado, como, por exemplo as religiões de matrizes africanas e a capoeira.

Entende-se que o negro no contexto brasileiro é marcado por características fenotípicas, onde a cor teve maior importância nas diferenças entre os grupos ao longo da história, pois a cor identifica quem é e quem não é negro no Brasil (ROSA, 2014), caracterizando o preconceito de marca vivenciado por esses indivíduos (NOGUEIRA, 2006) e ainda por lugares a serem ocupados (SANSONE, 1996), pois a percepção de cor varia de acordo com o lugar e o momento que o indivíduo se encontra. De acordo com Rosa (2014, p. 253), ser negro no Brasil depende de um conjunto de fatores para além da aparência física, mesmo se tratando de negros retintos, pois “a atmosfera do lugar altera a percepção das pessoas sobre as relações raciais, a noção de áreas duras nos mostra um lugar onde o recorte racial é claro e a discriminação opera com toda a sua força”, configurando um contexto mutável e complexo, que ainda carece de muitas pesquisas para o compreender melhor.

O caso do Brasil demonstra com muita ênfase que a identidade étnica é um construto social de caráter contingente, relacional e que pode variar no tempo e no espaço (SANSONE, 2003). Segundo Munanga (1999, p. 14), os movimentos negros contemporâneos constroem sua identidade

[...] a partir das peculiaridades do seu grupo: seu passado histórico como herdeiros escravizados africanos, sua situação como membros de grupos estigmatizados, racializado e excluído das posições de comando na sociedade cuja construção contou com seu trabalho gratuito, como membro de grupo étnico-racial que teve sua humanidade negada e cultura inferiorizada.

A estigmatização dos grupos raciais perpassa pelo âmbito da discriminação racial. A discriminação racial é o tratamento diferenciado a grupos racialmente identificados e pode ser direta ou indireta. A discriminação direta é o repúdio ostensivo intencional ao indivíduo ou a um grupo motivado pela condição racial. Como exemplo, recusar atender pessoas em suas lojas por causa da sua raça ou a segregação dos espaços em alguns países. Já a discriminação indireta ocorre sem intencionalidade explícita e centra-se em ignorar a situação específica de um grupo minoritário sem levar em consideração as grandes diferenças sociais existentes (ALMEIDA, 2018). Segundo Almeida (2018) a consequência da discriminação direta e indireta ao longo dos anos leva a estratificação social como fenômeno intergeracional em que o percurso da vida de todos os membros de um grupo racial, incluindo a ascensão social, reconhecimento e sustento material, é afetado.

Segundo Munanga (2010), a discriminação, no sentido restrito do termo, significa a passagem de uma simples atitude preconceituosa a uma ação observável e, às vezes, mensurável. A discriminação é a negação da igualdade de tratamento aos diferentes transformada em ação concreta ou comportamento observável e o racismo é um fenômeno de grande complexidade, dinâmico no tempo e no espaço. De um modo amplo, o racismo pode ser considerado como a atitude de:

[...] hierarquizar as chamadas raças, ou seja, de classificá-las numa escala de valores superiores e inferiores, criando uma relação intrínseca entre o corpo, os traços físicos, a cor da pele e as qualidades intelectuais, culturais, morais e estéticas (MUNANGA, 2010, p. 187).

O racismo é, então, uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento e que se manifesta por meio de práticas recorrentes (conscientes ou não) que culminam em desvantagens ou privilégios a depender do grupo racial a qual se pertença (ALMEIDA, 2018). Segundo Cashmore (2000), o racismo denota todo o complexo de fatores que geram a discriminação racial e designa desvantagens raciais. Em seu caráter sistêmico, o racismo é materializado como discriminação racial e opera como um processo complexo, para além de um ou mais

atos discriminatórios. Esse processo opera de modo que condições de subalternidade e privilégios se distribuem na sociedade entre grupos raciais e se reproduzem no âmbito da política, economia e relações cotidianas (ALMEIDA, 2018).

Existem várias concepções sobre as facetas do racismo que têm sido estudadas em diversos âmbitos da sociedade. Racismo estrutural, institucional, individual, urbano, recreativo e intersubjetivo são algumas das abordagens que mostram a complexidade do processo. O racismo individual centra-se na concepção existem indivíduos racistas que agem isoladamente (ou em grupo) e ocorre principalmente por meio da discriminação direta (ALMEIDA, 2018). Um agente de saúde se recusar a entrar em espaços de religiões de matrizes africanas para fazer seu trabalho ou profissionais serem orientados pelos superiores imediatos a amarrarem seus cabelos crespos, quando a atividade laboral não exige tal ato e quando os outros funcionários brancos não recebem a mesma orientação podem ser consideradas ações de racismo individual (CFP, 2017). Abordagem individualista é frágil e limitada por considerar o racismo como algo que se restringe a aspectos meramente comportamentais e individuais, quando na verdade os maiores prejuízos do racismo foram produzidos de modo legalizado sobre o apoio dos líderes políticos e religiosos (ALMEIDA, 2018).

Nesse contexto, Almeida (2018) explana que o racismo institucional não opera de modo individual, mas é tratado como o resultado do funcionamento das instituições que atuam de modo a conferir, mesmo que indiretamente, a preservação de privilégios e desvantagens ligados a raça. Um exemplo do racismo institucional é a exigência da “boa aparência” para se candidatar a uma vaga de emprego, onde essa aparência é associada a características estéticas de pessoas brancas. Negar o emprego a candidatos por serem pessoas negras também configura racismo institucional (CFP, 2017). Outros exemplos são as formas de violência que ocorrem dentro das instituições como as piadas, o silenciamento e o isolamento. As pessoas brancas são beneficiadas por condições criadas em uma sociedade que se organiza a partir de normas e padrões prejudiciais a população negra. Ou seja, as instituições reproduzem condições, com imposições de regras e padrões racistas para o

estabelecimento e a manutenção de uma ordem social que visam resguardar. O racismo pode ter sua forma alterada pela ação ou pela omissão dos poderes institucionais (ALMEIDA, 2018).

Assim, entendemos que as instituições estão subordinadas a uma estrutura social previamente existente. O racismo estrutural decorre da maneira como são estabelecidas as relações políticas, econômicas, jurídicas e familiares. Comportamentos individuais e processos institucionais são derivados de uma sociedade onde o racismo é um processo social. O racismo estrutural centra-se em um processo histórico e político, criando condições sociais para que grupos sejam discriminados sistematicamente (ALMEIDA, 2018).

O racismo estrutural se materializa em forma de discriminação racial e por meio das desigualdades raciais isso se concretiza. As desigualdades raciais no contexto brasileiro operam em diversos âmbitos, como em acesso a saúde, violência, as taxas de encarceramento, acesso à educação, a qualidade de moradia, inserção, manutenção no mercado de trabalho, bem como as diferenças salariais presentes. É pertinente buscar dados sobre a situação de negros nesses acessos, que são os geradores de melhores rendas. Segundo Silva (2009) apresentado por Souza (2015), no fim da década de 1980 pouco se discutia a necessidade de implementar política específica que visasse inserir a população negra à sociedade. O atendimento às comunidades mais desprovidas era precário e em especial negros tinham um acesso ainda mais restrito a serviços como educação, saúde e proteção social.

O Atlas da violência 2019 constata em mais uma edição a continuidade do processo de desigualdade racial do país, demonstrando que proporcionalmente, para cada indivíduo não negro que sofreu homicídio em 2017, aproximadamente 2,7 negros foram mortos. O acesso à saúde é outra desigualdade racial claramente encontrada no Brasil uma vez que os negros utilizam menos os serviços de saúde e segundo o CFP (2017) quando atendidos tem menos tempo de consulta e enfrentam o racismo. Souza (2015) apresenta dados do estudo de Silva (2009), demonstrando que o SUS atendeu em 1998 11,4 pessoas negras em contrapartida de 13,9 de brancos. Em

2003 o SUS atendeu 13% negros e 15,5% brancos. Especificamente sobre consulta odontológica, em 2003, 20,2% negros nunca tinha se consultado em contrapartida de apenas 12% brancos.

Explanando dados de acesso à educação, Souza (2015) cita os estudos de Jaccoud (2009), que mostram que entre crianças de 11 a 14 anos, em 2006, 12,6% das crianças negras ainda frequentavam de modo atrasado a primeira etapa do ensino fundamental e apenas 5,9% das crianças brancas estavam nessa condição. Em 1987, apenas 8% das crianças negras entre 15 e 17 anos chegavam ao ensino médio em idade adequada. Entre os demais, 27% ainda estavam no ensino fundamental e 65% já estavam fora das escolas. Em 2006, a percentagem de alunos negros no ensino médio em idade adequada passou de 8% para 54%. Apesar dos avanços, a diferença de estudos e brancos continua grande. Em média, as pessoas brancas com 15 anos ou mais tinham 8,4 anos de estudo em 2009 e negros e pardos apenas 6,7. Segundo pesquisas do IBGE, em dez anos a proporção de pessoas negras com 25 anos ou mais no ensino superior completo passou de 2,3% para 5,3% em 2009. Pardos 2,3% para 4,7% e brancos de 9,8% para 15%. A diferença de escolaridade continuava grande entre negros e brancos. Segundo Fontoura et al. (2017) mais brasileiros e brasileiras chegaram ao nível superior entre 1995 e 2015. A população adulta negra com 12 anos ou mais de estudo passou de 3,3% para 12%. Entretanto, o patamar alcançado em 2015 pelos negros era o mesmo que os brancos tinham já em 1995. Já a população branca, quando considerado o mesmo tempo de estudo, nesses 20 anos passou de 12,5% para 25,9%.

Recente pesquisa publicada pelo IBGE (2019) mostra que negros são pela primeira vez a maioria dos matriculados nas universidades federais públicas ocupando 50,3% das matrículas quando comparando o período de 2016 a 2018. Cabe ressaltar em relação a essa pesquisa, alguns pontos: os negros seguem sub-representados no ensino superior tendo em vista que compõem 55,8% da população brasileira; a proporção de estudantes negros de 18 a 24 anos de idade cursando ensino superior é de 55,6% em contrapartida 78,8% de estudantes na população branca de mesma faixa etária cursam nível de ensino; a pesquisa não traz dados sobre a quantidade

de alunos que estão se formando, muitos alunos entram, mas não conseguem permanecer na Universidade; não existem ainda dados sobre a representatividade em cursos como medicina, direito e engenharias. E ainda: não são explicados aos alunos sobre as categorias raciais dos censos de pesquisa (brancos, amarelos, índios, pardos e pretos). Logo, cabe pensar que pode existir uma representação irreal dos alunos universitários. Pessoas que são lidas como brancas pela sociedade podem se auto declarar pardas, pois não se é explicado que ser pardo compõe a categoria negros, juntamente com os pretos nos censos de pesquisa.

O acesso à educação formal interfere também nas relações de trabalho. Segundo Silva (2009), a renda de uma família está ligada à educação que essas pessoas conseguem adquirir. O grau de instrução da mãe afeta diretamente o nível de escolaridade dos filhos segundo recente pesquisa do IPEA. Considerando indivíduos de 25 a 64 anos cujas mães não tiveram nenhuma escolaridade, quase metade não tem trabalho remunerado. Em contrapartida, 79% daqueles cujas mães tem ensino superior completo ou incompleto estão trabalhando (KUBOTA, 2019). A diferença de renda segue os caminhos das desigualdades vistos no acesso à saúde e na educação. Os negros têm menos que a metade da renda domiciliar per capita dos brancos. Em 2001, as famílias mais ricas do país contabilizavam uma renda média 24,3 vezes maior que as famílias mais pobres. Em 2009 a proporção caiu para 17,8%. Apesar das melhorias, a equalização de oportunidades ainda não aconteceu. Os dados sobre rendimentos reais do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), entre 2002 a 2008, mostram que as diferenças entre homens e mulheres, brancos e negros, estão presentes em todas as regiões metropolitanas do País. Analisando especificamente o Estado de Salvador a partir de censo do IBGE de 2000, Garcia (2012) mostra que as mulheres brancas, embora em desvantagens salariais frente aos homens brancos, passam a se distanciar de homens e mulheres negras. As mulheres negras ocupam as piores posições de renda na sociedade, pois elas tanto perdem para as mulheres brancas, quanto para os homens brancos e negros. Os homens brancos ocupam as melhores posições de renda, estando à frente de todos os grupos de renda analisados - homens brancos, homens negros, mulheres brancas, mulheres negras. Analisando o contexto brasileiro e englobando todos os Estados, Fontoura e et al (2017) afirma que apesar de proporcionalmente o

rendimento das mulheres negras foi o que mais se valorizou entre 1995 e 2015 (80%), e o dos homens brancos ter sido o que menos cresceu (11%), a situação se mantém inalterada: homens brancos têm os melhores rendimentos, seguidos de mulheres brancas, homens negros e mulheres negras.

Percebemos então que no concernente a mobilidade social os negros enfrentam muitas barreiras: tem menos acesso a serviços de saúde, tem menos anos de estudo, são mais pobres e desenvolvem trabalhos considerados desqualificados. Ao serem afetados no mercado de trabalho com menores salários e ocupações mais precárias, por ampliação, todas as dimensões da vida relacionadas a mobilidade social, cultural e condições de saúde são afetadas (CFP, 2017). Não obstante, existem estratificações no empreendedorismo que serão explanadas a seguir.

2.2 Empreendedores negros: estratificação social, econômica e racial

Sendo o mercado de trabalho considerado uma área dura para os negros na teoria dos espaços sociais de Sansone (1996), temos a inserção, a permanência e a ascensão dos negros no mercado de trabalho marcadas pela desigualdade racial. Nesse momento, veremos que o empreendedorismo tem estratificações sociais, econômicas e raciais. Santos (2003) afirma que os trabalhadores negros sofrem três formas de discriminação no mercado de trabalho: estatisticamente não ocupam cargos de grande prestígio, tem menores salários e são preteridos por sua imagem. Para compreender as desigualdades raciais presentes no empreendedorismo, é preciso compreender o empreendedorismo praticado pelos negros.

O tema empreendedorismo cerca-se de algumas perspectivas e temáticas, como característica dos empreendedores, o processo de empreender, abertura e desenvolvimento de negócios, ensino do empreendedorismo; e dentre essas, estão emergindo trabalhos sobre a influência social nas atividades empreendedoras, para compreender como aspectos socioeconômicos e sócio demográficos interferem no comportamento empreendedor (OLIVEIRA, PEREIRA, SOUZA, 2013; SEBRAE, 2016). Os estudos sobre empreendedorismo podem ser realizados sob diversas

perspectivas, como antropologia, sociologia e economia, e podem ser realizados de modo contextual para levar em consideração os efeitos da estratificação social na dinâmica empreendedora do país. Os estudos sobre empreendedorismo no Brasil se concentram na maior parte sobre recortes de idade e gênero (OLIVEIRA, PEREIRA, SOUZA, 2013). Os autores ressaltam que as pesquisas que discutem empreendedorismo e raça são incipientes, internacionalmente e especialmente no Brasil, conferindo a necessidade de estudos que possibilitem compreender o fenômeno do empreendedorismo a partir da perspectiva da população negra (OLIVEIRA, PEREIRA, SOUZA, 2013).

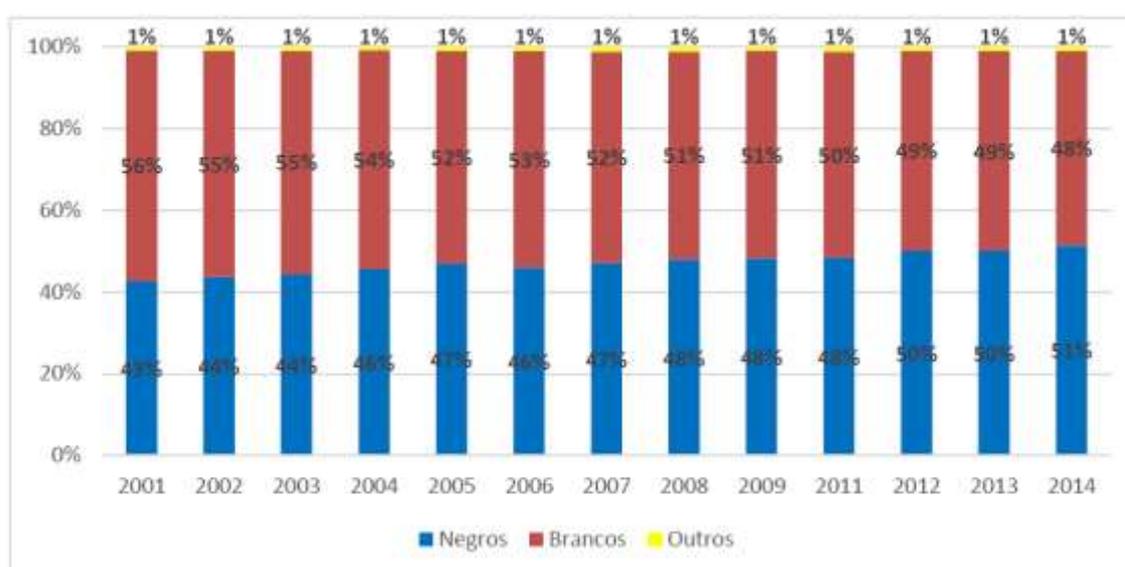
Além de toda dificuldade para abertura e manutenção de um empreendimento, as relações étnicas brasileiras conferem um obstáculo a mais a ser superado pelos empreendedores negros brasileiros para abrirem e manterem seus empreendimentos, influenciando suas relações com clientes, fornecedores, concorrentes, funcionários e na captação de recursos de terceiros para financiar seus empreendimentos (OLIVEIRA, PEREIRA, SOUZA, 2013). Esses autores afirmam que o fenômeno do empreendedorismo no Brasil sofre grandes influências da estratificação social, econômica e racial e vem sendo negligenciado na área acadêmica.

O SEBRAE (2016) publicou a quarta edição do estudo sobre “Donos de Negócio no Brasil: análise por raça/cor” elaborado a partir da Pesquisa nacional por amostra de domicílios (PNAD) do IBGE do período 2001 a 2014. Para a PNAD os donos do negócio são identificados pelas categorias “Conta-própria” e “Empregador”. Os donos de negócio por “Conta-própria” são pessoas que trabalham desenvolvendo seu próprio empreendimento, sozinhos ou com sócio, sem empregar outras pessoas, contando (ou não) com ajuda de pessoas não remuneradas. Já os donos de negócio “Empregador” são indivíduos que trabalham explorando seu próprio empreendimento com pelo menos um empregado assalariado. Os dados da PNAD permitem identificar os empreendedores por raça/ cor autodeclarada em brancos, negros (pretos e pardos) e outros (predominam os amarelos, mas inclui indígenas e os que não declararam sua raça/cor). O estudo se mostra importante pois, segundo SEBRAE (2016), o sucesso de ações estratégias voltadas para estes grupos raciais

tendem a ser mais eficazes quando são levadas em consideração a maior quantidade de particularidades de cada grupo.

Dentre os resultados do estudo, observa-se que o número de indivíduos autodeclarados negros passou de 43% para 51% do total de donos do negócio no Brasil a partir do aumento de 4,1 milhões de negros Donos de Negócio, categoria que passou de 8,7 milhões para 12,8 milhões de pessoas, configurando uma expansão de 47% entre 2001 e 2014 conforme figura 1. A categoria de donos de negócio que se autodeclararam brancos cresceu apenas 3% configurando um total de 11,9 milhões de empreendedores. O grupo da categoria “outros” representa apenas 1% do total dos donos de negócio, dado a isso, não será destacado nas comparações. Para o IBGE a expansão de donos de negócio autodeclarados negros está atrelado ao aumento do orgulho de se declarar dessa forma, em especial, entre pessoas pardas que anteriormente se declaravam como brancas.

Figura 1 - gráfico de distribuição dos donos de negócio no Brasil por raça/cor (em %)

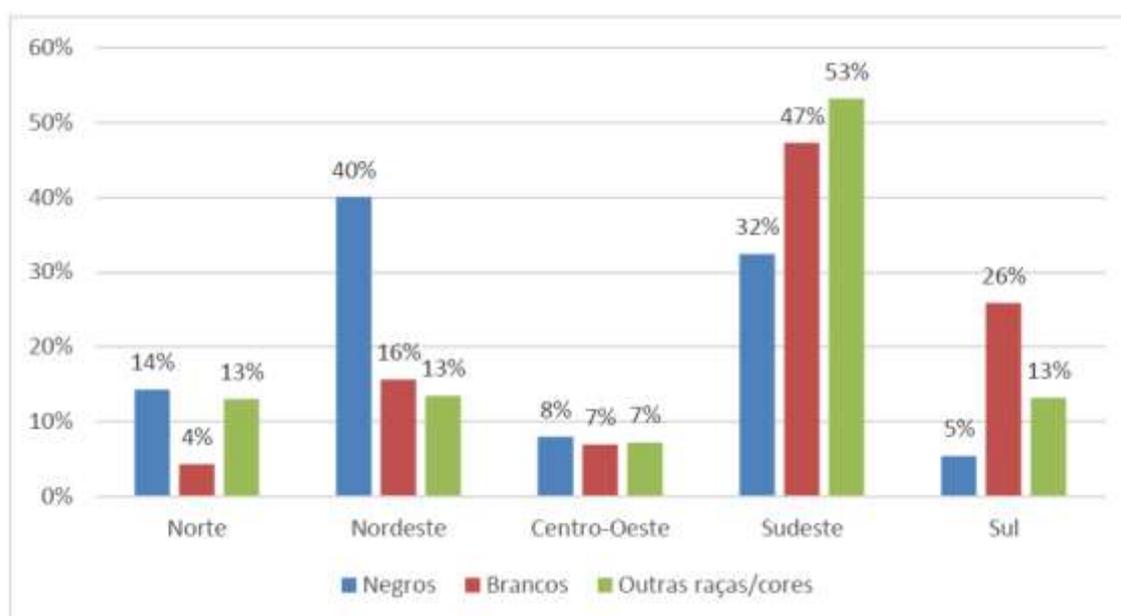


Fonte: IBGE (PNAD 2001 a 2014) em SEBRAE, 2016.

Entre brancos e negros, predominam os indivíduos que trabalham por conta própria. Comparativamente, entre o grupo dos negros, 91% trabalham sozinhos contra 79% do grupo de brancos. Apenas 9% dos negros são empregadores, ou seja, tem pelo menos um funcionário assalariado, contra 21% de brancos empregadores. O grupo negro tem menos anos de estudos (6,7 anos), são mais jovens (média de 43,8 anos)

e tem a maior proporção dos indivíduos que começaram a trabalhar até 17 anos. O grupo negro recebe um rendimento correspondente a menos da metade do grupo branco (R\$ 1370,00 contra R\$ 2931,00) e tem menos acesso a telefonia e informática, menor proporção de pessoas cobertas com sistema de previdência, menor proporção de pessoas que tem local fixo urbano de trabalho e maior concentração no nordeste (40%), enquanto o grupo branco, concentra-se no sudeste do país (47%), conforme Figura 2. A proporção de mulheres é de 31% no grupo dos negros e outros e 33% entre os brancos, com tendência de aumento em ambos grupos.

Figura 2 - gráfico de distribuição dos donos de negócio por regiões do país a partir de processamento dos dados do IBGE (PNAD 2014)



Fonte: Sebrae, 2016.

A dissertação de Edy Lawson Silva Santos, apresentada em 2017 à Universidade Federal de Goiás, no programa de Pós-Graduação em Administração com título “Relações raciais e empreendedorismo: um estudo sobre negros empreendedores na região metropolitana do Rio de Janeiro”, corrobora com os estudos sobre negros empreendedores e buscou compreender, dentre outros aspectos, como a raça influencia nos empreendimentos de negros na região metropolitana do Rio de Janeiro e concluiu que a construção da raça possui grande influência na vida e nos empreendimentos analisados. Alguns entrevistados alegam que a raça influencia

desde a infância e o processo de empreender foi impulsionado como uma maneira de complementar a renda das famílias. Outro caminho motivador foi o incomodo com a realidade de escassez dos negros em lugares de visibilidade e a falta de produtos que valorizassem a cultura negra. Os entrevistados deixam evidente em suas falas os efeitos do racismo na história e como são afetados por isso (SANTOS, 2017).

A realidade de ter o fator racial como uma barreira extra para empreender não é exclusividade dos brasileiros. Em uma revisão de literatura sobre empreendedorismo e fatores étnicos e raciais, Oliveira, Pereira e Souza (2013) observaram que a dificuldade dos negros em estabelecerem negócios está presente em outros países. Na literatura internacional, são percebidas essas dificuldades, especialmente nos Estados Unidos. A partir da análise das pesquisas publicadas, os autores observam que os estudos sobre empreendedorismo e raça se concentram em questões de imigração e trabalho autônomo devido a mobilidade de emprego do atual estágio do capitalismo. Os principais pontos destacados apontam para o efeito político que essas atividades empreendedoras conferem, exemplificam que as questões de raça influenciam no trabalho autônomo, existindo segregação do espaço urbano e ressaltam a importância de políticas públicas para a inserção desse público no mercado de trabalho que tem atuação limitada (OLIVEIRA, PEREIRA, SOUZA, 2013).

Anderson (2017) examinou fatores que influenciam o resultado dos empreendedores do setor de serviço em Chicago, nos Estados Unidos, por meio de entrevistas e grupos focais. Os resultados mostraram que o número de empreendimentos negros cresceu rápido nos últimos anos do que suas contrapartes, entretanto, seu desempenho em termos de vendas e número de funcionários é inferior quando comparado as médias de outros grupos raciais. Os entrevistados foram empresários negros altamente qualificados, atuando em setores de serviços. O estudo mostrou que esses indivíduos tendem a ser mais instruídos, no entanto, esses avanços não se traduziram em desempenho de suas empresas.

A pesquisa de Anderson (2017) indica em seus resultados que a raça é uma barreira que impõe dificuldades para conseguir créditos, construir relacionamentos e superar

estereótipos. O estudo discute o fato de literaturas anteriores indicarem que frequentemente os empreendedores negros não tinham formações, estudos, qualificações e experiência. Entretanto, os empreendedores entrevistados nessa pesquisa tinham altas qualificações e experiência necessária em seu campo de atuação, todavia, ainda assim, sofriam consequências por causa da raça. Frente a isso, o autor propõe que modelos de inclusão e medidas de responsabilização são necessárias no ambiente empresarial contemporâneo para a potencialização dos negros no mercado de trabalho. Como forma de entrar no mercado de trabalho, superar barreiras e suprir lacunas existentes no mercado de trabalho, os empreendedores negros tem produzido e comercializado para sua própria raça e atuado como empreendedores sociais.

2.2.2 Afroempreendedores: empreendedores sociais na perspectiva econômica e social

Nesse capítulo, conceituaremos os empreendedores sociais, partindo de uma perspectiva mais ampla sobre a sua atuação. Posteriormente, localizamos o afroempreendedor distinguindo-o do empreendedor negro. Apresentamos alguns estudos realizados com afroempreendedores em outros Estados brasileiros, para entendermos as características desse tipo de empreendedorismo e sua distinção das demais vertentes. Os estudos tratam de características socioeconômicas e raciais desses indivíduos, as características do seu empreendimento, bem como a especificidade dos produtos comercializados e serviços prestados.

A interseção entre a perspectiva social e a perspectiva econômica nas organizações abre espaço para novas possibilidades de compreensão do fenômeno do empreendedorismo. Nesse sentido, surgem novas terminologias para conceituar pessoas e organizações que operam na lógica de mercado, visando a obtenção de lucro, mas que também tem o objetivo de gerar valor social: empreendedorismo social, empresas sociais, negócios sociais e negócios inclusivos. A diversidade de nomenclaturas e conceitos ligados ao tema pode ser explicada pela variedade de setores, contextos sociais, econômicos, políticos e geográficos em que os empreendimentos sociais são formados. Como os empreendimentos surgem em

diversos setores, cada ambiente tem uma visão e interpretação do conceito (ROSOLEN, TISCOSKI, COMINI, 2014).

Apesar de não existir um consenso sobre o conceito de empreendedorismo social, esse pode ser entendido como a terminologia mais abrangente das comumente usadas, pois engloba diversos tipos de organização e sujeitos em contextos variados (ROSOLEN, TISCOSKI, COMINI, 2014). A produção científica sobre o empreendedorismo social e seus desdobramentos cresceu muito nos últimos anos, mas ainda está em processo de construção, desenvolvimento e consolidação teórica. Seu conceito não é tratado de forma homogênea na literatura (AUSTIN, STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006; FISCHER, COMINI, 2012; ROSOLEN, TISCOSKI, COMINI, 2014).

Para Fischer e Comini (2012), não existe um conceito homogêneo sobre o empreendedorismo social, pois existem diferentes formas de definir o caráter social de uma organização e diferentes maneiras de avaliar seu caráter inovador. As organizações inovam não apenas porque recorrem a meios e recursos inovadores, mas também porque suas intenções e propósitos compreendem propostas inovadoras. Para Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), medir o desempenho do impacto social é algo extremamente desafiador para os empreendimentos sociais, por não ser uma variável facilmente quantificável e mensurada.

O fenômeno do empreendedorismo social começou a ser difundido com a disseminação do termo empreendedor social nos Estados Unidos e hoje engloba corporações, organizações sociais sem fins lucrativos, governos, autônomos, investidores e consumidores. Alguns autores diferenciam os empreendimentos sociais dos comerciais de modo muito engessado: o objetivo fundamental do empreendedor social centra-se em criar valor social para o bem público, enquanto o empreendedorismo econômico visa os lucros em benefício privado. Essa visão é muito delimitada, uma vez que os empreendimentos tradicionais também beneficiam a sociedade em diversos âmbitos, como a produção e oferta de bens e serviços, geração de emprego e podem ter impactos sociais transformadores. Nesse sentido,

os empreendimentos sociais também podem gerar lucro (AUSTIN, STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006).

Portanto, a distinção entre os empreendimentos econômicos e sociais não é dicotômica, mas sim uma variação entre o empreendimento econômico e o empreendimento social. Embora os empreendimentos sociais se destaquem pelo objetivo social, existem múltiplas e variadas formas de organizações e inúmeros tipos de atividades que podem se enquadrar nesse tipo de empreendedorismo. Entretanto, as diferenças dos objetivos das organizações são uma característica fundamental entre o empreendedorismo social e o econômico que se manifestará em várias áreas da gestão do negócio. No empreendedorismo social, as atividades sociais tem objetivos econômicos e as atividades econômicas tem objetivos sociais (AUSTIN, STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006).

Assim, o empreendedorismo social tem como norteador a criação de valor social e na introdução de inovações de metodologia, serviços ou produtos que gerariam uma transformação na sociedade (ROSOLEN, TISCOSKI, COMINI, 2014). Para Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), em uma concepção ampla, o empreendedorismo social centra-se em uma atividade inovadora e de criação de valor social podendo ocorrer dentro ou por meio dos setores sem fins lucrativos, setores comerciais, privados, empresariais ou governamentais.

Uma explicação para a existência de organizações com múltiplos objetivos é que elas surgem quando existe uma lacuna no mercado social que o mercado tradicional não supre. Isso ocorre geralmente devido a quem precisa dos serviços não poder pagar por eles. O empreendedor social vê nessa necessidade de mercado uma oportunidade. Os autores pontuam que a falha no mercado comercial criará diferentes oportunidades para os empreendimentos sociais (AUSTIN, STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006).

Esse estudo conceitua o empreendedor social como indivíduo que empreende com objetivos gerar sua renda e contribuir com a busca pela resolução de problemas sociais vigentes na sociedade. Não se pretende, nesse estudo, utilizar a conceituação do empreendedor social como um indivíduo complementamente

altruísta e um personagem heroico inquestionável, mas sim, um indivíduo comum, que dentro das suas possibilidades, contribui com a resolução de problemas na sociedade. Nesse estudo, o afroempreendedor é um exemplo de empreendedor social. O afroempreendedor é um indivíduo que empreende a partir de sua realidade e tem objetivos econômicos de gerar sua renda e objetivos sociais de combater facetas do racismo brasileiro. Suas propostas de comercializar produtos e prestar serviços voltados para uma identidade racialmente discriminada configura uma proposta inovadora em um contexto racista.

Como visto no estudo do SEBRAE (2016), 51% dos empreendedores do Brasil são negros, porém, essa estatística inclui todo tipo de empreendimento e não apenas aqueles voltados para a população afrodescendente. Na mesma direção, o conceito de afroempreendedorismo, nos poucos trabalhos e programas que mencionam o termo, como o Instituto Adolpho Bauer, o Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (CEABRA), leis do município de São Paulo e Rio de Janeiro, bem como a escassa literatura encontrada, consideram afroempreendedores aqueles empreendedores negros e pardos autodeclarados, de acordo com o senso do IBGE, independente dos produtos e serviços que comercializem (LIMA, BENEVIDES 2017).

Lima e Benevides (2017) publicaram um artigo que teve por objetivo compreender o desenvolvimento do empreendedorismo a partir da articulação da economia colaborativa e afroempreendedorismo no Ujamaa Coworking, um escritório colaborativo localizado na cidade de Salvador- BA. Esse escritório tem o objetivo de conectar empreendedores negros e da periferia em um espaço compartilhado, para fomentar o desenvolvimento de *startups* e empreendimentos sociais. Os autores usam a conceituação de afroempreendedorismo como a capacidade do negro empreender. A maior parte desses empreendedores são homens, com 21 a 40 anos, inseridos no nível superior, principais provedores de suas famílias com renda familiar de até 2 salários mínimos. Foi percebido o preconceito em relação à raça dos empreendedores e afirmado que isso impacta diretamente no desenvolvimento desses profissionais. Dentre as conclusões, o estudo enfatiza a importância de organizações, projetos e ações que promovam o desenvolvimento da economia

local, com geração de conhecimento e renda, e também promovam o auxílio a mudanças de fatores sociais de marginalização.

Entretanto, usei nesse estudo a definição de afroempreendedores conceituado pelo SEBRAE (2017). Existe uma distinção entre ser negro empreendedor e afroempreendedor. Ser negro empreendedor refere-se a todo proprietário preto ou pardo dono de uma empresa que comercialize quaisquer produtos ou serviços. Entretanto, afroempreendedor é o indivíduo que se auto declara preto ou pardo e que comercializa ou produz produtos voltados para a sua própria etnia (SEBRAE, 2017). O afroempreendedor produz ou comercializa produtos “que carregam uma ancestralidade africana, com histórias, vivências, percalços e conquistas” (SEBRAE, 2017, p.4), denominados de produtos étnicos. Produtos étnicos são “aqueles que cumprem sua função de mercado e também a de construir uma contra narrativa sobre o racismo por meio da transformação da representação da estética negra” (SEBRAE, 2017, p.4).

O afroempreendedor constrói seu negócio a partir de suas experiências pessoais de exclusão do mercado enquanto consumidor, enxergando uma lacuna de mercado a partir da falta de produtos específicos voltados para os negros. Prestação de serviço, acessórios e produtos para uso pessoal criados especialmente para este público consumidor são produzidos e comercializados. Esse perfil empreendedor causa um impacto significativo na sociedade à medida que suprem uma demanda existe no mercado e tornam-se referência para valorização de pessoas historicamente inferiorizadas.

O Instituto Das Pretas localizado no Espírito Santo tem dentre seus objetivos o fomento ao afroempreendedorismo por meios de cursos e uma loja colaborativa, corrobora com a distinção entre empreendedores negros e afroempreendedores. Para o Instituto, na voz de sua Presidente Priscila Gama, o empreendedor negro é o profissional negro que atua em qualquer ramo, sem ter correlação com sua ancestralidade, enquanto o afroempreendedor produz e comercializa produtos e serviços voltados para a ancestralidade. O afroempreendedor tem a característica de se envolver pensando em representatividade e empoderamento da população

negra. Eles enfrentam dificuldades por comumente precisarem de ter outras fontes de renda, morarem na periferia e ter dificuldade de expor seus produtos e estarem próximos a seus clientes. Priscila Gama⁹ esclarece que os produtos dos afroempreendedores não são mais apenas produtos manuais, artesanatos ou feiras étnicas, mas sim moda, *design* e cosmética profissional, dentre outros, produzidos e comercializados por empresários. Os produtos são pensados e voltados para o público negro, entretanto, podem ser consumidos por qualquer pessoa, independente da raça e cor. Priscila Gama ressalta a importância desse trabalho no combate ao racismo no Espírito Santo, onde os índices de violência contra a juventude negra ganham destaque nacional. Assumir uma estética negra, valorizando o cabelo afro, por exemplo, é um ato político que tem ganhando força na coletividade, segundo Priscila Gama.

O afroempreendedorismo vem sendo discutido na academia em trabalhos atuais, como a dissertação de Ana Flávia Rezende, apresentada em 2017 à Universidade Federal de Lavras, no programa de Pós-Graduação em Administração, com o título “Cabelo meu! se você não fosse meu, eu não seria tão eu: identidade racial a partir da valorização do cabelo afro em salões étnicos”. A pesquisa buscou compreender, dentre outros pontos, como empreendedoras e empreendedores negros proprietários de salões de beleza étnicos resistem à subalternidade e contribuem a partir dos seus negócios com a construção da identidade racial e concluiu, dentre outros pontos, que empreendimentos voltados para grupos socialmente excluídos como os negros são extremamente importantes para a comunidade negra (REZENDE, 2017).

Rezende, Mafra e Pereira (2018) desenvolveram um estudo a partir da observação e de narrativas de cinco empresários negros que possuem salões de beleza étnicos. Esse tipo de salão cuida de cabelos crespos e cacheados de mulheres e homens negros, que, historicamente, têm sua estética e seus traços inferiorizados. No

9 Informações do posicionamento do Instituto na voz da Presidente Priscila Gama disponíveis em: <https://www.gazetaonline.com.br/noticias/cidades/2016/11/pretas-e-empresarias-conheca-os-espacos-voltados-para-o-empreendedorismo-negro-1013996746.html>. e também em: <https://www.youtube.com/watch?v=0HqsdKdKCeY> e <https://www.youtube.com/watch?v=0uO5v1qJdA0&t=322s>.
Acessado em: 18 de dezembro de 2018.

estudo, o corpo é considerado um elemento constitutivo da identidade racial negra e o empreendedorismo étnico se apresenta como uma forma mais autônoma e menos subalterna de inserção no mercado de trabalho. Os empreendedores negros entrevistados nesse estudo alegam que seus empreendimentos surgiram a partir de necessidades pessoais, tendo como ponto de partida a experiência de suas famílias com desejo de cuidar do cabelo de forma natural e sem opções de mercado para isso.

O SEBRAE (2017) desenvolveu um estudo sobre as feiras de afroempreendedores no Rio de Janeiro, realizadas em 2016. O estudo se embasa em uma pesquisa qualitativa e quantitativa. A pesquisa qualitativa foi realizada por meio de um grupo focal com onze afroempreendedores na sede do SEBRAE do Rio de Janeiro (RJ). A pesquisa teve como objetivo levantar opiniões sobre o nicho de mercado do afroempreendedorismo e analisou os resultados em categorias temáticas que evidenciavam fatores fenóticos hereditários (cor, pele, cabelo), consciência de origem e a coletividade por meio da afirmação da identidade étnica.

Dentre os aspectos encontrados, ressalta-se o fato de o nicho de mercado estar em processo inicial de consolidação, tendo os participantes se reconhecendo enquanto empreendedores há pouco tempo, mesmo já atuando há vários anos no mercado. Com relação à abertura de negócios, o principal aspecto motivador foi em função de não terem suas necessidades como consumidores atendidas pelo mercado, estando conscientes que fazem parte de uma inovação voltada para o público-alvo específico e segmentado: afrodescendentes. E como principal dificuldade para abrir e manter seu negócio foram apontados fatores como dificuldade de obter recursos financeiros e falta de conhecimento de gestão de negócios (SEBRAE, 2017).

A primeira pesquisa quantitativa teve como objetivo identificar o perfil do empreendimento e da gestão, entender o relacionamento entre clientes e fornecedores, analisar o modelo de produção e comercialização e como acontece o planejamento e a organização do empreendimento. Essa pesquisa ocorreu em 2016 com 115 afroempreendedores, nas principais feiras afroempreendedoras da região metropolitana do Rio de Janeiro. A pesquisa selecionou sujeitos de pesquisa que se

autodeclaravam pretos ou pardos e que “tivessem um negócio relevante para disseminação da cultura afro” (SEBRAE, 2017, p.8).

A pesquisa conclui que, dentre outros aspectos, os principais motivos para empreender estão a cultura afro, em primeiro lugar, seguida pela necessidade financeira e a aptidão. Das atividades comerciais, artesanato, moda e beleza tem predomínio e dentre os principais produtos comercializados, se destacam brincos, colares, turbantes, bolsas e vestidos. Do total de entrevistados, 86,4% estão inseridos na categoria MEI (microempreendedor individual), 47,4% são jovens com no máximo 36 anos de idade, 81,7% se autodeclara negro, 59% dizem não ter outra ocupação e 41% tem outra ocupação, sendo vínculo profissional no setor privado ou público ou atividades autônomas. A maioria dos entrevistados tem apenas o ensino médio, entretanto, 35,6% possuem ensino superior e pós-graduação. Cabe ressaltar que oito entre dez entrevistados são mulheres e nove a cada dez são autodeclaradas negras (SEBRAE, 2017).

A maior parte das empresas tem mais colaboradores informais. Poucos utilizam formalmente processos e sistemas de gestão, entretanto, boa parte pretende investir em seu negócio buscando capacitação e consultoria para aprimorar e ampliar seu empreendimento. Conforme os entrevistados, a maioria dos clientes que circula na feira são de cor preta. Para 48,5% dos afroempreendedores, os clientes negros representam três quartos do seu movimento. A pesquisa mostra que 70% dos estabelecimentos comerciais tem menos de 5 anos de funcionamento, 62% estão formalizados e aproximadamente 70% dos estabelecimentos fabricam seus próprios produtos. Do total de entrevistados, 28,6% disseram vender principalmente pelo Facebook, WhatsApp e Instagram. A pesquisa mostra que apenas 17,3% dos empreendedores ou colaboradores afirmaram que sofreram algum tipo de preconceito. Entretanto, cabe ressaltar que o estudo não deixa claro como são (ou não) percebidos e conceituados o preconceito e a que momento da vida se refere essa afirmação (SEBRAE, 2017).

A segunda pesquisa quantitativa que compõe o estudo também ocorreu em 2016 com 625 entrevistados consumidores com objetivo de identificar o perfil, hábitos,

costumes e as preferências em relação aos produtos de origem afro. Dentre os resultados, destacamos que o apelo cultural é muito apreciado e principal motivo de compra. Acessórios, como brinco, colares e turbantes, vestuário e artesanato são os produtos mais comprados. O produto ser afro influencia 59,8% dos consumidores e empresários e ser negro influencia 50,3% na decisão de compra (SEBRAE, 2017).

Foram percebidos a partir dessas pesquisas o orgulho do afrodescendente e seu empreendimento, a resistência para suportar adversidades, as narrativas que contam sobre as vidas e as dificuldades vividas e as vivências que conferem uma nova visão a cultura afro. O racismo surge como obstáculo constante a ser superado para romper barreiras que separam brancos e pretos a partir de indicadores socioeconômicos. A pesquisa serve de base para que o SEBRAE possa direcionar ações voltadas para esse empreendedor de forma contribuir com o seu desenvolvimento (SEBRAE, 2017) bem como outras instituições privadas e públicas.

O trabalho de dissertação apresentado ao programa de pós-graduação em educação física da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) pelo aluno Gustavo Marchetti Corrêa Carneiro em 2017 com título “Corporeidade, consumo e identidades políticas: estratégias de empoderamento feminino negro realizadas pelo coletivo Das Pretas na cidade de Vitória / ES” discute, dentre outros pontos, o fortalecimento econômico das afroempreendedoras por meio do afroconsumo e traz como conclusão, dentre outros aspectos, a necessidade de políticas diferencialistas que supere os isolamentos vivenciados (CARNEIRO, 2017). Anderson (2017) reitera que o empreendedorismo negro é considerado uma possibilidade de diminuir a pobreza por meio da criação de emprego e um meio para nivelar as diferenças entre os grupos raciais.

A partir do movimento de empreendimentos étnicos, como os salões de beleza especializados em cabelos crespos e cacheados, os negros demonstram a necessidade de terem suas necessidades atendidas e sua identidade respeitada e valorizada. Nesses espaços de salões de beleza étnicos os clientes são ensinados a conhecer seus cabelos de forma natural, configurando esses espaços “como uma forma de resistência à colonialidade na medida em que produzem, reproduzem e

mantêm conhecimentos específicos fora do eixo capitalista dominante” (REZENDE; MAFRA; PEREIRA, 2018, p. 605, tradução nossa). Para operacionalizar o estudo com afroempreendedores no Espírito Santo, alguns caminhos metodológicos foram percorridos conforme disorro no próximo capítulo.

3 METODOLOGIA

De modo a atingir o objetivo geral e os objetivos específicos e, assim, responder o problema de pesquisa proposto, alguns procedimentos metodológicos foram adotados. Com intuito de facilitar a compreensão do leitor, o quadro 2 apresenta um panorama geral do percurso metodológico adotado nesta pesquisa. Os detalhes e justificativas são apresentados nos próximos tópicos.

Quadro 2 – Procedimentos metodológicos adotados.

Metodologia da Pesquisa:	
Abordagem metodológica	Qualitativa descritiva
Objeto de pesquisa	Empreendimentos raciais
Sujeitos de pesquisa	Empreendedores negros capixabas
Produção de dados	Análise documental, observação participante, notas de campo e entrevista semiestruturada
Análise de dados	Análise de narrativa

Fonte: elaborado pela autora.

3.1 Caracterização da pesquisa

A pesquisa científica é realizada com o objetivo de responder um problema, recorrendo a procedimentos científicos. Como um procedimento sistemático e intensivo que tem por objetivo descobrir e interpretar os fatos que estão inseridos em uma determinada realidade. Gil (2008) alega que uma pesquisa pode ser definida como um procedimento racional e metódico, que tem por objetivo proporcionar respostas aos problemas propostos.

Adotei a abordagem qualitativa de pesquisa, por permitir explorar e entender o significado que os indivíduos ou grupos atribuem a um problema social. O processo da pesquisa qualitativa envolve questões e procedimentos que emergem de dados coletados tipicamente no ambiente do participante e tem a análise dos dados construída a partir de particularidades, com foco no significado individual e na importância da interpretação da complexidade de uma situação (CRESWELL, 2007).

A pesquisa qualitativa nesse estudo é classificada como descritiva, visto que este tipo de pesquisa, segundo Gil (2008), tem a finalidade de propiciar a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência, apresentando novas visões sobre uma realidade já estudada. Esse tipo de pesquisa tem como objetivo principal a descrição de ideias e a demonstrações de relações entre os aspectos investigados com a finalidade de propiciar conhecimento das características subjetivas de uma população, onde os fenômenos serão observados, descritos, analisados e interpretados.

De acordo com Merriam (2002), na pesquisa qualitativa, o pesquisador pretende entender os fenômenos por meio da perspectiva dos participantes e busca descrever e analisar como os significados são construídos por meio do olhar desses indivíduos. Godoy (1995) e Creswell (2007) informam que na pesquisa qualitativa os dados encontrados devem ser analisados de forma holística, com relato de múltiplas perspectivas, de modo amplo, a fim de compreender a complexidade o local e dos sujeitos da pesquisa.

3.2 Locais e Sujeitos da pesquisa

Para seleção dos sujeitos, alguns requisitos foram levados em consideração, a saber: se autodeclarar negro, ser capixaba, residir no Espírito Santo e ser afroempreendedor. Considerei afroempreendedor todo indivíduo que comercializa um produto ou serviço que tenha objetivos econômicos, como a geração de renda, e objetivos sociais voltados para a valorização dos negros, independente de formalização, porte ou estrutura. Cabe ressaltar que não restringi a pesquisa a um único setor de atividade econômica e social, procurando encontrar empreendimentos de diferentes segmentos, para ampliar o entendimento das diversas atividades e as possibilidades de indivíduos aptos a participarem do estudo.

Para localizar os indivíduos, utilizei distintas redes de relações, como o Instituto das Pretas, Fórum Estadual da Juventude Negra do Espírito Santo (FEJUNES), ativistas do Espírito Santo e os próprios entrevistados, que na medida que os contatos eram feitos, iam me indicando novos nomes. Vale destacar a importância das redes

sociais (Facebook e Instagram) nesse processo, que me permitiram encontrar potenciais sujeitos de pesquisa por meio de suas páginas pessoais e profissionais. As redes sociais permitiram acompanhar a divulgação de eventos e a discussão de temáticas relacionados a esse público, como palestras no Museu capixaba do negro (MUCANE) e em outros Institutos, como o Nucleo afro Odomodê. Essa imersão no campo de estudo me permitiu uma vivência mais aprofundada com o contexto dos negros no Espírito Santo. O local e os sujeitos de pesquisa seguiram esses critérios por serem apropriados para ajudar a responder o problema de pesquisa proposto a partir da produção de dados.

Com base nos critérios de seleção de sujeitos, defini algumas estratégias. Foram 6 pessoas entrevistadas, 4 mulheres e 2 homens, pelo critério de acessibilidade. Com intuito de preservar a identidade dos participantes de pesquisa utilizei codinomes para identificá-los e operacionalizar as narrativas. As conversas variam em sua duração, estando entre 33 minutos e 93 minutos, totalizando 9:39 horas de entrevistas conforme quadro 3.

Quadro 3 - Detalhamento da realização de entrevistas

Entrevistado	Segmento	Data de entrevista	Tempo
Adriana	Acessório	13/08/2019	33:54
Alice	Salão de Beleza	29/08/2019	69:43
Amanda	Artesanato	14/08/2019	93:28
Ana	Culinária	07/08/2019	80:18
Antônio	Música	23/09/2019	38:48
Augusto	Barbearia	26/08/2019	39:26

Fonte: elaborado pela autora.

Foram realizadas 7 imersões no campo, entre os meses de julho e agosto de 2019, totalizando 44:56 horas de observação conforme quadro 4 e 114 fotos.

Quadro 4 - Detalhamento da imersão em campo de estudo

(continua)

Imersão	Data	Estabelecimento	Pessoas	Diário de campo	Chegada	Saída	Tempo campo
1	22/07/19	Salão de Beleza	2	1	09:55	15:15	05:20

Quadro 4 - Detalhamento da imersão em campo de estudo

(conclusão)

2	23/07/19	Salão de Beleza	2	2	09:15	15:48	06:33
3	24/07/19	Salão de Beleza	2	3	08:22	14:07	05:45
4	24/07/19	Restaurante	3	4	15:15	20:43	05:28
5	07/08/19	Restaurante	3	5	09:05	17:00	07:55
6	10/08/19	Restaurante	3	6	14:05	20:00	05:55
7	31/08/19	Instituto	2	7	08:30	16:30	08:00

Fonte: elaborado pela autora.

O acompanhamento dos sujeitos de pesquisa foi realizado mediante autorização dos indivíduos. Os dias e horários ocorreram de acordo com a agenda e disponibilidade dos sujeitos de pesquisa que em sua totalidade não têm horários fixos de trabalho. Inicialmente, foi feita a observação participante em um salão de beleza para cabelos crespos e cacheados por três dias. No final do terceiro dia já surgiu a oportunidade de acompanhar o restaurante na realização de um evento. Segui com observação por um dia de trabalho típico do restaurante e finalizei o processo de observação desse local com a participação desse estabelecimento em um evento de rua. O sétimo dia de observação ocorreu em um curso ministrado por um instituto para mulheres negras empreendedoras. Nesse contexto, os dados foram produzidos.

3.3 Produção dos dados

Submeti a pesquisa à avaliação do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH) e foi produzido um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para a aplicação da entrevista com os afroempreendedores para resguardar ambas as partes de quaisquer possíveis desconfortos. O termo foi lido para os sujeitos de pesquisa e foi explicado o intuito da pesquisa e esclarecido sobre o sigilo da sua identidade no estudo. Os sujeitos de pesquisa e eu assinamos o termo e ambas as partes ficaram com uma cópia.

A pesquisa qualitativa é uma forma de investigação interpretativa, onde os pesquisadores fazem uma interpretação do que veem, ouvem, leem e entendem. Os pesquisadores qualitativos coletam pessoalmente os dados a partir do exame de documentos, de observação de comportamento e de entrevistas com os

participantes (CRESWELL, 2007). Nesse estudo, para produção de dados, utilizei a análise documental, seguida de uma observação participante e de entrevistas semiestruturadas.

A produção de dados a partir da coleta documental, foi realizada por meio da análise de artigos, publicações e entrevistas vinculadas na mídia de ONGS, ativistas, coletivos e organizações sociais do Espírito Santo. Segundo Fonseca (2002), a pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas de dados, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, dentre outros.

Para compor a produção dos dados também foi feita observação. A técnica de observação consiste na obtenção de dados advindos do acompanhamento do cotidiano dos informantes. A observação pode ocorrer sem a participação do pesquisador nas atividades fins dos sujeitos de pesquisa ou pode acontecer de modo participativo. A observação é considerada participante quando o pesquisador atua no papel de observador e ao mesmo tempo em outros papéis que cotidianamente os informantes assumem, mesmo que parcialmente (DOMINGUES, FANTINEL, FIGUEIREDO, 2019).

As fronteiras entre a observação participante e não participante não são controláveis. Nesse sentido, a participação do pesquisador pode ser algo inevitável, onde ele pode passar de um mero observador a participante das atividades exercida pelos pesquisados (TURETA, ALCADIPANI, 2011). Em uma pesquisa, esses autores exemplificam esse fato com uma experiência de campo em que o pesquisador adotou a técnica de observação não participante. Entretanto, no decorrer da observação foi levado a realizar algumas atividades dos observados, se transformando em um observador participante. Frente ao exposto e considerando o contexto de trabalho dos sujeitos de pesquisa, adotei a observação participante por entender que estar envolvida nas atividades, oferecendo ajuda para realização das tarefas, poderia ser uma forma de abrir diálogos e possibilidades de compreender o contexto estudado.

A observação participante, segundo Creswell (2007), torna o papel do pesquisador conhecido e possibilita registrar informações de campo sobre o comportamento dos indivíduos no local da pesquisa, tomando notas de campo. A observação participante centra-se em se envolver em atividades para observar as atividades, pessoas e aspectos físicos da situação estudada (SPRADLEY, 1980), no intuito de compreender o cotidiano dos sujeitos relacionados ao fenômeno investigado (SILVA, FANTINEL, 2014). Para Valladares (2007), a observação participante exige que o pesquisador desenvolva as habilidades de ouvir, escutar, ver, fazendo uso de todos os seus sentidos, além de desenvolver uma rotina de trabalho e manter diários de campos a partir das observações e anotações, sistematicamente.

Angrosino (2005) alega que o pesquisador precisa estar imerso no cotidiano da comunidade a ser investigada anotando e descrevendo todos os detalhes observados, para posteriormente, focar no assunto do estudo e em aspectos mais específicos. A observação participante se justifica nesse estudo pelo entendimento de que as respostas às indagações dependem do comportamento e das relações desenvolvidas entre o pesquisador e os pesquisados (VALLADARES, 2007). Estar inserido na rotina de trabalho de uma loja comercial e se dispor a contribuir com as atividades desenvolvidas, ao invés de apenas observar as pessoas trabalhando, mesmo deixando claro o papel do pesquisador, pode contribuir com uma maior interação entre o pesquisador e o pesquisado de modo a estabelecer uma boa relação de convívio durante o período observado.

A observação participante implica em ter tempo para compreender o comportamento e a ação de grupos, logo, não é possível observá-los em um momento único (VALLADARES, 2007). Essa técnica de produção de dados pode contribuir para acessar a “profundidade oculta na complexidade das relações humanas” (SILVA, FANTINEL, 2014, p. 4). Valladares (2007) mostra a importância de ter um intermediário junto à organização como porta de entrada e como colaborador da pesquisa, de modo a esclarecer dúvidas que surgirão ao longo da investigação. Silva e Fantinel (2014) afirmam que a aproximação é necessária para alcançar a confiança dos sujeitos de pesquisa a ponto de estarem confortáveis para

compartilhar seu cotidiano. Nesse sentido, fiz contatos com membros do Instituto das Pretas e do movimento FEJUNES. Em um primeiro momento, para apresentar a proposta de estudo e pedir indicações de possíveis sujeitos de pesquisa e, posteriormente, para desenvolver uma relação e uma aproximação com o contexto dos afroempreendedores do Espírito Santo.

A adoção da observação participante como método de produção de dados justifica-se pela compreensão de que a observação *in loco* do contexto dos afroempreendedores, observando, registrando em diários de campo e, posteriormente, descrevendo e analisando a organização cotidiana da comercialização dos produtos étnicos permitem uma maior compreensão de como as relações raciais ocorrem dentro do afroempreendedorismo. Mediante a isso, a observação participante foi feita sete dias, em tempo parcial, em dias e turnos distintos da semana, tendo em vista que o fluxo de pessoas transitando no ambiente pode ser influenciado por inúmeros fatores, como dias úteis e não úteis, horários e datas próximas ao recebimento de salários. Privilegiei a observação participante em ambientes de diferentes setores (salão de beleza, restaurante e instituto). Para esclarecer e complementar as informações levantadas por meio das observações, realizei entrevistas semiestruturadas com os proprietários dos estabelecimentos a fim de colher narrativas.

As entrevistas face a face segundo Creswell (2007) permitem captar os pontos de vista dos participantes sobre os temas pretendidos (CRESWELL, 2007). As entrevistas foram realizadas com os afroempreendedores envolvendo uma pesquisa de campo, onde segundo Vergara (2005), trata-se de uma investigação empírica realizada no local onde ocorre o fenômeno. Por meio da aplicação de uma entrevista do tipo semiestruturada, busquei captar percepções, explicações e interpretações do que acontece naquele grupo a partir da subjetividade dos entrevistados. As entrevistas foram gravadas por meio de gravador de voz e transcritas para posterior análise. A etapa de entrevistas foi composta pela criação de um roteiro de entrevistas, agendamento e realização da entrevista de teste, ajustes no roteiro de entrevista, agendamento e realização de todas as entrevistas propostas por meio do critério de acessibilidade e a transcrição das entrevistas para posterior análise. Com

base nos procedimentos de análise documental, observação participante e entrevistas semiestruturadas, produzi dados empíricos que foram analisados conforme o aporte teórico do referencial desse estudo utilizando o modelo de análise de narrativas.

3.4 Análise dos dados

A análise envolveu leitura em profundidade das entrevistas transcritas, a fim de perceber categorias temáticas emergentes dos dados para discutir com embasamento do referencial teórico os dados analisados. Segundo Creswell (2007) os pesquisadores qualitativos criam seus próprios temas e categorias para análise de dados com foco na aprendizagem de significados que os participantes dão ao problema de pesquisa ao invés da perspectiva do pesquisador e dos autores da literatura investigada.

Para análise dos dados desse estudo, utilizei a análise de narrativas. Nas últimas décadas, tem crescido o interesse pelo estudo de narrativas que emergem de contextos espontâneos, institucionais e de pesquisa por áreas diversas, como a educação, história e psicologia social. O campo da administração de empresas e da antropologia vem reconhecendo essa forma discursiva como uma possibilidade privilegiada da pesquisa social (BASTOS, BIAR, 2015). No campo da teoria e dos estudos organizacionais, o uso de metodologias centradas em narrativas tem contribuído com a produção de conhecimentos relevantes e diferenciados (ZACARELLI, GODOY, 2013).

Segundo Riessman (2005), do mesmo modo que as nações e governos constroem narrativas sobre sua história, o mesmo acontece com movimentos, organizações, profissionais, grupos étnicos e raciais e indivíduos sobre suas experiências. O que caracteriza um texto como narrativa é a sequência e a consequência dos eventos contatos, selecionados, organizados e conectados a fim de serem analisados para emergir significados do que foi falado. A narrativa pessoal pode se referir a uma história da vida inteira tecida a partir de entrevistas, observações e documentos ou em um sentido mais restrito, pode referir-se a histórias específicas organizadas em torno de personagens, cenários e enredos. A narrativa pessoal pode ser colhida em

entrevistas únicas ou múltiplas e permitem diferentes métodos de análise a partir da construção de textos selecionados e organizados, como notas de campo, documentos ou entrevistas transcritas. As narrativas são úteis em pesquisas, porque os contadores de história interpretam o passado em vez de apenas reproduzi-lo. Os relatos narrativos não são representações fieis do que ocorreu no passado, mas são conexões mutáveis entre o passado, o presente e o futuro. A narrativa oferece ao contador uma maneira de repensar suas vidas. Abordagens narrativas não são apropriadas para estudos com muitos indivíduos pois o modo de análise é lento e meticuloso exigindo atenção às sutilezas, como os nuances das falas, a organização das respostas e as relações entre o pesquisador, o sujeito e o contexto sócio histórico em que estão inseridos.

Zacarelli e Godoy (2013) afirmam que o uso da análise de narrativas se apresenta como uma possibilidade metodológica, pois considera-se que as pessoas são contadoras de histórias e que essas são um importante material empírico para a investigação científica. Essa possibilidade vem se consolidando nos estudos organizacionais e está baseada no estudo das particularidades dos sujeitos com interesse em como um falante apresenta e dá sequência para os eventos e como os significados são comunicados a partir da linguagem. De acordo com Bastos e Biar (2015), a análise de narrativa se torna uma ferramenta útil na medida em que se aproxima dos mais diversos contextos e atores sociais, aceitando que o discurso narrativo é uma prática social constitutiva da realidade. A análise de narrativas afasta a possibilidade de delinear as identidades estereotipadas e contribui com o entendimento sobre como as práticas narrativas orientam os processos de resistência e reformulação de identidades. Os indivíduos, a partir do relato de suas histórias, conseguem organizar suas experiências de vida e constroem sentido sobre si mesmos. A análise dessas histórias permite compreender o que acontece na vida social desses sujeitos.

A análise de narrativa é uma técnica apropriada aos objetivos propostos desse estudo, pois segundo as autoras Zacarelli e Godoy (2013) a narrativa é considerada uma ferramenta metodológica onde a extração de dados para construções de narrativas pode-se dar a partir de entrevistas, observações e seleção de

documentos, dentre outras formas, levando-se em consideração os atores e contextos envolvidos, a fim de se conseguir expressar suas construções históricas. Segundo Bastos e Biar (2015), atualmente destacam-se as narrativas que emergem a partir de entrevistas, planejadas de forma semiestrutura ou aberta, confirmando a adequação do modo de produção adotado por esse estudo. A articulação de análise de narrativas com os estudos sobre identidades permite elaborar articulações com o contexto sócio histórico, questionando-se, por exemplo, como estereótipos são aceitos ou rejeitados e como as identidades são localmente instituídas com discursos que circulam na sociedade. Também deve-se levar em consideração o contexto em que as entrevistas serão produzidas e analisadas a fim de contribuir com informações sobre um cenário social. Nesse sentido, buscar-se-á permitir aos leitores o entendimento sobre o contexto histórico e social a partir das entrevistas produzidas com os sujeitos de pesquisa.

Riessman (2005) elucida que as narrativas não falam por si e exigem interpretação quando utilizadas como dados para a pesquisa social. Segundo a autora, a análise de narrativas pode ser realizada como temática, interacional, performática e estrutural, conforme quadro 5. A tipologia não é hierárquica e na prática as diferentes abordagens não são excludentes, podendo ser complementares pois cada abordagem tem seus limites.

Quadro 5 – Tipos de análise de narrativas

Tipo de análise	Foco da análise
Temática	O que é dito pelo narrador.
Interacional	Construção de histórias de modo colaborativo.
Performática	Para além do que é dito pelo narrador.
Estrutural	Como a história é dita pelo narrador.

Fonte: elaborado pela autora a partir de Riessman (2005)

O foco da análise temática é a investigação do que é dito pelo narrador preservando as características sequenciais da narrativa. A ênfase está no conteúdo de um texto, focando no que “é dito” ao invés de “como é dito”. Os pesquisadores coletam muitas histórias e criam indutivamente agrupamentos conceituais a partir dos dados

coletados. A análise temática centra-se em individualidades e não tem preocupação em encontrar semelhanças em vários casos.

A análise interacional tem ênfase no processo comunicativo entre o narrador e o ouvinte que participam conjuntamente da conversa. A atenção ao conteúdo temático e estrutural não são excluídos, mas o interesse muda para contar histórias em um processo de construção de significados de modo colaborativo. As histórias são organizadas em torno da vida do contador onde podem ser inseridas trocas de perguntas e respostas, como, para exemplificar, um processo de entrevista.

O foco da Análise performativa está além do que é dito, sendo analisado o posicionamento do narrador, a audiência e os personagens em cada performance. Contar uma história torna-se uma prática comunicativa situada e aberta a legitimação e crítica. A visão performativa contribui com os estudos de construção de identidade pois permite compreender como os narrados querem ser conhecidos e como envolver o público ao contar narrativas sobre suas identidades. Esse tipo de análise abrange como o público passa a se envolver na arte do desempenho narrativo.

A análise estrutural tem foco em “como” é contada uma história, ou seja, de que modo as narrativas são construídas e organizadas pelo narrador, tendo elementos básicos de uma estrutura formal a partir de Labov (1997). Labov (1997) apresenta componentes básicos da estrutura de uma narrativa: O resumo da história; a orientação de tempo, lugar, personagens e a situação; a ação complicadora que traz a sequência de acontecimentos; a avaliação com sentido da ação e da atitude do narrador; e a resolução com o resultado da complicação e a coda, momento que termina a história e a fala se volta para o presente. Nem todas as histórias irão apresentar todos os elementos da estrutura formal e os elementos podem ter sequências variadas. O quadro 6 demonstra o resumo da estrutura formal de uma narrativa segundo Labov em Gibbs (2009) que destaca perguntas que devem orientar o pesquisador.

Quadro 6 – Estrutura formal de uma narrativa segundo Labov

Resumo	“De que se trata?”. Resumo do que será falado e razão pelo qual a história é contada.
Orientação	“Foi quando eu...”. Contextualização e identificação de quem, o que, quando e onde ocorre a história.
Ação complicadora	“E depois, o que aconteceu?”. Descrição sequencial dos eventos centrais da história passada.
Avaliação	“E então?”. Explica e destaca a questão central da narrativa.
Resultado	“O que aconteceu afinal?”. Desfecho da narrativa.
Coda	Marca o fim da história e retoma o tempo presente.

Fonte: adaptado de Gibbs (2009)

Bastos e Biar (2015) afirmam que o pesquisador deve definir se um determinado trecho de fala é ou não uma narrativa e posteriormente segmentar os dados em função das narrativas, tanto em uma perspectiva mais ampla em torno da organização geral da fala ou dos segmentos, quanto em uma perspectiva mais pontual, reportando-se a um único evento. Posteriormente, o pesquisador pode analisar como as narrativas se organizam e se relacionam entre si. Segundo Riessman (2005), as abordagens têm suas limitações e a metodologia de pesquisa pode restringir o que será narrado, portanto, os tipos de análise podem ser usados de maneiras complementares. A abordagem temática pode contextualizar as narrativas, pois a análise da abordagem estrutural de modo exclusivo pode ignorar aspectos históricos, interacionais e institucionais. A abordagem interacional e performática são complementares por permitir observações em mais níveis de interação.

Nesse estudo, será adotado a abordagem temática como estratégia principal de análise e de modo complementar, quando necessário, a abordagem formal para identificar as narrativas e a abordagem performativa, por contribuírem com o aprofundamento dos temas analisados a partir das categorias de análise.

3.5 Categorias de análise

As categorias para análise de dados emergiram após as análises das narrativas e da releitura das notas de campo. Em um primeiro momento cada entrevista foi lida separadamente com uma leitura inteira e corrida. Após essa primeira etapa, foi feita uma leitura buscando levantar pontos importantes e marcantes das narrativas que ajudassem a responder o problema de pesquisa. A partir dessa etapa surgiram as primeiras categorias de análise, conforme quadro 7. Em um terceiro momento, realizei um agrupamento das categorias emergentes para atender aos objetivos específicos propostos e operacionalizar a pesquisa. Utilizei trechos das narrativas colhidas e partes das notas de campo para realizar a análise de dados.

Quadro 7 – Categorias iniciais emergentes

O afroempreendedor e suas características
Características do empreendimento
Motivações e limitações para empreender
O objetivo social dos empreendimentos
Episódios de racismo vividos em empregos anteriores
Diferenças entre empregos anteriores e o afroempreendedorismo

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme Bastos e Biar (2015), os pesquisadores coletam muitas histórias e criam indutivamente agrupamentos conceituais a partir dos dados coletados. As categorias foram agrupadas de modo que permitisse analisar os afroempreendedores e sua relação com o empreendedorismo, conforme quadro 8. Na categoria **Afroempreendedores e “outras correrias”** descrevi e analisei aspectos socioeconômicos e raciais do afroempreendedor do Espírito Santo para compreender como questões raciais e econômicas influenciam o processo de empreender. Na categoria **Empreendedores sociais: “Não é só vender, é passar a história negra”** busquei analisar as contribuições dos empreendimentos para a valorização dos negros na visão dos afroempreendedores, descrever e analisar as características do seu empreendimento e analisar como os empreendedores lidam com algumas dificuldades que surgem nesse percurso.

E, por último, na categoria **Desigualdades raciais: “Quando eu fui sair pra trabalhar, que eu senti na pele”** busquei compreender a partir da visão dos

afroempreendedores, como o afroempreendedorismo influencia a relação dos negros com o mercado de trabalho. Partindo de relatos de momentos da vida profissional dos sujeitos de pesquisa, com intuito de proporcionar meios para compreender a relação dos afroempreendedores com o mercado de trabalho e comparar como está sendo sua experiência com um negócio que parte da valorização dos negros. Nessa categoria analisei também a influência de ser negro na trajetória empreendedora a partir das narrativas dos entrevistados sobre as diferenças de ser um negro empreendedor.

Quadro 8 – Categorias finais agrupadas

1	Afroempreendedores e “outras correrias”.
2	Empreendedores sociais: “Não é só vender, é passar a história negra”.
3	Desigualdades raciais: “Quando eu fui sair pra trabalhar, que eu senti na pele”.

Fonte: Elaborado pela autora.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados encontrados na pesquisa foram discutidos a partir de teóricos sobre as relações raciais no contexto brasileiro a partir de Almeida (2018), Cashmore (2000), Garcia (2012), Hall (1999), Jaime (2016), Munanga (1999, 2010), Nogueira (2006), Oliveira, Pereira e Souza (2013), Rosa (2014), Sansone (1996, 2003), Santos (1999), Santos (2012), Silva (2009), Silva (2005), Souza (2015), Teixeira (2015). O aporte teórico sobre empreendedorismo social utilizou Austin, Stevenson e Weiskillern (2006), Fischer e Comini (2012), Oliveira, Pereira e Souza (2013) e Rosolen, Tiscoski e Comini (2014) e para comparar o empreendedorismo negro e o afroempreendedorismo foram utilizados alguns estudos como Anderson (2017), Carneiro (2017), Lima e Benevides (2017), Rezende (2017), Rezende, Mafra e Pereira (2018), Santos (2017) e Sebrae (2016, 2017). Como método de análise de dados, foi utilizado a análise de narrativas conforme Bastos e Biar (2015), Gibbs (2009), Labov (1997), Riessman (2005), Zacarelli e Godoy (2013). A seguir, apresento as categorias de análise com os principais resultados e a análise.

4.1 Afroempreendedores e “outras correrias”

Em Afroempreendedores e “outras correrias” busquei compreender e analisar alguns aspectos socioeconômicos e raciais dos empreendedores. Os dados de pesquisa mostram que os sujeitos empreendem por necessidade, acumulam mais de uma fonte de renda, trabalham em cargas horárias excessivas, estudaram em escolas públicas, moram em bairros periféricos, têm negócios informais sem registro de CNPJ ou MEI, não possuem sócios ou funcionários e têm membros da família como colaboradores informais.

Os resultados desse estudo vão ao encontro à premissa de que o fenômeno do empreendedorismo sofre influências da estratificação social, econômica e racial (OLIVEIRA, PEREIRA, SOUZA, 2013; SEBRAE, 2016). O afroempreendedor nesse estudo é conceituado como o indivíduo que constrói seu negócio a partir de suas experiências pessoais de exclusão do mercado enquanto consumidor e enquanto

trabalhador, enxergando uma lacuna de produtos específicos voltados para os negros e buscando uma forma mais autônoma de inserção no mercado de trabalho. A inserção autônoma no mercado de trabalho nesse estudo não surge como uma oportunidade de investir capital ou expandir seus negócios, mas como uma necessidade causada pelo desemprego ou pela necessidade complementar sua renda.

Os empreendimentos analisados nesse estudo objetivam produzir e comercializar uma gama de produtos e serviços, desde artefatos manuais, palestras e cursos educacionais, apresentações e produções culturais e artísticas, produção de acessórios, produtos de higiene e beleza, roupas, à artigos decorativos e higienizadores para casa, pensados e criados especialmente para o público consumidor negro. A fotografia 1 foi produzida em campo quando acompanhei uma afroempreendedora em uma das suas ocupações. A foto 1 mostra a mesma sendo homenageada pela prefeitura de Vitória no MUCANE por um dos seus trabalhos ligados a pessoas negras moradoras de um bairro periférico. Na foto, vemos a afroempreendedora falando no palco e na plateia estão seu pai e sua mãe vendo a filha ser homenageada. Esse perfil empreendedor gera um impacto significativo na sociedade à medida que supre uma demanda existente no mercado, conseguem gerar renda e tornam-se referência para valorização de uma identidade inferiorizada.

Os aspectos socioeconômicos analisados dos afroempreendedores entrevistados e os aspectos dos seus negócios, corroboram com os resultados de pesquisa do SEBRAE (2016, 2017), IBGE (2019) e dialogam com a presidente do Instituto das Pretas, Priscila Gama (2016), que analisa o contexto dos afroempreendedores do Espírito Santo e a partir de sua experiência, alega que eles enfrentam dificuldades por precisarem ter outras fontes de renda, morarem na periferia e terem dificuldades de expor seus produtos.

Os resultados encontrados no estudo do SEBRAE (2016) mostram que os empreendedores negros, quando comparados com empreendedores brancos, trabalham sozinhos, não são empregadores, tem menor escolaridade, começam a trabalhar mais cedo, tem rendimentos menores, tem menos acesso à tecnologia,

menor cobertura previdenciária e menor local fixo de trabalho. Em uma outra pesquisa quantitativa com 115 afroempreendedores realizada pelo SEBRAE em 2017, no Rio de Janeiro, aparecem dados correlatos, como o fato de precisarem complementar a renda com outras ocupações, a maioria ter apenas o ensino médio, terem colaboradores informais e a maioria dos seus clientes serem negros.

Fotografia 1 – Sujeita de pesquisa sendo homenageada com seus pais na platéia



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

O quadro 9 resume algumas características socioeconômicas dos entrevistados na pesquisa. Foram entrevistadas 6 pessoas que compartilham algumas experiências enquanto empreendedores negros. Entrevistei quatro mulheres de 29 a 66 anos e dois homens de 20 e 28 anos, com estados cívicos variados. Os entrevistados mais jovens não têm filhos. Entre os entrevistados, o menor nível educacional foi o

fundamental incompleto da Adriana, que precisou parar de trabalhar aos 9 anos para cuidar dos seus irmãos e trabalhar como empregada doméstica. Em Souza (2015) vimos como o acesso à educação é um fator de desigualdade social mensurado no contexto brasileiro, onde pessoas negras tem menos acesso e tempo de estudo e o nível educacional da mãe interfere no nível educacional dos filhos (KUBOTA, 2019). O maior nível educacional é de Amanda, uma mulher de 55 anos que apesar de ser pós-graduada não consegue se inserir de maneira efetiva no mercado pela profissão e trabalha com artesanato como principal fonte de renda. Apesar de terem curso superior, Ana e Amanda não conseguem uma colocação na sua profissão de formação no mercado de trabalho e empreendem em áreas diferentes, dado que corrobora com os estudos de Anderson (2017) que mostrou que o avanço educacional de indivíduos negros altamente qualificados não se traduziu em um melhor desempenho para suas empresas devido a barreiras raciais e com os estudos de Sansone (2003), que mostrou que jovens negros mesmo com maior grau de escolaridade que seus pais tem dificuldades de conseguirem colocação no mercado de trabalho compatível com suas qualificações.

Quadro 9 – Aspectos socioeconômicos dos Afroempreendedores

Entrevistado	Raça	Gênero	Idade	Escolaridade	Escola	Estado civil	Filhos
Adriana	Preta	Mulher	66	Fundamental incompleto	Pública	Divorciada	2
Alice	Preta	Mulher	46	Fundamental incompleto	Pública	Separada	1
Amanda	Preta	Mulher	55	Pós-Graduação	Pública Privada	Separada	2
Ana	Preta	Mulher	29	Graduação	Pública Privada	Solteira	0
Antônio	Preto	Homem	28	Ensino médio	Pública	Solteiro	0
Augusto	Preto	Homem	20	Ensino médio	Pública	Solteiro	0

Fonte: elaborado pela autora (2019).

O quadro 10 condensa algumas informações levantadas na análise das entrevistas em relação aos aspectos dos negócios. Cinco dos seis indivíduos tem negócios informais sem registros de CNPJ ou MEI. Apenas Ana tem CNPJ, mas acumula outras funções informais sem registro. Indivíduos negros recorrem a trabalhos informais como forma de superar o desemprego e baixos salários (IBGE, 2019; MUNANGA, 2003).

São duas... pra falar a verdade eu sou multifacetária, né. Pra tentar formar uma renda. sobreviver no mês faço várias atividades. Mas em registro, é... a lanchonete, na área de alimentos... orientadora, professora e produtora de eventos. Em registro. No CNJP tem esses três registros. Mas às vezes eu vou pra... o que aparecer aí, a gente tá pegando. Faço alguns bicos aí, por fora... Às vezes eu trabalho em... mais em eventos, mesmo. E produtora. Mas trabalho na questão do... do evento, assim... caixa. Às vezes a gente pega segurança, bilheteria. Às vezes eu pego umas coisas por fora pra fazer, como trabalho escolar, essas coisas assim. Pra tirar um extra, né? Eu faço permuta. Faço muita permuta. Dou consultoria, aí em troca de serviço, em troca de alguma coisa (ANA, 2019).

Apenas a Alice e Ana tem colaboradores informais que são membros de sua família. Alice trabalha com ajuda da sua filha e Ana trabalha com ajuda do seu pai e da sua mãe. Todos os entrevistados começaram a empreender por necessidade. Adriana precisava complementar a renda da aposentadoria. Alice trabalhava como doméstica e sofria constantes violências de episódios racistas e precisou encontrar uma forma mais digna de geração de renda. Amanda usava o afroempreendedorismo como complementação de renda, entretanto, ao ficar desempregada, o artesanato passou a ser sua principal fonte de renda. Ana estava desempregada e seus pais desempregados também, começou a produzir comida para vender como forma de sustento até conseguir associar suas habilidades a ancestralidade africana e abrir seu restaurante com comidas típicas. Antônio motivado pela necessidade de geração de renda encontrou na cultura uma forma de ser valorizado por suas características de um homem negro periférico. Augusto começou a trabalhar como ajudante de pedreiro com treze anos para ajudar a família a complementar a renda. Seguindo o exemplo e incentivo de sua avó que era cabeleira, fez um curso para se habilitar na profissão de barbeiro.

Quadro 10 – Aspectos dos negócios dos Afroempreendedores

(continua)

Entrevistado	Empreendedorismo	Renda	Negócio	Sócio	Colaborador	Tempo
Adriana	Necessidade	Plural	Informal	Não	Não	10 anos
Alice	Necessidade	Plural	Informal	Não	Familiar	24 anos
Amanda	Necessidade	Plural	Informal	Não	Não	
Ana	Necessidade	Plural	Formal	Não	Familiar	5 anos

			Informal			
Antônio	Necessidade	Plural	Informal	Não	Não	13 anos

Quadro 10 – Aspectos dos negócios dos Afroempreendedores

(conclusão)

Augusto	Necessidade	Plural	Informal	Não	Não	3 anos
---------	-------------	--------	----------	-----	-----	--------

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Todos os entrevistados possuem mais de uma fonte de renda. As múltiplas formas de conseguir gerar renda são chamadas por eles de “correrias”. A fotografia 2 captou uma sujeita de pesquisa em uma das suas formas de complementar a renda.

Fotografia 2 – Sujeita de pesquisa em uma das suas formas de complementar a renda



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

Três dos seis entrevistados, quando questionados sobre ter mais de uma renda, afirmaram que não tinham, pensando na atividade principal desenvolvida como única. Porém, dado a proximidade que desenvolvi por meios das observações em campo e por meio do acompanhamento do seu trabalho nos eventos e nas redes sociais, eu os lembrava sobre outras atividades de trabalho remunerado. Augusto,

proprietário da barbearia, faz trabalhos como modelo fotográfico. Antônio além de cantor e produtor de eventos musicais, é professor da rede pública de ensino onde ministra aulas de rima e *hip-hop* em uma parceria com o governo do Estado. Alice, proprietária do salão de beleza, faz eventos para algumas instituições prestando serviços ligados à beleza e mantém clientes no Rio de Janeiro também, para onde vai trabalhar algumas vezes no ano para complementar a renda. Amanda e Adriana, assim como Ana, relatam sobre sua necessidade de ter mais de uma fonte de renda:

Eu sempre tive duas fontes de renda, que era o meu trabalho de professora ensino regular e o artesanato que desde a minha época de faculdade eu fazia com propósito de venda. Eu já fazia antes, mas aprendendo com a família o que eles sabiam fazer, eles iam ensinando para os filhos. E aí quando eu comecei a fazer faculdade, então vem a necessidade de mais dinheiro porque eu fiz... eu fiz a primeira graduação... então fiz uma escola particular faculdade particular [...] quando comecei fazer a faculdade veio essa necessidade de ter que morar na cidade trabalhar e pagar a faculdade então se o dinheiro que eu ganhava enquanto professora né, não dava, e aí então eu continuei fazendo artesanato mas com foco em vendas para que isso fosse mais uma fonte de renda né (AMANDA, 2019).

Quem trabalha com artesanato no Brasil tem que ter outra renda, porque as pessoas não valorizam o trabalho. A pessoa fala assim: um laço de cabelo 20 reais? Mas você demora mais de uma hora para fazer um laço [...] tem que estar perfeito, porque ninguém quer comprar nada que não esteja perfeito[...] não é um dinheiro que vem rápido. É um dinheiro que demora de vim. Não é assim rápido que vende as coisas lá. Agora que tem esses chineses que vende essas outras coisas mais em conta, as pessoas as vezes não tem condições. Um brinco artesanal não é o mesmo preço de um brinco comprado no chinês, de dois reais, no caso. Tipo assim, se o meu custa 5, lá no outro custa 2. Não é fácil de vender. Eu tenho minha aposentadoria, então aquilo ali veio para mim, o que vim e na hora que vim está bom. Eu não dependo só disso para estar sobrevivendo (ADRIANA, 2019).

“Ah, a gente faz o que aparece... qualquer tipo de coisa. Serviço braçal... design, serviço digital, qualquer coisa. Pra poder complementar. Isso. Até uma batida, um apoio. Ou até tentar fechar show pra alguém eu já fiz.

Devido a não conseguir fechar show com aristas que ganham uma parte daquilo (ANTONIO, 2019)".

Inicialmente, elaborei um plano de observação pensando em acompanhar os sujeitos de pesquisa em um dia inteiro de trabalho. O roteiro de observação inicial incluía frequentar seus estabelecimentos por três dias seguidos em horário comercial. Entretanto, o empreendedorismo praticado pelos negros que foram entrevistados além de cumprirem seus horários comerciais e dias fixos no estabelecimento, continuam trabalhando em suas residências após o expediente. Os indivíduos em sua totalidade dos entrevistados e acompanhados nesse estudo, trabalham enquanto existir clientes ou até o momento em que estão em extrema exaustão. Isso implica relatar que muitos cumprem cargas horárias que extrapolam 15 horas diárias, sem dias de folga previstos na semana. Reelaborei o plano de observação para três dias seguidos de acordo com a agenda disponível e em tempo parcial, para poder transcrever as observações e tomar notas de campo (notas de campo, julho de 2019). A fotografia 3 foi registrada em um dia de observação participante, onde a afroempreendedora durante todo o expediente de trabalho só sentou por apenas por 10 minutos enquanto almoçava.

Fotografia 3 – Sujeita de pesquisa trabalhando



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

O sujeito de pesquisa Augusto me relatou que fazia os atendimentos na sua casa de acordo com os clientes que iam chegando. Entretanto, passou a atender em um estabelecimento com horário comercial de 09:00 às 18:00. Porém, ao sair do salão, caso existam clientes, ele continua atendendo em sua residência, até o horário que for preciso.

“Entro às 9h, saio às 18h. Só no sábado saio mais tarde um pouco, 19h... que é o horário que meus cliente tá chegando do serviço. Por exemplo, se sair daqui 19h, eu marco umas 19:30 ou 20h da noite. Que quando já to em casa, não tem problema nenhum. Porque lá dentro tô com a minha cadeira, meu espelho... aí eu faço assim. Igual trança, também (AUGUSTO, 2019)”.

Quando questiono se ele tem essa rotina de atender em casa no final de semana ele diz que sim “De domingo a domingo. Mas aí tem que ligar, né? Falando que vai querer cortar em casa”. Antônio alega que também não tem horário único de trabalho:

“Qualquer hora, qualquer momento a gente... qualquer hora a gente tá conversando na internet, tentando fechar show. Pode até ser de madrugada, de dia. Não tem hora não. Horário fixo não tem não (ANTONIO, 2019)”.

A sujeita de pesquisa Alice tem um relato parecido. Ela trabalha todos os dias da semana e não existe uma folga programada. Ela só tira folga quando não consegue nenhum cliente para o dia. Alice me relata que já chegou a trabalhar mais de 16 horas em um único dia, mas que normalmente não contabiliza as horas trabalhadas.

“Então elas não conseguem vir. Tem pessoas que trabalham no Shopping, que às vezes só tem um domingo no mês. Tem uma folga no meio da semana, mas tem filho, tem marido, tem problema pra resolver... e aquele dia ela não pode sentar numa cadeira ou se dar ao luxo de ficar o dia todo. Aí eu peguei e comecei a ter esse horário flexível... de não ter horário, né, para começar e nem para parar de trabalhar [...] Eu entro aqui às 9, ou às vezes 8, né... da manhã. Como eu cheguei às 8, eu saio daqui 1h da manhã... meia noite, 2 horas da manhã (ALICE, 2019).

A Ana trabalha com horário e dias fixos no seu estabelecimento, porém, à noite, caso exista demanda, trabalha em feiras e eventos.

“A gente trabalha a semana toda e o dia inteiro, se deixar. Não tem um horário de sair pra trabalhar. A gente pega de terça a sexta, de 9h até às 18h. Quando tem evento aqui a gente fica até mais tarde um pouco. E aos finais de semana quando tem evento aqui ou em outro lugar. E em casa a gente trabalha por encomenda, sábado e domingo. **Resumindo, a gente trabalha a semana toda** (ANA, 2019)”.

Em um dia de observação com a Ana, surgiu a oportunidade de participarmos de uma feira de afroempreendedores, que iria iniciar às 14:00 horas e finalizar às 20:00, conforme mostra a fotografia 4.

Fotografia 4 – Evento em praça pública reunindo vários afroempreendedores.



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

Chegamos no local ao 14:05, porque as barracas seriam montadas pela prefeitura. Trabalhamos em pé até as 20 horas. Porém, como sobrou alimento, as sujeitas de pesquisa iriam para outro local, um bar movimentado do centro de vitória, para terminar de vender os produtos. A cozinheira do restaurante começou a trabalhar às 05:00 da manhã para preparar os alimentos que seriam vendidos, chegou na feira às 14:00 e só foi embora as 20:00. A fotografia 4 visa acima captou as condições de

trabalho nesse dia. Sua filha deu continuidade às vendas e eu não sei até qual horário, pois encerrei o período de observação.

Os resultados de pesquisa apontados nesse capítulo mostram a segregação urbana e a estratificação social vivenciada pelos negros entrevistados. A maioria mora em bairros periféricos e tem poucos anos de estudo. Nesse ponto, vemos a discriminação tratada por Almeida (2018) vivenciada por esses indivíduos, uma vez que existem grandes diferenças sociais em relação à moradia e o acesso à educação. Existe um recorte claro na sociedade de quais indivíduos irão morar em bairros desenvolvidos e irão estudar em escolas de ensino médio particulares, em detrimento de indivíduos que irão morar em bairros periféricos e frequentar escolas públicas.

A dificuldade de ascensão social e sustento material é um processo intergeracional entre os negros, onde o racismo estrutural cria condições para que os negros sejam discriminados sistematicamente e não consigam ascender melhores cargos, salários, condições e vida e reconhecimento na sociedade (ALMEIDA, 2018). O fator geracional é observado nesse estudo ao vermos pais e filhos em condições de desemprego, trabalhando juntos na informalidade para gerar o sustento da família conforme fotografia 5. Sem empregos formais, os entrevistados desse estudo recorrem à informalidade para gerar sua renda e de seus familiares e trabalham em cargas exaustivas de trabalho. Para superar os baixos salários, como visto em Garcia (2012), recorrem às múltiplas ocupações como forma de complementar sua renda.

Fotografia 5 – Empreendedoras mãe e filha trabalhando



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

4.2 Empreendedores sociais: “Não é só vender, é passar a história negra”.

Nesse momento tive por objetivo compreender e analisar como os empreendimentos valorizam a identidade negra dos empreendedores e de seus consumidores, por meio da disseminação do conhecimento sobre sua ancestralidade. Todos os empreendedores disseminam o conhecimento de suas raízes por meio dos produtos e serviços prestados. Descrevo as características dos empreendimentos e algumas dificuldades que os empreendedores encontram ao longo do percurso, como a falta de acesso à capacitação, menos recursos para trabalhar e a falta de capital de giro. Analiso como os empreendedores criam uma rede de contatos como ferramenta para lidar com obstáculos.

O mito da democracia racial discutido no aporte teórico desse estudo (MUNANGA, 1999; NOGUEIRA, 2006; ROSA, 2014; TEIXEIRA, 2015) dissemina uma falsa percepção sobre a verdadeira situação racial do Brasil. Esse mito promove a ideia de uma convivência harmoniosa entre os indivíduos de todas as camadas sociais e grupos étnicos, permitindo a manutenção das desigualdades e impedido os membros de comunidades negras terem consciência dos sutis mecanismos de exclusão e racismo dos quais são vítimas. Ou seja, a falsa percepção de igualdade racial dissimulada no país encobre os conflitos raciais existentes, possibilitando a todos se reconhecerem apenas como um grupo homogêneo brasileiro.

Esse fato afasta das comunidades subalternas e discriminadas a tomada de consciência da história dos seus antepassados, das influências africanas no cenário brasileiro (SILVA, 2005), do processo de escravidão, das características culturais que lhes foram negadas e inferiorizadas (MUNANGA, 1999) e da manutenção e reformulação de práticas racistas nos dias atuais (ALMEIDA, 2018). Nesse contexto, os empreendedores participantes dessa pesquisa têm usado o conhecimento histórico para construir e expressar sua identidade negra e, com isso, por meio dos seus produtos e serviços, disseminam o conhecimento para seus consumidores e incentivam a aceitação e a valorização de características estéticas e culturais dos negros. A disseminação do conhecimento por meio do ensino, esclarecimento, conversas, instruções e incentivo é para eles uma forma essencial de valorizar a identidade negra. A partir da compreensão da influência africana na cultura, música, língua, culinária, religião, bem como sobre valores e tradições culturais, os empreendedores têm conservado e disseminado a história de seus ancestrais.

O quadro 11 resume algumas características dos negócios dos afroempreendedores. Os setores presentes são os de acessórios, salão de beleza, artesanato, alimentos, educação, eventos culturais, música e barbearia. Os produtos comercializados são comidas típicas, brincos, colares, turbantes, apliques de cabelo orgânico, bonecos de orixás e abayomis. Os serviços prestados são os de trançista, pentados afro, apresentações musicais, produção de eventos culturais, corte, barbearia, aulas de rima e hip-hop e aulas de educação empreendedora. Os produtos e serviços são

comercializados em pontos fixos de trabalho, lojas colaborativas, feiras afroempreendedoras, barracas em eventos, eventos culturais, na própria residência do afroempreendedor ou na casa dos clientes. Todos utilizam as redes sociais para divulgar seus produtos e serviços. Os afroempreendedores entrevistados trabalham em tempo integral, conforme mostramos na categoria anterior, que descreveu suas “correrias”.

Quadro 11 – Características dos negócios dos Afroempreendedores

(continua)

Entrevistado	Setor	Produtos / Serviços	Onde comercializa	Onde divulga	Horário de trabalho	Dias de funcionamento
Adriana	Acessórios	Brincos, colares e turbantes	Feiras, loja colaborativa e barraca	Instagram	Integral	Todos os dias
Alice	Salão de beleza	Aplicques de cabelo, tranças e penteados	Ponto fixo, residência própria e em domicílio	Instagram, facebook e Whatsapp	Integral	Todos os dias
Amanda	Artesanato	Orixás e abayomis	Eventos, feiras e loja colaborativa	Instagram, facebook, sites de terceiros	Integral	Todos os dias
Ana	Alimentos Educação Eventos	Comidas típicas, cursos e produção cultural	Eventos, feiras, porta a porta e ponto fixo	Instagram, facebook e Whatsapp	Sem horário fixo	Todos os dias

Quadro 11 – Características dos negócios dos Afroempreendedores

(conclusão)

Antônio	Musica Educação Eventos	Hip-Hop, aulas de rima, aulas de hip-hop e produção cultural	Eventos e escolas	Instagra m, faceboo k, Whatsa pp e sites de Todos os dias terceiros	Integral	Todos os dias
Augusto	Barbearia	Corte, tranças e barbearia	Ponto fixo, residência própria e em domicilio	Instagra m, faceboo k e Whatsa pp	Integral	Todos os dias

Fonte: elaborado pela autora (2019).

O público-alvo dos afroempreendedores entrevistados é majoritariamente negro. Seus produtos e serviços são pensados e comercializados para esse público preterido pelo mercado, que comumente não encontram produtos específicos para suas necessidades. Os empreendimentos têm o objetivo de gerar renda, mas cumprem o papel social de valorizar a identidade negra a medida que priorizam vender para o público negro e suprir lacunas do mercado. Os afroempreendedores entrevistados podem ser configurados como empreendedores sociais a partir da literatura (AUSTIN, STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006; ROSOLEN, TISCOSKI, COMINI, 2014), pois têm objetivos econômicos de gerar sua renda e objetivos sociais de contribuir com o combate ao racismo em seus empreendimentos. Quando perguntado sobre seu público-alvo e seu empreendimento, Antônio reflete:

“Ah, meu público-alvo são jovens, jovens adolescentes de periferia, de comunidade. Pessoas muitas vezes... é... que não têm muita perspectiva de vida. Pessoas, no total, da periferia e bairros carentes... periféricos” [...] meu empreendimento significa tudo, né. É o que a gente consegue se manter, estabelecer. Aquilo que tem conseguido é... é... colocar comida na mesa...

todas essas coisas. Meu empreendimento, no momento, é tudo. A gente leva a música a sério, leva a arte a sério... entendeu. Porque isso é o que a gente sabe fazer. É isso que tá trazendo pra nós sustento.

Alice alega que seu público é de mulheres negras e seu principal serviço são os apliques de cabelos cacheados e crespos e os penteados afros. Seu sustento vem principalmente desses serviços e que outras tarefas, como corte, são apenas secundárias. Augusto nos conta que seu público é majoritariamente masculino e negro. Quando questionado sobre as características do trabalho, ele afirma que vai para além de uma fonte de renda. Seu trabalho envolve conhecer e respeitar a história dos negros e entender que o corte de cabelo e o processo de trançar os cabelos crespos têm significado. Augusto reflete em nossa conversa que a história e a imagem dos negros deve ser respeitada e valorizada e alega que seus clientes os procuram pela história. Não é simplesmente cortar um cabelo, mas entender o que está para além desse corte. Respeitar e conhecer a pessoa enquanto negra na sociedade que tem seu cabelo desvalorizado:

“Eu acho que além disso (fonte de renda, parêntese nosso). Porque cada pessoa que vem, ela vem pra história. E aí você tá ali pra receber essa pessoa, dar o serviço pra ela e respeitar a história dela... que ela tá trazendo. Então você não tá só cortando cabelo. Cê tem que cortar o cabelo e conhecer a pessoa”.

Adriana tem um relato parecido sobre seu negócio, para ela o retorno social é maior que o retorno financeiro. Ela expõe seus produtos em uma loja colaborativa, conforme fotografia 6 com produtos voltados para os negros, desde roupas, cosméticos à acessórios de cabelo. Para ela, comercializar seus produtos em um ambiente pensado para o negro impacta diretamente nas experiências do cotidiano de seus consumidores negros:

O dinheiro não compensa a satisfação de ver a pessoa feliz, mudada, mudada porque se encontrou ali naquele espaço. Às vezes, o dinheiro não compensa, você não ganha tanto, mas fica tão feliz de ver a pessoa usando suas coisas, né? A gente vai entrar numa loja, as pessoas negra vai entrar numa loja, vai 200 mulheres atrás dela achando, pensando que vai roubar alguma coisa. Vai um monte de vendedora atrás, porque eles fica preocupado. Eles não ligam para quem estar de terno, mas se vai um

negro, eles ficam atrás, eles querem despachar logo, vender logo, para não dar muita bandeira. É assim que as coisas funcionam no Brasil. Na colab a pessoa fica à vontade. [...]

Fotografia 6 – Vitrine de uma loja colaborativa com produtos para negros



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

O preconceito racial operante no Brasil, trabalhado no referencial desse estudo, foi conceituado por Nogueira (2006) como preconceito de marca, onde os indivíduos são excluídos e inferiorizados pela sua aparência a partir de seus traços fenotípicos. Mesmo existindo uma fluidez da imagem do negro no país (ROSA, 2014), eles são lidos por diversas coordenadas, como seus traços fenotípicos, sua cultura inferiorizada, sua ancestralidade, sua ascendência escrava remota ou próxima, a

pobreza, o lugar e o momento em que o indivíduo se encontra, o pertencimento a um grupo estigmatizado e a atribuição dessa identidade por si e pelos outros que o leem (MUNANGA, 1999; NOGUEIRA, 2006; SANSONE, 1996; SANTOS, 1999).

Nesse processo fluido, a cultura negra não é estática e tem seu centro inspirador na oposição ao racismo e no orgulho negro (SANSONE, 1996). Segundo o IBGE o crescimento do número de empreendedores negros está atrelado ao aumento do orgulho em se declarar dessa forma, o que outrora, não acontecia. Como principais motivos para empreender, a pesquisa qualitativa com 115 afroempreendedores do Rio de Janeiro (SEBRAE, 2017) estão o fato de precisarem gerar renda e terem orgulho de trabalhar com cultura afro. Em Santos (2017) e Rezende (2017) o orgulho de ser negro também aparece como fator presente no ato de empreender. Os resultados dessa dissertação apontam para esse sentido. O orgulho de ser negro está presente na vida dos empreendedores negros e a partir do conhecimento de suas origens, seus produtos e serviços incentivam seus clientes a entrarem em um processo de reconhecimento, construção da identidade negra e a valorização da ancestralidade africana. Segundo Silva (2005) os africanos exerceram influências sobre a cultura brasileira, deixando marcas na música, na língua, na culinária e nas religiões.

Augusto alega que seu trabalho se trata de algo além do corte e tranças do cabelo, é “uma forma de conscientização também”. O cliente chega no seu estabelecimento e Augusto explica assuntos ligados à escravidão, termos racistas, o que significa trançar os cabelos e com isso contribui para valorização dos negros. Ele usa a história como um ponto de resgate para valorizar a identidade negra:

[...] Então, a nagô ela é... ela é trazida pelos escravos, né... quando eles queriam fazer uma rota de fuga. Cada linha que fazia era uma rota de fuga, era uma rota que eles faziam. Então se naquela estrada tivesse uma curva, eles faziam uma curva na trança. Era uma forma deles escaparem dos senhores [...]. Por exemplo, eu não aceito nenhuma barbearia chamar a pessoa, a mulher ou homem de moreno. Porque moreno vem da época da escravidão também. Que é quando os senhores queriam estuprar as mulheres negras. Eles chamavam elas de “minha moreninha”, mulata, assim... em vez de ser nome de menina. Que é quando os senhores

queriam estuprar as mulheres negras. Eles chamavam elas de “minha moreninha”, mulata, assim... em vez de ser nome de menina. [...] Eles (os clientes, parêntese nosso) acham, tipo... alguns... tem gente que acha que nunca sofreu preconceito ou um tipo de racismo. Só que eles não ligam. Ficam no silencioso, né... no olhar. Ou às vezes só de você sentar próximo à pessoa e a pessoa se levantar... e achar que não é por causa dela. Tem todas essas questões.

Augusto alega que muitos clientes ficam felizes com seu trabalho e relatam que precisavam dos seus serviços de uma barbearia voltada para o público negro. O conhecimento configura um fator competitivo e identitário. Os afroempreendedores detém um conhecimento de um produto ou serviço específico, como o corte de cabelos crespos que barbearias comuns não possuem. Esse saber está ligado ao processo da construção de suas identidades raciais, enquanto indivíduos que se reconhecem e são reconhecidos como negros.

Falam que precisava, tal...de uma barbearia assim. Que eles não encontram e quando vai no barbeiro e pede corte afro, eles não sabem fazer. Daí quando vem aqui, eles sabem que eu sei fazer o corte... Teve um que eu cortei o cabelo e ele ficou todo felizasso... real. Aí tipo, ele ficou divulgando meu trabalho um tempão.

Antônio explica que seu trabalho impacta na valorização dos negros por meios das letras de suas músicas no estilo *Hip-hop* que fala sobre a história do povo negro e as dificuldades diárias que os negros enfrentam nos âmbitos sociais. Seu trabalho incentiva o reconhecimento e o orgulho de ser negro:

[...] Contribui com as mensagens que eu levo, né, pras pessoas... de empoderamento, de autoestima. Da pessoa acreditar nela mesma, independente de quem seja... entendeu? Das pessoas terem orgulho... das pessoas terem orgulho do que elas são, de onde ela veio, da sua cor. É... da sua raiz. Tudo isso... contribui pra isso. [...] O hip hop é um movimento sociocultural, né... criador por... nos anos 70, na Jamaica. Que migrou pros Estados Unidos e... é um movimento que agrega pessoas, um movimento que vem trazer a união... vem trazer... é... vem trazer a união de todas as raças, todas as classes sociais. Foi criado dentro da periferia pra poder trazer esse empoderamento, levantar a autoestima do povo pobre de

periferia, povo negro. Então o movimento hip hop é um movimento que veio pra somar, mesmo. Não é um movimento só de entretenimento, mas é um movimento que tem toda sua luta... toda sua parte política, né... de ensino, de estudo, de... contribuição pra sociedade. A gente consegue ver que o rap se popularizou. No Brasil a gente tem um rap apenas há 40... 35, 40 anos só. É novo no Brasil ainda... que começou antes em outro... outros lugares do mundo. E hoje o rap é a música mais ouvida no mundo... e é isso.

Foi percebido, durante as entrevistas, que os afroempreendedores vivenciam um processo de construção de suas identidades raciais. Primeiramente, se identificam como sujeitos negros e a partir disso, buscam disseminar os conhecimentos adquiridos para outros indivíduos negros por meio dos seus produtos e dos seus serviços. Alice trabalhou alisando o cabelo de mulheres negras por muitos anos, entretanto, a situação de suas clientes foi se tornando insustentável. As químicas utilizadas nos cabelos enfraqueciam os fios, mas também a autoestima das clientes. Alice conta que no processo de se entender como uma mulher negra, fez sua transição capilar, parou de alisar seu cabelo e passou a propor mudanças para suas clientes. A situação mudou quando ela passou a incentivar essas mulheres a aceitarem seu cabelo natural, que antes era considerado feio:

“Primeiro começou pela fragilidade do cabelo. Porque o cabelo crespo ele é um cabelo muito mais frágil. Então ele tende a quebrar com mais facilidade. E pelos anos que elas vinham usando química, o cabelo já não aceitava mais. Então eu comecei a trabalhar com elas. Aí eu comecei a trabalhar isso nelas... de tirar, de parar de usar química. Porque ou elas paravam de usar a química, ou elas não iam ter mais cabelo pra poder colocar, né. E trabalhar mesmo... o cabelo, a beleza do cabelo, né. Que não é só o cabelo porque a gente aprendeu que o cabelo liso é que era bonito... né. Tanto assim... que eu comecei a usar química no meu cabelo, muito nova. Tinha dia que passava, que não ficava um fio na cabeça... que ficava quase careca. Mas tinha que ser daquele jeito, tinha que alisar. O cabelo liso é que era bonito... o cabelo cacheado, cabelo crespo era feio, né... aos olhos das pessoas. E passando o tempo a gente foi crescendo e vendo que não era nada disso. Que o nosso cabelo é bonito do jeito que a gente quiser deixar ele. Aí eu comecei a trabalhar essa parte delas. E assim... hoje a maioria do meu público é cabelo cacheado. São poucas meninas que ainda usam liso. [...] Aí plantei uma técnica, né... aprendi uma técnica há muitos anos

atrás. Só que aí não usava em quase ninguém, porque a maioria alisava. Então não tinha necessidade de eu fazer aquela técnica, de colocação. Aí eu fiz essa técnica nelas, elas gostaram e parou de usar (alisamento, parêntese nosso). Usa o cabelo natural... eu venho com o mega hair por cima. Só que ela técnica, ela vai... ela é feita nessa parte de cima da cabeça e aqui na lateral. Ela cobre, assim, o cabelo. E fica muito bom, fica muito bonito. E elas não têm mais a necessidade de precisar usar a química pro cabelo misturar com outro.

Depois de começar esse trabalho de ajudar as mulheres negras a aceitar seus cabelos naturais, ela conta que o cenário mudou. As mulheres pararam de preferir alisar e escovar os cabelos para mantê-los de uma forma mais natural:

“É, isso mudou. Elas preferem fazer penteados afros, preferem fazer tranças, né. Vários tipos, assim, que tá ligado mais na parte negra do que alisar o cabelo como elas gostavam. Que elas achavam o liso muito mais bonito do que valorizar o próprio cabelo. Aí a gente já acabou implantando... que é bacana elas usarem o próprio cabelo da maneira que elas querem sim, mas que valorizasse o cacho... que valorizasse o cacho, que é bonito. Que não só o liso é bonito. [...]

A partir do trabalho, Alice sente que seus serviços ajudam a valorizar a identidade negra a partir do incentivo:

É, a partir do incentivo... de tá incentivando elas a fazerem. A gente começou esse trabalho lá a partir do dia... do mês de novembro, né, que é o mês da Consciência Negra. A gente já tinha feito um plano de mudar. Que naquele mês seria... não teria, assim... se quisesse fazer, tudo bem. Mas a gente ia incentivar as meninas a fazer os penteados. E a partir daí, pronto. Tudo mudou. Elas preferem hoje... quando eu chego, às vezes elas estão até esperando... “oh, meu cabelo, hein!”, “eu vou fazer as tranças”, “vou fazer um penteado”. Então assim, é bem legal... bem bacana. Eu gostei muito. [...] A autoestima levanta. Porque eu já peguei cliente com a autoestima baixíssima. Aquele rosto abatido, sorriso sofrido porque não dava mais pra fazer mais nada no cabelo... e o mega hair foi a solução pra abrir as portas que elas achavam que estavam fechadas, né. Então fica com o rosto bonito, o cabelo bonito... fazia toda diferença na vida delas. [...]Pra

mim, assim, é muito gratificante. Muito gratificante mesmo você ver um sorriso, você ganhar um abraço muito apertado... você ver uma cliente chorar porque você tá mudando a vida dela, né. Elas entendem como isso... uma mudança também. “Nossa, eu tô linda! Nunca me senti tão linda, nunca me vi tão bonita”. E te abraçar... e levanta da cadeira e abraça a gente... e sai chorando. Assim, a gente já presenciou muitas vezes.

Ao falar sobre seu empreendimento, Ana deixa claro que seus serviços significam algo mais do que vender comida. Seu trabalho se centra em explicar a história das comidas, que na nossa realidade brasileira e capixaba, passam pelas raízes do povo negro:

A nossa ideia é trabalhar com uma lanchonete que trabalha com a comida e os pratos afro-brasileiros. Onde a gente consiga não só desconstruir, mas passar para as pessoas que o cardápio e a culinária em si não é só um acarajé... não é só uma feijoada. Que temos vários pratos que foram construídos por negros, que foram feitos por negros e que não têm tanta visibilidade. A ideia é essa. A gente passar... não é nem vender comida, acho que é vender história, né? Vender um pouco do que já aconteceu, mas de uma forma diferente. [...] É trabalhar essa questão da história nos alimentos. Buscar saber e entender o porquê daquele prato. Quem foi que fez, qual a origem daquilo ali. Aí dentro de alguns eventos eu comecei a perceber que dentro de alguns pratos que a gente já fazia, tinha essa origem e a gente nem sabia.

Ao contar sobre um diálogo com um cliente, Ana explicou como é seu trabalho:

“Eu conto uma história, você paga o café. Se a história for boa, eu pago até dois. A gente sentou aqui e ficou conversando. Era morador... era morador daqui de Vitória. Foi para outro Estado, voltou e tava aqui a passeio. Coisa que ele, como morador, ele nunca fez. A gente conversando, eu contei algumas histórias... não só através da comida. Mas através da história capixaba e que ele falou “eu nunca soube disso”. Tem vários relatos aí que a gente não sabe. E fora que tem algumas pessoas que vieram aqui também. Que contei um pouco da história de alimentos... o que foi feito... do pouco que foi feito, de realização, qual era a finalidade na época. E as pessoas não tinham essa noção. Daquilo ali que teve um processo negro,

teve um momento ali, teve uma participaçãozinha negra, ali... no processo da criação de uma determinada coisa.

Ana informa que seus clientes se sentem valorizados com seus relatos

“Deles se sentirem representados. Deles terem não só a questão da comida, mas trazer algo a mais, né. Deles sentirem que tem uma representatividade, que tem um algo a mais. Não é só alimentos, é contar a história”

Os produtos que Amanda produz são de cestarias e bonecos de palha que usam técnicas dos antepassados africanos conforme fotografia 7. As bonecas feitas com material natural dão vida as abayomis e os orixás. Amanda acredita que a valorização do negro ocorre no seu trabalho a partir da valorização da religião de matriz africana e da valorização da história dos negros através da explicação do que são as bonecas. Amanda conta que uma situação a marcou muito em um dia de trabalho: ao ver o orixá que ela tinha feito especialmente para um cliente ele chorou muito de emoção.

Adriana conta que quando uma cliente encontra um turbante para seu cabelo ou um acessório que remeta a ancestralidade africana, a mulher negra se sente valorizada:

“ela se sente mais valorizada, ela se olha no espelho e fala: poxa, era isso mesmo que eu estava querendo, era isso que eu estava precisando. Isso ficou bem de mais em mim. Você tinha que ver o rostinho das meninas quando elas colocam o brinco, um turbante, um vestimento que é mesmo da raça. É uma coisa... eu nem sei como te falar. Lá as vezes quando elas coincidem as três coisas: turbante, vestimento e brinco, aí elas falavam: hoje eu estou me sentindo realmente negra. Então assim, uma coisa casa com a outra”.

Fotografia 7 – Bonecas e orixás produzidos por Amanda



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

Entre as principais dificuldades relatadas pelos sujeitos entrevistados, está o fato de não terem capital de giro para investir nos negócios e o fato de não terem conhecimentos de gestão de negócios. No estudo de Santos (2017) e do SEBRAE (2017) esses dados também são relatados, demonstrando por meio dos resultados de pesquisa que os empreendedores negros tem dificuldades de acesso à educação, dificuldades de abrir e manter negócios, a falta de conhecimento de gestão e a dificuldade em obter recursos. Augusto quando perguntado sobre a principal dificuldade para empreender: “acho que a administração. Isso. É bem complicado administrar um negócio”. Para Alice:

A dificuldade era, assim, o aluguel, né. Porque aí eu tinha coisas a mais no orçamento que eu não tinha. Antes meu dinheiro era livre, não pagava aluguel... né. Não pagava uma conta de energia a mais. O que pesou mais foi na parte financeira... mas mesmo com tudo isso compensava. A dificuldade como sempre é mais a parte financeira, mesmo. [...] a capacitação faria bastante diferença. Porque assim... a gente como autônomo, se você pega dinheiro todos os dias, você não tem o total

controle dele. Tá sempre precisando de alguma coisa e se você não tiver aquela firmeza de pegar... igual, eu tenho que guardar. Eu tenho que guardar, poupar porque... não que ele vai sobrar. Mas eu tenho que guardar porque eu tenho a responsabilidade no final do mês. Eu tenho que pagar o aluguel pro dono do ponto, eu tenho que pagar a conta de luz e eu tenho que pagar o IPTU. E o condomínio tá incluso já, no aluguel. Então eu tenho que guardar, independente da situação... se eu preciso do dinheiro ou não, aquele dinheiro eu não posso mexer nele. Ele tem que ficar ali. E eu sinto... sempre senti essa necessidade. Eu tentei no início do ano fazer um plano, né... de “eu vou anotar tudo que eu pego, vou anotar tudo que eu gasto”. Mas foi só os primeiros dias, depois eu não consegui. Aí falta um pouco dessa gestão mesmo, né. Desse auxílio. De como empregar o dinheiro, como fazer, como poupar. Eu tenho essa necessidade também que eu precisaria refazer uma economia, ter uma reserva. Hoje se eu precisar de uma reserva, eu não tenho. Já consegui ter essa reserva, só que agora com a separação, eu acabei ficando com mais responsabilidades do que eu já tinha. Então a reserva que eu tinha, ela foi... foi embora.

Para superar essas dificuldades os negros criam uma rede de apoio entre si. A fotografia 8 capta um curso de gestão voltado para as necessidades do público negro. Nesse curso, além de adquirirem conhecimento de gestão e sustentabilidade dos seus negócios, as afroempreendedoras puderam conhecer outras trabalhadoras negras e a partir desse momento, parcerias profissionais foram estabelecidas como um rede de apoio dentre os negros.

Fotografia 8 – Curso de gestão de negócios para mulheres negras



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

4.3 Desigualdades raciais: “Quando eu fui sair pra trabalhar, que eu senti na pele”

Os sujeitos de pesquisa entrevistados relatam algumas experiências de trabalhos que tiveram antes de começar a empreender para pessoas negras. Todos cresceram em bairros periféricos e estudaram em escolas públicas. Os sujeitos alegam que o fato de seus vizinhos serem negros, as crianças nas escolas serem negras e a maioria dos seus familiares serem negros, postergou o entendimento mais vívido de que os negros são pessoas discriminadas pela sociedade brasileira. As primeiras lembranças de situações de discriminação ocorreram quando os sujeitos acessam o mercado de trabalho. Ao entrar no mercado de trabalho, começaram a perceber situações de preconceito e discriminação, confirmando o que Sansone (1996, 2003) afirma sobre esse ambiente ser uma área dura para os negros.

O preconceito racial, conceituado nesse estudo a partir de Nogueira (2006) e Almeida (2018), centra-se em uma disposição desfavorável, culturalmente condicionada, em relação aos membros de uma população estigmatizada pela sua aparência. A discriminação (ALMEIDA, 2018; MUNANGA, 2010) é a passagem do pensamento preconceituoso para algo mais palpável e mensurável, como uma atitude discriminatória. Tanto o preconceito como a discriminação são percebidos em alguns momentos pelos entrevistados, que carregam muitos estereótipos (CFP, 2017) por serem negros. Em outros relatos, os sujeitos de pesquisa não percebem que sofreram discriminação e quando percebem, narram que ignoraram a situação, configurando um mecanismo de defesa mesmo que por vezes, inconsciente e não proposital (JAIME, 2016; SANSONE, 2003). O mercado de trabalho, o contato com a polícia, as relações afetivas, os bairros mais desenvolvidos e o *shopping* são relatados como áreas duras para os negros como diz Sansone (1996, 2003). Nascimento et al. (2015) classificam o shopping como uma área dura em sua pesquisa. Essas percepções de racismos enfrentados em diferentes espaços sociais são percebidos pelos entrevistados.

De acordo com Riessman (2005), as narrativas são releituras do passado e não apenas reproduções e oferecem ao contador uma possibilidade de repensar suas vidas. Antônio demonstra em suas narrativas uma releitura do seu passado e percebe que o fato de ser excluído em brincadeiras quando criança, o fato de não receber convites para festas quando adolescente e o fato de ser preterido em relações amorosas já era devido ao fato de ser negro, corroborando os estudos de Sansone (1996) sobre áreas afetivas serem duras. Alice, quando viveu situações de discriminação na infância, em seu primeiro emprego como empregada doméstica, acreditava que aquilo ocorria pelo fato de ser de uma classe econômica muito inferior, entretanto, hoje entende que se tratava de episódios de discriminação pela sua raça. Alguns estudos, como o de Jaime (2016) sustentam a percepção de Alice sobre as discriminações que sofriam serem ligadas à raça e não apenas à sua classe econômica, pois já foi documentado na literatura que pessoas negras de classes sociais superiores continuam sofrendo preconceito e discriminação, bem como pessoas negras com alto grau de instrução (ANDERSON, 2017). Indicadores

de rendimento confirmaram que a desigualdade também se mantém independentemente do nível de instrução dos indivíduos negros (IBGE, 2019).

Augusto começou a trabalhar muito cedo para poder ajudar a família a aumentar a renda e para segundo ele, poder “ter as minhas próprias coisas”:

Aí eu tinha dez anos de idade já comecei a ver que se ela pode trabalhar, ter três empregos, eu também posso. E aí comecei a ir na feira, fazer os bicozinhos... trabalhar de ajudante de pedreiro, na época. Porque eu já começava a saber o que é o meu, não ficar dependendo da minha mãe. Já tá... tipo assim... já teve que passar por isso. Trabalhar em dois empregos pra sustentar mais duas crianças.

As dificuldades vividas em família, como a imagem da mãe que precisa ter dois empregos para sustentar a casa, ou a criança de apenas dez anos que precisa começar a trabalhar para ajudar a complementar a renda familiar, aparecem como fatos normais da vida cotidiana dos indivíduos, não compreendendo que não se trata de uma questão individual, mas sim, estrutural. Facetas do racismo estrutural e individual (ALMEIDA, 2018) aparecem na fala dos entrevistados a partir da normalização das dificuldades e dos preconceitos vividos e como algo natural no convívio em sociedade. As discriminações aparecem nas falas dos entrevistados a partir de suas narrativas, que contam sobre as discriminações vividas e sobre os estereótipos que carregam por serem negros. Discriminação em forma de piadas e pressões para se aproximar de um padrão estético, por exemplo. Quando questionado se passou por episódios de preconceito e discriminação no seu primeiro emprego formal ele diz que não. Porém, logo em seguida, relata uma situação que configura a discriminação:

Não. Só os cara enchendo o saco por causa do meu cabelo. Eu usava era um quadradinho, na época. Os meninos da logística... mas eles falavam brincando, né? E do setor de compra. Soltavam uma piadinha... “esse casazinho de piolho aí”...

Quando questionei sobre como ele lidava com isso, e Augusto responde:

“Ah, nem ligava... porque se eu fosse ligar... Eu falava “tá doido”... brincava também, levava como ironia. Nada a sério. De certa forma, é um preconceito. Porque hoje o parâmetro da sociedade é o que? Ter cabelo liso, olho claro... magrinho... olhos claros. É. E a fala de discriminação também”.

Em sua pesquisa com executivos e executivas negras, Jaime (2016) elucida, a partir das narrativas colhidas, que os indivíduos se blindaram para não enxergar as situações de racismo no mundo empresarial. Em um primeiro momento negam ter sentido a presença de qualquer tipo de preconceito ou discriminação racial. Entretanto, à medida que a entrevista era conduzida, os eventos de racismo iam surgindo em seus relatos. As situações de racismo foram vivenciadas em momentos de suas infâncias, em suas trajetórias profissionais e no contexto familiar. O fato de ignorar as situações de discriminação como uma maneira de se resguardar e evitar causar mais problemas, também aparece na fala de todos os sujeitos de pesquisa, como na fala Adriana:

Olha, lá no correio, não é. **A gente finge que não vê as coisas para poder viver bem com todo mundo.** Mas tem uma separação. Tem uma separação sempre entre as pessoas claras e as pessoas negras. [...] Às vezes, o racismo era por causa do cabelo, as meninas vivam sempre com o cabelo sempre alisado. Arrumado. Elas queriam estar sempre como as meninas brancas estavam com o cabelo lisinho, e toda maquiada. Elas usavam peruca. Essas coisas. Eu nunca usei essas coisas. Para ficar tudo mais ou menos parecido. Acho que o cabelo era uma coisa, agora não, mas era uma das coisas que mais machucava o negro no trabalho. O cabelo não tinha aquele padrão e as meninas brancas tinha. [...] O padrão da gente no começo era tudo branco, os padrão era tudo branco, então tinha aquele respeito, eu sei lá o que era aquilo... tinha aquele medo, aquele respeito, eu **não sei lá o que era aquilo, era alguma coisa no ar.**

Alice também não poderia responder aos episódios de discriminação que sofria e nem questionar a situação por entender que precisava respeitar as pessoas mais velhas. Sobre sua experiência antes de trabalhar com seu empreendimento:

Hum... não foi assim, uma experiência muito boa não. Mas pra nossa época era o que tinha. Como eu te falei, minha mãe teve dez filhos, né. E gente

tinha que trabalhar para ajudar a cuidar. Então, assim, eu não estudei nesse período... eu fiz até a terceira série porque teve um período também que ela ficou muito doente, aí eu precisei ficar em casa cuidando dos meus irmãos... e não podia ir para a escola. Então, eu não concluí meus estudos. E não foi uma experiência, assim, boa. Experiência doméstica, assim, pra criança, ainda na exploração. Era um serviço muito pesado. A primeira casa que eu trabalhei a gente acordava às cinco horas da manhã. A gente, não. Eu, né. Acordava às cinco da manhã para limpar a casa... e limpava a casa e quando ela acordava falava que a casa não tava limpa. Eu tinha que fazer tudo de novo. Foi bem, assim... uma experiência muito complicada. Dormia nessa casa. Assim, o que eu me recordo muito, que ficou muito marcado em mim foi a parte de eu não poder entrar na casa com as minhas roupas que eu vinha, né, da minha casa. Tinha uma roupa que tava lá, que ela lavava. Meu prato, eu não comia no mesmo prato. Eu não bebia água no mesmo copo que eles, nem no mesmo... nem usava o mesmo talher. E o alimento que eu comia era sempre do dia anterior, nunca era o alimento que eu mesma fazia... nunca era o alimento do dia. E isso, assim... até hoje é uma coisa que assim, reflete muito... que eu penso muito ainda. Que é uma coisa... não tem coisas que você não esquece?

Eu pergunto à Alice se a patroa justificava suas ações e ela responde:

(A patroa, parêntese nosso) não falava porque eu tinha que usar uma roupa delas, né, e sendo lavada por ela... sendo que eu fazia todo o serviço da casa. Arrumava, limpava... eu cozinhava. Tudo era eu que fazia. Então eu não entendia. Mas assim, me marcou muito.

Em uma reinterpretação do seu passado por meio de suas narrativas (Riessman, 2005) Alice repensa momentos da sua vida. Eu pergunto se Alice pensava por que isso acontecia e ela alega:

Não, a gente assim... hoje eu tenho essa consciência que era racismo mesmo. Antes não, ué... porque eu era pobre, né... e que eles tinham nojo de gente pobre ou coisa parecida, mas... e não foi um lugar onde eu fiquei muito tempo. Eu não cheguei a ficar nem um mês. Na verdade, eu não voltei nem para pegar o meu dinheiro, nem meu pagamento de tão traumático assim. que ficou. Ficou uma coisa muito ruim. Eu nem voltei lá.

Um episódio discriminação que marcou Augusto foi quando ganhou uma bolsa de estudo e passou a frequentar um bairro de pessoas de classe alta para estudar. Ao passar por ele na rua, uma mulher carregada de preconceitos enquadra Augusto em um estereótipo de homem negro violento e bandido, atravessa a rua:

Acho que todo negro sofre, né. Toda pessoa que é negra sofre hoje em dia. Ah, foi quando eu tava indo pro curso na época de... do balé. A mãe tava vindo em direção contrária a mim e eu tava indo em direção contrária a ela. E aí ela pegou no filho dela e atravessou a parede, tipo... pra não passar perto de mim. Eu pensei: caraca, mano! Será que eu tô sujo? Tô mal vestido? Foi uma parada que me impactou bastante... pensei "caralho, mano...que bagulho doido". Porque a gente nunca pensa que vai existir isso. Que vai acontecer com você isso. Até acontecer.

Antônio conta que as situações de preconceito e discriminação vistos em Almeida (2018) e as áreas duras vistas em Sansone (1996) ocorrem em vários lugares, incluindo os bairros de classe alta majoritariamente habitados por pessoas brancas. O racismo estrutural se faz percebido:

Ah... é... é... os ambiente que a gente frequenta. O shopping, a gente consegue ver indiferença. Em lojas... algumas lojas que... que majoritariamente são frequentadas por pessoas brancas. A gente percebe pelo jeito que as pessoas tratam nós com diferença. Pelo jeito que conversa. É... algumas lojas que a gente entra, segurança vem atrás. Essas coisas. Até em ônibus, em transportes públicos... muitas pessoas não sentam do nosso lado. Ou algumas pessoas na rua mudam de calçada, mudam a bolsa de lado quando a gente passa na calçada. Essas coisas. A gente percebe que o racismo tá ali. Ou elas se assustam. Principalmente em bairro nobre quando eu ando... já aconteceu de passar na calçada, a pessoa gritar e tudo. Achando que a gente ia roubar ela, essas coisas. Acho que essas coisas acontecem porque o preconceito **tá enraizado na sociedade mesmo, entendeu?** As pessoas não consegue ver o diferente, não consegue ver... não consegue aceitar aquilo que... que... que seria bom pra elas, talvez. Ou não consegue ver as pessoas diferente. Acha que de... pelo fato de ser de periferia e preto você é... você é bandido. Você é uma pessoa que não... de mau caráter.

Alice também conta sobre estar inserida em um bairro de classe alta e em um prédio comercial e sentir preconceito no olhar das pessoas:

É. Porque assim... igual quando a gente vai na rua. Igual aqui. Eu tô aqui, tô nesse prédio... aqui é uma sala comercial. E meu salão é o único salão dessa etnia, né... pra negros. Então às vezes quando a gente entra... e que entra muitas pessoas no elevador... que você tá saindo, que você tá passando. Você repara que as pessoas olham muito. Você acaba chamando muita atenção e às vezes, assim... eu não acho que eles estão te olhando para uma coisa positiva. Eles te olham assim “hummm... Que mulher estranha. Que cabelo estranho. Esse cabelo desse tamanho”. É uma coisa bem complicada. Vem de uma forma negativa. Assim, a gente já percebeu muito isso. Na rua, em alguns lugares, assim... tem pessoas que olham com aquele olhar de admiração, mas outros olham assim... te reprovando, né. Inclusive eu tenho amigas minhas que reprovam esse cabelo. “Mas você era muito mais bonita quando você usava ele liso, quando você era loira... não sei o que”. Eu falei “gente... mas eu quero mais ser assim. Eu quero minha identidade. Eu sou a mulher negra, eu posso... se eu quiser usar ele loiro, eu posso. Se eu quiser ele liso, eu posso. Mas eu não quero mais. Eu posso usar ele é crespo, de todas as cores que eu quiser. Mas ele vai continuar sendo crespo. Porque eu não quero mais ter uma referência de alguém me olhar, me achar bonita só porque o meu cabelo tá liso”. Não! “Não, mas você... não é que você tá feia assim... mas você era mais bonita antes”.

Acessando experiências de racismo e tendo dificuldades de se inserir no mercado de trabalho, os sujeitos de pesquisa encontram no empreendedorismo uma forma mais autônoma de trabalho. O principal motivo para empreender está no fato de precisar gerar renda e a principal razão para focalizar o público negro está no fato de perceberem, por experiências pessoais, que o mercado tem carência de opções voltadas para o consumidor negro. Em um processo de construção da identidade racial, os afroempreendedores se reconhecem como negros, passam a estudar e pesquisar sobre suas raízes ancestrais e transferem esse conhecimento para seus produtos, serviços e seu público. Pensando no processo de abrir seu negócio, Augusto relata:

Eu fiquei pensando um tempão. Porque foi quando eu já tinha a minha... a minha... identidade racial construída. Daí foi quando eu pensei: “pô, vou montar a afro hair”. Aí foi quando eu montei a afro hair. Aí montei a afro hair. Aí comecei a mexer com cortes afros. Foi em questão de tipo assim, “poxa, eu tenho que prestar serviço a alguma coisa nessa questão”. E aí virar barbeiro afro foi bom, porque a gente faz ação social. Então tipo assim, além de tá prestando um serviço que eu gosto, né? Porque se eu não gostasse, eu não estaria aqui... porque é muito tenso. E tipo assim, eu posso tá pensando no serviço, em quanto eu posso cobrar. Mas também posso tá ajudando uma pessoa. Tem mães que tem, pô... quatro filhos e solteira. Às vezes não tem um dinheiro, uma renda pra tá pagando pra cortar o cabelo do filho. Às vezes os 4 filho é homem. Aí eu prefiro fazer uma ação social e ajudar eles nisso.

Para Alice “o principal motivo era uma mudança, mesmo... de vida. Uma mudança de vida”. A motivação em empreender para o público negro:

A motivação principal era a dificuldade que elas tinham com o cabelo delas, né. De não conseguir manter um cabelo arrumado. Porque tudo quebrava, tudo caía... se ficar passando muita coisa o cabelo não aguenta, o cabelo tava feio... “eu tenho que trabalhar... como que eu vou trabalhar com esse cabelo desse jeito?”. Então elas tinham essa necessidade de tá com o cabelo bonito, de tá com o cabelo arrumado. E o mega hair traz essa tranquilidade pra elas. É um cabelo que não vai dar tanto trabalho. Colocou... final de semana vai lavar, vai hidratar, ela vai continuar bonito. Ela vai tá arrumada a semana inteira, né. E antes não. Elas tinham aquela frequência de estar dentro do salão fazendo química atrás de química... pintando, escovando, fazendo luzes, fazendo tudo... e o gasto acabava sendo bem maior. E com o mega hair, não. O mega hair ampliou essa vantagem pra elas de ter um cabelo bonito, de ter um cabelo arrumado, né? E que valorizava mais a beleza delas. Porque elas se sentem mais bonitas. Elas tiram, gostam do cabelo delas. Não usam porque não gostam do cabelo, né. A maioria usa porque se sente mais bonita com mega hair, com cabelo, com aplique.

Nos empreendimentos, a valorização ocorre para o público que está consumindo, mas também para os empreendedores. Os sujeitos de pesquisa se sentem

valorizados e afirmam que ser negro influencia nos negócios. Como a maioria dos clientes que procuram o serviço são negros, os empreendedores não enfrentam situações de discriminação na sua rotina de trabalho. O fato de ser negro é um ponto positivo para os empreendedores, pois seus clientes os procuram pela identificação. Ao ser indagado sobre ter sofrido diminuição na barbearia Augusto diz que nunca sofreu preconceito, diferente de suas experiências anteriores:

Não, não que eu tenha visto. Mas tipo assim... é admirável quando você tem uma barbearia afro. Porque existe poucas. Então quando a pessoa encontra uma barbearia afro, ela fica tipo “pô... aí é que tá, né...”.

Alice tem relato parecido. Afirma que a maioria dos seus clientes são negros e a buscam por questão de identificação:

Da minha área eu sou, assim, bem respeitada pelas pessoas... graças a Deus. Os clientes me procuram por essa identificação. Por eu ser negra. Elas entenderem por eu ser negra e usar também... e usar cabelo também, eu também sei trabalhar com o cabelo delas. É bem diferente. [...] Eu acho que influencia sim, porque algumas pessoas são assim... “eu faço o cabelo com ela porque é negra”. Porque branco, né. Vamos supor, essa frase... “não sabe fazer cabelo de negro”. Esses dias eu passei até por uma experiência. Uma moça... ela falou que ela... mandou uma mensagem, né. E eu acabei fazendo um comentário, né. Porque o cabelo dela era muito cheio. Eu falei “nossa... que cabelada! Que cabelo cheio”. Aí ela me perguntou “você é negra ou você é branca?”. Falei “negra, por que?”. Ela “não, tô te perguntando porque eu sofri racismo no salão de branco. Eu cheguei lá e as meninas ficaram me empurrando uma pra outra”... porque ela tem um cabelão assim, bem cacheado. E aqui assim, ninguém queria fazer o cabelo dela... porque é um cabelo que dá um pouco de trabalho mesmo pra escovar. E as meninas ficaram naquele jogo de empurra até que uma resolveu. E ela se sentiu muito mal, ela falou “não, eu tô perguntando porque eu achei que isso era um comentário racista”. Aí ela me perguntou: “isso é um comentário racista?”. Eu falei “não, de forma nenhuma. Até porque...”. Mandei uma foto minha, mandei uma foto minha filha... “até porque eu sou negra, minha filha é negra... os nossos cabelos são bem volumosos. E eu só falei assim, era uma forma de elogio para seu cabelo. Em momento nenhum eu te critiquei e nem te discriminei pelo cabelo”.

Para os empreendedores a maior diferença entre estar no mercado de trabalho privado ou público e estar empreendendo é ter um horário mais autônomo de trabalho e poder usar a roupa, o cabelo e os acessórios que quiserem, sem sofrer preconceito e discriminação por isso. O afroempreendedorismo tem se tornado um espaço de valorização dos trabalhadores negros, passando de área dura para uma área negra na teoria dos espaços sociais (Sansone, 1996). Além de nos contar sobre sofrer discriminação no mercado de trabalho, Augusto também nos conta a situação vivida por um amigo:

Porque que nem... tipo, eu tenho um amigo que ele é marinheiro. E ele... o amigo dele tem o cabelo liso e lá não pode ter o cabelo grande. É um centímetro, dois centímetros de cabelo que você tem que ter. O cabelo dele tava com quase seis dedos e o cabelo dele é alto... o cabelo dele é afro. E aí, tipo assim... o capitão dele questionava com ele pra ele cortar o cabelo grande; mas o outro deixava ter o cabelo liso, ter o cabelo grande. O meu irmão também sofreu isso dentro da empresa... onde o cara tinha o cabelo dele até aqui e ele tinha o cabelo black. Falavam pra ele cortar o cabelo dele. Ele questionou “por que não corta o cabelo do outro?”.

A identidade negra em um país racista é uma barreira que impõe dificuldades para empreender, construir relacionamentos e superar estereótipos (ANDERSON, 2017; SANSONE, 1996). No estudo de SANTOS (2017), esses dados são confirmados, pois os empreendedores são afetados pelo racismo em vários âmbitos da vida, incluído o profissional e o afetivo, áreas consideradas como duras por Sansone (1996). As narrativas dos sujeitos dessa dissertação corroboram com o fato constado em estudos anteriores de que é mais difícil para o negro empreender, pois enfrentam obstáculos reservados a essa identidade. Para superar as dificuldades, os afroempreendedores expõem seus produtos em lojas colaborativas e fazem permutas de trabalho e outros mecanismos para lidar com as dificuldades observadas nesse estudo. A fotografia 9 capta um espaço colaborativo para pessoas negras montado dentro de um restaurante. Na parede, está exposto o trabalho de

grafite de um afroempreendedor e na mesa são expostos produtos de outros afroempreendedores.

Fotografia 9 – Espaço colaborativo para pessoas negras



Fonte: registro fotográfico realizado pela autora (2019).

Consumindo entre si como uma forma de combater o racismo, os empreendedores lidam com estereótipos racistas de serem sujos, pobres, bandidos e mau caráter, além de todas as dificuldades de falta de acesso à educação, capital de giro e recursos financeiros. Quando questionado se é mais difícil para o negro empreender, os sujeitos de pesquisa afirmam que sim e exemplificam suas opiniões:

Antônio

Sim. Mais difícil pro negro empreender do que pro branco. Porque muitas vezes... é... que... hoje a sociedade é preconceituosa, é racista. Então muitas vezes as pessoas não vão consumir aquilo que é do negro. Principalmente pessoas brancas. Por isso que os negros criam uma rede de... de... uma rede pra eles poder vender os seus produtos, suas coisas. Existe muito disso no povo negro que é essa união aí de consumir as coisas do nosso povo. Até porque a gente vê que tudo... todas as coisas são... vem do povo branco, das pessoas brancas. Sempre foi assim. A sociedade então, o povo negro ele vem se unindo pra consumir o que é nosso.

Augusto

Porque... porque tipo assim, é uma questão de serviço. Às vezes o preto, o negro ele é visto como sujo. As pessoas tem impressão de tá mais violenta nessa questão. Mas a pessoa, o branco... sempre tem o privilégio de ser mais bem recebido. Por exemplo, se eu entrar numa loja e você também entrar numa loja... você acha que quem vai ser atendido primeiro? Eu que sou negro ou você que é branca? Entende? Então o negro é sempre visto como um pobre. E você, por ter pele clara, você é mais fácil de ser rica ou ter dinheiro. Então, tipo assim... se eu trabalhasse numa recepção, eu acho que você seria bem mais recebida por ser branca do que por ser negra. Tem isso também. E aí vem a questão do emprego, vamos pensar na logística: meu cliente, será que gostaria de ser atendido por um negro ou por um branco? Tem toda essa questão.

Alice:

Bem mais difícil. Bem mais difícil, eu acho que é pela nossa situação financeira. E as oportunidades financeiras de você buscar um financiamento nos lugares... é mais difícil. Até porque você não tem uma garantia pra dar a eles, né, daquilo que você está precisando... daquele capital. Você não tem como garantir. Eu bati muito a porta procurando um espaço para alugar. E o que prendia muito era isso. Talvez se eu fosse branca, eles não iam buscar tanta... pedir referência, pedir tantas coisas que me pediram. Não tanto

quanto quando sendo negra. Eu acho que é a cultura mesmo do lugar, né... que preto e pobre é bandido, é vagabundo, é mau caráter. A gente cresceu ouvindo essas coisas, né. “Ah, o preto quando ela não...”. É uma palavra até chula, né. “Quando ele não caga na entrada, ele caga na saída”. Quer dizer... o preto ele sempre vai aprontar, só por ele ser preto? E não é isso. Caráter é independente de religião, de cor da pele, né. Caráter ou você tem, ou você não tem. A cor da minha pele não diz quem eu sou. E as pessoas rotulam muito. Tô no ônibus. Um branquinho entrou. Ele não vai assaltar ninguém. O pretinho passou... o pessoal já olha pro menino já com medo, né. E essas coisas ruins que acontecem, infelizmente. Simplesmente pelo fato da pessoa ser negra.

Ana:

Com certeza. pro negro que vem trazendo a sua história, vem da sua raiz... trazendo a sua história desde a semente, assim. Mostrar aquilo ali, que ele é aquilo ali... é difícil demais para você fazer seu nome, crescer e fortalecer isso daí. Para fortalecer isso é muito complicado. A questão de você...qualquer coisa ele (pessoa branca, parêntese nosso) tem uma facilidade maior. Pra vender, pra passar aquilo ali tem uma imagem mais clara de um certo produto. Porque se você traz o mesmo trabalho. Comparar pelo mesmo trabalho. Mesmo processo, mesmas coisas. As pessoas elas não vão direto no negro pra comprar. Elas vão no branco. Questão das pessoas não se verem, mas a questão da pessoa ter aquela primeira visão, aquela primeira percepção. As pessoas vão ali, aquilo ali tá mais limpo, aquilo ali tá de certa maneira. Cê bota um negro com as mesmas vestes. É igual tem até um documentário que fala que tem umas imagens, assim, de negros e brancos com as mesmas peças de roupa. Aí como que você vê uma pessoa. Aí a pessoa está parada, vê aquilo ali como o empregado. Aí você bota os dois negros, bota duas pessoas de branco. Se você vê um homem branco de branco, você vai falar que é um médico. Se você vê um negro de branco, cê fala que é um açougueiro, um espírito. Essa questão dessa... desse preconceito, questão pré construída que a gente tem. Eles têm uma facilidade maior de conseguir. Tem a questão dos privilégios. Que é bem maior do que a nossa. Isso de modo geral, mas fora que vem outras coisas... outros fatores também que vêm. A localidade, questão se você vem de periferia, como você está fazendo sua história. Se você tem capital para investir, se você não tem... o local onde você está vendendo, o local onde você está vindo. Isso tudo influencia. Sua história.

Porque você quer passar também. Isso tudo influencia. [...] Eu acho assim... como você trabalha... a comida ela já tem um preconceito... pré conceito. Já tem um preconceito. Porque você vem trabalhar essa questão da comida de rua. A comida de negro, né...hoje em dia você vê alguns locais que trabalha com feijoada, trabalha com feijão tropeiro, com almoço de tabuleiro... mas quem é que faz? Não é negro. Só que você pega essa mesma cozinheira, que faz essas mesmas coisas e coloca ela... sendo que ela é, digamos, negra... sentada no meio da rua com um tabuleiro, ela é desvalorizada. Ela não tem valorização. As pessoas gourmetizaram a comida. Não só comida, mas o trabalho assim... de uma forma que a gente está perdendo espaço. Aí a questão da economia criativa salva gente.Tem que usar a nossa criatividade para conseguir vender e tirar esses preconceitos sobre o nosso trabalho. Você chega hoje... para você competir com um bolo de Nutella, não sei o quê. Quem tem capital de giro para manter isso? Você não consegue passar esse valor para o cliente... é complicado. Agora a época que gente começou a trabalhar com bola de pote, a desculpa nossa era que a gente não queria trabalhar essa parte gourmet, esses negócio assim. Mas na realidade a gente não tinha capital pra manter aquilo ali. Vou vender um bolo de nutela a cinco reais? Não tem como. E meu público quer é um bolo de 5 reais. Então é mais fácil trabalhar com alguma coisa caseira que eu consiga diminuir o custo e trabalhar alguma coisa em cima disso daí. E a comida africana, a comida negra em si, ela não tem uma visão legal. Se colocar uma negra hoje... se colocar uma negra trabalhando no meio da rua vendendo comida, o pessoal não come. Isso ela tem todo um preparo e todo o cuidado. Pessoal não sabe nem qual o processo daquilo ali e não come. As pessoas falam que aquilo ali é sujo. Já ouvi isso, eu já fiz isso. Você vê uma pessoa no meio da rua trabalhando ali, cê acha que aquilo ali é procedimento sujo. Que não tem higiene. Cê acha que a pessoa fez de qualquer jeito, um pré julgamento. E na real não é, né. Tem gente que tá aí e faz curso... tem todo o trabalho para fazer a comida, pra fazer daquilo ali algo mais limpo e tal. Traz uma higienização. Aí você vai... uma branca faz o mesmo produto, fez o mesmo que você. Aí tem toda aquela parafernália, aqueles negócio todo lá, embalagens de num sei de quem... num sei o que. Agregam um produto? Agrega o produto. Mas mesmo ensinamento que você teve, a mesma base, você teve.

Frente a essas narrativas percebemos que o afroempreendedorismo tem mudado a relação dos negros com o mercado de trabalho. Eles são valorizados e preferidos

pelos seus clientes negros, que os procuram por identificação. Em Sansone (1996), o mercado de trabalho é considerado uma área dura para os negros, entretanto, no afroempreendedorismo os negros passam a ser valorizados por essa identidade. Anderson (2017) alega que o empreendedorismo negro é uma possibilidade de diminuir a problema do racismo por meio da criação de empregos e um meio para nivelar as diferenças entre grupos raciais. No estudo de Rezende, Mafra e Pereira (2018) o empreendedorismo étnico se apresenta como uma forma mais autônoma de trabalho e menos subalterna. O trabalho de Carneiro (2017) aponta que o afroconsumo é um mecanismo de fortalecimento econômico para afroempreendedoras localizadas no Espírito Santo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desse estudo foi analisar como empreendem os afroempreendedores capixabas. Para responder a problemática, adotei como norteadores os objetivos específicos de analisar aspectos socioeconômicos e raciais dos afroempreendedores, analisar as contribuições dos empreendimentos para a valorização dos negros na visão dos afroempreendedores e compreender a partir da visão dos afroempreendedores, como o afroempreendedorismo influencia sua relação com o mercado de trabalho. Para alcançar esses objetivos específicos utilizei um aporte teórico sobre a história dos negros, conceitos ligados as relações raciais no Brasil e sobre o afroempreendedorismo praticado no contexto brasileiro.

Metodologicamente, utilizei a abordagem qualitativa descritiva. Os dados foram produzidos em conjunto com afroempreendedores capixabas residentes do Espírito Santo, a partir de observações participantes em seu local de trabalho e complementadas com entrevistas semiestruturadas. Foram realizadas quarenta e cinco horas de observação participante e dez horas de entrevistas com seis sujeitos de pesquisa. Para análise de dados, utilizei a análise interpretativa de narrativas, entendendo que as experiências e os relatos dos sujeitos de pesquisa são reinterpretados e ressignificados no decorrer de suas vidas.

As categorias de análise emergiram do campo e após serem reorganizadas e reagrupadas, se concentraram em três: Afroempreendedores e “outras correrias” que buscou compreender como questões raciais e econômicas influenciam o processo de empreender; Empreendedores sociais: “Não é só vender, é passar a história negra” buscou analisar as contribuições dos empreendimentos para a valorização dos negros e entender como os sujeitos de pesquisa lidam com algumas dificuldades que surgem nesse percurso; e por último Desigualdades raciais: “Quando eu fui sair pra trabalhar, que eu senti na pele” buscou compreender como afroempreendedorismo influencia a relação dos negros com o mercado de trabalho e a influência de ser negro na trajetória empreendedora.

Na primeira categoria de análise Afroempreendedores e “outras correrias”, os principais resultados de pesquisa mostram que os entrevistados empreendem por necessidade, devido à dificuldade de se inserirem no mercado formal de trabalho, acumulam mais de uma fonte de renda, trabalham em cargas horárias excessivas, estudaram em escolas públicas, moram em bairros periféricos, tem negócios informais e tem membros da família como colaboradores informais. Esses resultados convergem com outros estudos desenvolvidos (ANDERSON, 2017; IBGE, 2019; SANTOS, 2017; OLIVEIRA, PEREIRA, SOUZA, 2013; REZENDE, 2017; SANSONE, 2003; SANTOS, 2003; SEBRAE, 2016; SEBRAE, 2017) que mostram que as relações raciais são um obstáculo a mais ao empreendedorismo. Por um processo histórico desde a colonização e escravidão (SANTOS, 2003), os negros residentes no Brasil têm menos anos de estudo, recebem salários menores, moram em bairros menos desenvolvidos, têm dificuldade em conseguir capital de giro, têm dificuldades em gerir seus empreendimentos e enfrentam diversas facetas do racismo em seu dia-a-dia.

Na segunda categoria de análise Empreendedores sociais: “Não é só vender, é passar a história negra”, os principais resultados de pesquisas mostram que os afroempreendedores podem ser configurados como empreendedores sociais a partir da literatura (AUSTIN, STEVENSON, WEI-SKILLERN, 2006; ROSOLEN, TISCOSKI, COMINI, 2014), pois têm objetivos econômicos de gerar sua renda, objetivos sociais de contribuir com o combate ao racismo em seus empreendimentos. Suas propostas inovadoras de negócios surgem a partir de uma lacuna existente no mercado tradicional, o que os fez abrirem esse tipo específico de empreendimento. Os entrevistados reconhecem o papel social de seus negócios, para além de uma forma de gerar renda. Foi evidenciado dentro dessa categoria de análise que os afroempreendedores têm, a partir de seus produtos e serviços, disseminando conhecimentos ligados à sua ancestralidade afro-brasileira. Por meio da valorização da estética negra, de religiões de matrizes africanas e por meio da produção musical. O orgulho em ser negro está presente em vários momentos dos relatos produzidos nesse estudo, à semelhança do que foi encontrado nos estudos de Santos (2017) e Rezende (2017).

Na terceira categoria Desigualdades raciais: “Quando eu fui sair pra trabalhar, que eu senti na pele”, os principais resultados de pesquisa apontam para uma nova relação dos negros com o mercado de trabalho. O mercado de trabalho, sendo considerado uma “área dura” para os negros a partir da teoria dos espaços sociais de Sansone (19996, 2003), tem se reconfigurado em um “espaço negro” para os empreendedores dentro do afroempreendedorismo, onde são valorizados por seus clientes que os procuram por identificação. No afroempreendedorismo, ser negro é um fator positivo e confere respeito que o mercado de trabalho tradicional nega. Foram identificados, também, exemplos do porquê é mais difícil para o negro empreender. Entre os exemplos, o fato dos clientes terem preconceitos e os negros carregarem estereótipos ruins são barreiras determinantes que empreendedores brancos não enfrentam.

Como forma de lidar com as limitações, os entrevistados utilizam uma rede de contatos com permutas e lojas colaborativas para suprir a falta de investimento. As redes sociais, empresas *online*, pontos comerciais dentro de suas residências e atendimento domiciliar são algumas das estratégias utilizadas para lidar com a falta de capital de giro para seus negócios. Como forma de lidar com os episódios de racismo que vivenciam, ficar em silêncio e ignorar as situações entram como estratégias de convivência como visto também nos estudos de Jaime (2016).

Uma questão importante pode ser destacada nesse espaço para as conclusões. Todos os produtos e serviços comercializados pelos entrevistados são artesanais, feitos por suas próprias mãos. O fazer artesanal, tal qual as narrativas orais, tem a característica de ser passado de geração para geração. Muitos desses fazeres manuais conservam um registro identitário, uma marca de uma coletividade. Nesse sentido, os entrevistados podem ser caracterizados não apenas como artesãos de coisas, produtos e serviços que comercializam, mas, antes de tudo, são artesãos de si. Ao realizarem seu trabalho conectam-se com sua ancestralidade negra, construindo suas identidades nesse fundamento secular. Ao mesmo tempo, ao realizarem esses tipos de empreendimentos, tornam-se artesãos de uma realidade alternativa e mais inclusiva. Testemunhar esse envolvimento dos participantes da pesquisa é algo que emociona e nos impacta.

Outra questão que merece destaque e que tem relação com o artesanato de si e da realidade é o uso que os participantes da pesquisa fazem da linguagem. É notória a maneira que os participantes subvertem as convenções linguísticas. Roth-Gordon (2007), em um estudo sociolinguístico realizado com jovens de periferia do Rio de Janeiro, mostrou que essa forma de se expressar representa um desafio às normas sociais vigentes e um desejo de reforma. Ao compartilharem essa forma alternativa de linguagem, que se afasta intencionalmente do padrão culto, esses afroempreendedores se inscrevem em um contexto cujo desejo de mudança se expressa na construção de um dialeto próprio. Cabe ressaltar que a realidade econômica apresentada nesse estudo, apesar de convergir com outras pesquisas, não é unânime. Existem afroempreendedores no Espírito Santo e em vários outros Estados do Brasil empreendendo por oportunidade com empresas de médio de grande porte consolidadas no mercado.

As limitações desse estudo se concentram em termos regionais e temporais. A pesquisa foi desenvolvida apenas nos bairros próximos à capital do Espírito Santo, por questão de acessibilidade e, dado ao curto prazo exigido para conclusão do estudo, não foi possível entrevistar outros ramos de atuação do afroempreendedorismo, como o setor de vestuário e de cosméticos naturais. Como delimitação de pesquisa, utilizei o conceito de empreendedorismo social a partir da comercialização de produtos ou prestação de serviços exclusivamente pensado no público negro. Entretanto, existe a possibilidade de buscar professores, psicólogos, advogados que estejam atuando com diversos públicos, porém com consciência sobre as facetas do racismo enfrentado nas relações sociais. Outra delimitação, foi não abordar a interseccionalidade de gênero nessa pesquisa, mesmo reconhecendo que as mulheres negras enfrentam barreiras e dificuldades específicas e que as intersecções operam de formas enlaçadas. Como agenda futura de pesquisa, cabe aos pesquisadores aprofundarem outras questões vivenciadas pelos afroempreendedores a partir da interseccionalidade de raça, classe e gênero.

A partir de estudo, percebemos que é urgente e necessário pensar em ações que aumentem a inserção e a permanência de homens e mulheres negras nas escolas, nas universidades e no mercado de trabalho, como um meio para que seja possível

pensar em igualdade de rendimentos e ascensão profissional. Pensar em políticas que tornem os espaços urbanos mais acessíveis em termos de lazer, moradia e oportunidades de trabalho se faz necessário. Políticas de segurança, saúde e seguridade social são necessárias para a população negra que estatisticamente representa as pessoas em situação de vulnerabilidade social e informalidade no mercado de trabalho. É preciso continuar alinhando as produções acadêmicas com as demandas da sociedade para que possamos continuar avançando no combate ao racismo em suas múltiplas facetas. Torna-se necessário também multiplicar o debate sobre relações raciais e divulgar efetivamente frente a população os resultados de pesquisa para evitar retrocessos e desmonte de políticas públicas que garantem o cumprimento de direitos ao negros.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. L. D. O que é racismo estrutural? Belo horizonte (MG): Letramento, 2018.

ANDERSON, E. H. Contemporary Black Entrepreneurship in the Professional Service Sector of Chicago: Intersections of Race, Entrepreneurship, and Economic Transformation. **Urban Affairs Review**, p. 1-32, 2017.

ANGROSINO, Michael V.; Recontextualizing observation: ethnography, pedagogy, and the prospects for a progressive political agenda. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Orgs.). **The SAGE Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage, 2005, p. 729-745.

AUSTIN, J., STEVENSON, H., WEI-SKILLERN, J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.30, n.1, p. 1-22, 2006.

BASTOS, L. C; ANDRADE BIAR, L. de. Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. **DELTA: Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**, v. 31, n. 4, p. 97-126, 2015.

BRASIL. Secretaria de políticas de promoção da igualdade racial. **Pesquisa aponta que pretos e pardos têm menor acesso a serviços bancários**. 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2014/09/pesquisa-aponta-que-pretos-e-pardos-tem-menor-acesso-a-servicos-bancarios>>. Acesso em: 04 de setembro de 2018.

CARNEIRO, G. M. C. **Corporeidade, consumo e identidades políticas**: estratégias de empoderamento feminino negro realizadas pelo coletivo das pretas na cidade de Vitória / ES. 2017. 132 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Programa de Pós-Graduação em Educação Física. Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2017.

CASHMORE, E. **Dicionário das relações étnicas e raciais**. São Paulo: Selo Negro, 2000.

CODEPLAN. **Perfil do Afroempreendedor no Distrito Federal**. Distrito Federal: autor, 2016.

CFP. Conselho Federal de Psicologia. **Relações Raciais**: Referências Técnicas para atuação de psicólogas/os. Brasília: CFP, 2017.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: método qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DOMINGUES, F. F.; FANTINEL, L.; FIGUEIREDO, M. D. Between the conceived and the lived, the practiced: the crossing of spaces at the arts and crafts fair of

Namorados Square in Vitória/ES, Brazil. **Organizações & sociedade**, v. 26, n.88, p. 28-49, 2019.

FISCHER, R. M.; COMINI G. Sustainable development: from responsibility to entrepreneurship. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v.47, n.3, p.363-369, jul./ago/set. 2012.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FONTOURA, N. et al. **Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça – 1995 a 2015**. Rio de Janeiro: IPEA, 2017.

GARCIA, A. S. Las mujeres negras y el derecho a la ciudad: las relaciones raciales y de género. In: SANTOS, R. E. (Org.). **Questões urbanas e racismo**, Petrópolis, RJ: DP etAlíi; Brasília: DF: ABPN, 2012, p. 135-162.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIL, A. C. **Como Elaborar um Projeto de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, A. S. Introdução às pesquisas qualitativas e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil**. Brasília: 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Atlas da violência 2019**. Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Brasília; Rio de Janeiro; São Paulo, 2019.

JAIME, P. **Executivos negros: Racismo e diversidade no mundo empresarial**. São Paulo: Fapesp, 2016.

KUBOTA, L. C. **O peso do passado no futuro do trabalho: a transmissão intergeracional de letramento**. Rio de Janeiro: IPEA, 2019.

LABOV, W; WALETZKY, J. Alguns passos iniciais na análise da narrativa. **The Journal of Narrative and Life History**. Trad. de Ferreira Netto, v. 7, 1997.

LIMA, A. C. S. BENEVIDES, T. M. Economia colaborativa e afroempreendedorismo: uma análise sobre articulação desses dois conceitos no Ujamaa coworking. In: Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração - ENANGRAD, 27, 2017. **Anais...**Brasília, 2017.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research in practice**: examples for discussion and analysis. San Francisco: Jossey-Bass, 2002.

MUNANGA, K. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**: identidade nacional versus identidade negra. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

MUNANGA, K. Teoria social e relações raciais no brasil contemporâneo. **Cadernos PENESB**, n. 12, p.169-204, 2010.

MUNANGA, K. Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia. 3º Seminário Nacional Relações Raciais e Educação- **PENESB**. Rio de Janeiro, 2003.

NASCIMENTO, M. C. R.; OLIVEIRA, J. S.; TEIXEIRA, J. C.; CARRIERI, A. P. Com que Cor Eu Vou pro Shopping que Você me Convidou? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, 3ª Edição Especial, p. 245-268, 2015.

NOGUEIRA, O. Preconceito racial de marca e preconceito racial de origem: sugestão de um quadro de referência para a interpretação do material sobre relações raciais no Brasil. **Tempo Social**, v. 19, n.1, p. 287-308, 2006.

OLIVEIRA, J. S.; PEREIRA, J. A.; SOUZA, M. C. D. Empreendedorismo, cultura e diversidade: a participação dos empreendedores negros nas atividades empreendedoras no Brasil no período de 1990 a 2008. **Contextus: Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, Fortaleza, v. 11, n. 2, p. 7-30, 2013.

OLIVEIRA, T. Redes sociais na internet, narrativas e a economia étnica: breve estudo sobre a Feira Cultural Preta. In: SILVA, T. BUCKSTEGGE, J. ROGEDO, P. (Orgs.). **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018, p. 142-158.

ROSA, A. R. Relações raciais e estudos organizacionais no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 240- 260, 2014.

REZENDE, A. F. "**Cabelo meu! Se você não fosse meu, eu não seria tão eu**": identidade racial a partir da valorização do cabelo afro em salões étnicos. 2017. 110 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2017.

REZENDE, A. F.; MAFRA, F. L. N.; PEREIRA, J. J. Black entrepreneurship and ethnic beauty salons: possibilities for resistance in the social (re)construction of black identity. **Revista Organizações & Sociedade**, v.25, n.87, p.589-609, 2018.

RIESSMAN, C. K. Narrative Analysis. In: **Narrative, Memory & Everyday Life**. Huddersfield: University of Huddersfield, 2005, p. 1- 7.

ROSOLEN, T. TISCOSKI, G. P.; COMINI, G. M. Empreendedorismo social e negócios sociais: Um estudo bibliométrico da publicação nacional e internacional. **Revista Interdisciplinar de gestão social**, v.3, n. 1, p. 85-105, jan./abr. 2014.

ROTH-GORDON, J. Youth, slang, and pragmatic expressions: Examples from Brazilian Portuguese. **Journal of Sociolinguistics**, v. 11, n. 3, p. 322–345, 2007.

ROTHER, E. T. Revisão sistemática x revisão narrativa. **Acta paulista de enfermagem**, v. 20, n. 2, p. 5-6, 2007.

SANSONE, L. Nem somente preto ou negro: o sistema de classificação racial no Brasil que muda. **Afro-Ásia**, v. 18, n. 2, p. 165-187, 1996.

SANSONE, L. **Negritude sem etnicidade: o local e o global nas relações raciais e na produção cultural negra do Brasil**. Salvador: Edufba, 2003.

SANTOS, A. H. S. (Org.). **Desenvolvimento, Trabalho e Inovação: a experiência da Cidade de São Paulo (2013- 2016)**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

SANTOS, E. L. S. **Relações raciais e empreendedorismo: um estudo sobre negros empreendedores na região metropolitana do Rio de Janeiro**. 2017. 169 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós Graduação em Administração, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

SANTOS, H. **A busca de um caminho para o Brasil. A trilha do círculo vicioso**. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2003.

SANTOS, J. R. A inserção do negro e seus dilemas. **Parcerias estratégicas**, v. março, n. 6, p. 110-54, 1999.

SANTOS, R. E. About the spatialities of race relations: Race, racialism and racismo in urban space. In: SANTOS, R. E. (Org.). **Questões urbanas e racismo**, Petrópolis, RJ: DP etAliii; Brasília: DF: ABPN, 2012, p.37- 67.

SÃO PAULO (estado). **Lei nº 16.335 de 30 de dezembro de 2015**. São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://legislacao.prefeitura.sp.gov.br>>. Acesso em: 04 de setembro de 2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Os donos de negócio no Brasil: análise por raça/cor (2001-2014)**. Brasília: SEBRAE, 2016.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Feira de Afroempreendedores – Análise de um mercado emergente no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2017.

SCHUMPETER, J. **The theory of economic development**. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1934.

SILVA, A. R. L.; FANTINEL, L. D. Dilemas e implicações do uso da observação enquanto técnica em detrimento da etnografia. XXXVIII Encontro da ANPAD. **Anais...**Rio de Janeiro/RJ: 2014. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnANPAD_EOR2340.pdf>.

SILVA, V. G. D. **Candomblé e umbanda: caminhos da devoção brasileira**. São Paulo: Selo Negro, 2005.

SOUZA, C. **Sim, somos racistas: análise sociológica do racismo à brasileira**. Curitiba: Appris, 2015.

SPRADLEY, James P. Doing participant observation. In: SPRADLEY, James P. **Participant observation**. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1980, p. 53-62, (step 2).

TEIXEIRA, J. C. **As artes e práticas cotidianas de viver, cuidar, resistir e fazer das empregadas domésticas**. 2015. 414 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós Graduação e Pesquisa em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

TELLES, R. A efetividade da matriz de amarração de Mazzon nas pesquisas em Administração. **Revista de Administração**, v.36, n.4, p.64-72, 2001.

TURETA, C.; ALCADIPANI, R. Entre o observador e o integrante da escola de samba: os não-humanos e as transformações durante uma pesquisa de campo. RAC. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, p. 209-227, 2011.

VALLADARES, L. Os dez mandamentos da observação participante. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 22, n. 63, p. 153-155, 2007.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

ZACCARELLI, Laura Menegon; GODOY, Arilda Schmidt. “Deixa eu te contar uma coisa...”: possibilidades do uso de narrativas e sua análise nas pesquisas em organizações. **Revista Gestão Organizacional**, v. 6, ed. especial, 2013.

APÊNDICES

Roteiro de entrevistas

<p>Como você se auto declara? Quantos anos você tem? Você tem mais de uma fonte de renda? Qual seu estado civil? Qual sua escolaridade?</p>
<p>O que é ser negro para você? Quando você se “descobriu” negro? Você já vivenciou situações de preconceito na infância, no bairro, na escola e na família? Como você lidou com isso?</p>
<p>Quais são os produtos e/ou serviços que você comercializa? Quem é seu público alvo? Seu empreendimento é informal ou formal? Você tem sócios? Você tem colaboradores? Você trabalha em tempo parcial ou integral? Quanto tempo tem o seu negócio? Onde você comercializa seus produtos/serviços? Como você divulga seus produtos/serviços?</p>
<p>Qual principal motivo para você abrir seu negócio? Como você criou seu negócio? Quais são seus principais objetivos? Ser negro influenciou na escolha do seu empreendimento? O que seu empreendimento significa para você? Quais dificuldades você enfrentou? E hoje, quais dificuldades enfrenta? O que você acredita que poderia ser feito para superar essas dificuldades? O que te motivou a abrir um negócio pensado para o público negro? Você enfrenta algum preconceito por ser negro e ter um negócio voltado para o público negro? Como você lida com isso?</p>
<p>Como você acha que os produtos impactam na sua vida e na vida de seus consumidores? Você acredita que seu empreendimento contribui para a valorização da identidade negra? De que forma? Você teria algum relato de seus clientes sobre o impacto dos seus produtos/serviços na vida deles? Quais os impactos sociais de seu empreendimento?</p>
<p>Como foram suas experiências de trabalho antes de abrir seu negócio? Você já sofreu preconceito no trabalho? Você poderia falar como ocorreu? Como você lidou com isso? Em algum momento, você percebeu que sua raça influenciou seu cotidiano de trabalho? E como é seu cotidiano de trabalho hoje? Você sofre preconceito? Na sua visão, qual a diferença entre suas experiências de trabalho anteriores e seu atual empreendimento? Onde você acha que ocorreria mais preconceito: um ambiente de trabalho privado/público/autônomo ou um ambiente de empreendimentos étnicos? Você acredita que é mais difícil para um negro empreender? Por quê?</p>

Termo de consentimento livre e esclarecido



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Título da Pesquisa: Empreendedorismo social: um estudo com afroempreendedores do Espírito Santo.

Pesquisador responsável: Lorrara Silvyta Imagawa de Oliveira.

Contato: Telefone (27) 99996-0494; E-mail: lorrara.imagawa@gmail.com

Informações ao participante:

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada: “Empreendedorismo social: um estudo com afroempreendedores do Espírito Santo” sob a responsabilidade da pesquisadora LORRARA SILVYA IMAGAWA DE OLIVEIRA, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Espírito Santo, conforme orientação da Prof. Dr. Rubens de Araújo Amaro.

Você participará deste estudo sem receber qualquer incentivo financeiro e com a finalidade de contribuir para a elaboração de uma dissertação de mestrado, podendo ser divulgados em eventos e/ou revistas científicas e livros. Sua participação é voluntária e consistirá em responder às perguntas de uma entrevista cuja participação leva aproximadamente 60 minutos. A entrevista será gravada e posteriormente, transcrita. A entrevista será feita no ambiente de trabalho do participante entrevistado. A observação será feita no local de trabalho dos empreendedores por três dias, durante três horas em cada dia, a serem combinados de acordo com a disponibilidade dos trabalhadores.

Essa pesquisa tem como objetivo geral investigar e analisar informações relacionadas a sua história de vida e à sua percepção sobre como seu empreendimento impacta na valorização da identidade negra, bem como quais foram suas motivações e limitações. A importância deste estudo é a de produzir conhecimentos sobre como indivíduos se relacionam com empreendedorismo.

Os benefícios em responder esse questionário permitirão aos participantes à cooperação na compreensão e nas reflexões sobre as dificuldades que os negros empreendedorismo enfrentam e como elas poderiam ser superadas.

Sobre a participação na pesquisa:

Garantimos o direito à liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, independente do motivo e sem quaisquer prejuízos. Ressaltamos que você não terá nenhuma despesa, como também não receberá nenhuma remuneração, destacando que eventuais gastos na pesquisa serão ressarcidos pelo pesquisador.

As informações conseguidas através da sua participação não permitirão a identificação da sua pessoa, exceto ao responsável pelo estudo, e a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardados o sigilo e o anonimato. A sua participação poderá envolver riscos mínimos, como os seguintes: conflitos entre o que pensa e o que imagina que deve ser respondido; insegurança quanto à melhor resposta que deve ser fornecida; desconforto por ser perguntado sobre assuntos que podem lhe gerar certo acanhamento ou constrangimento. Contudo, caso isso ocorra, por gentileza, fique à vontade em interromper a sua participação, em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer penalidade, conforme orientação: “O participante da pesquisa que vier a sofrer qualquer tipo de dano resultante de sua participação na pesquisa, previsto ou não no Registro de Consentimento Livre e Esclarecido, tem direito a assistência e a buscar indenização”.

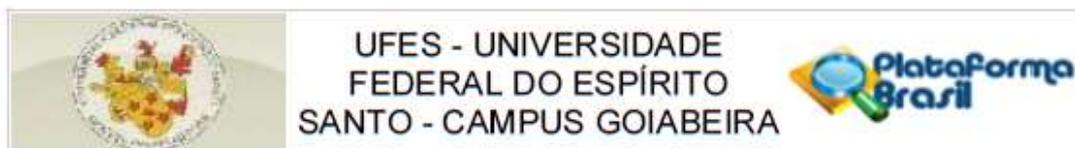
Os procedimentos adotados nesta pesquisa obedecem aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde. As informações obtidas serão analisadas em conjunto com a de outros participantes, sendo garantido o sigilo; a privacidade; a retirada do consentimento em qualquer fase da pesquisa; o direito a buscar indenização em caso de eventual dano dela decorrente; a confiabilidade dos resultados obtidos.

As dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas com a pesquisadora responsável, via e-mail Lorrara.imagawa@gmail.com e através do seguinte contato telefônico (27) 999960484. Já em caso de denúncias e/ou intercorrências na pesquisa, entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) pelo telefone (27) 3145-9820, pelo e-mail cep.goiabeiras@gmail.com, pessoalmente ou pelo correio, no seguinte endereço: Av. Fernando Ferrari, 514, Campus Universitário, sala 07 do Prédio Administrativo do CCHN, Goiabeiras, Vitória/ES, CEP 29.075-910. Este termo será redigido em duas vias, que serão assinadas e rubricadas em todas as páginas por você e por mim, pesquisadora, sendo garantida a você, a posse de uma dessas vias.

Declaro que fui devidamente informado e esclarecido sobre o presente documento, entendendo todos os termos acima expostos, os riscos, os benefícios e os procedimentos, e que voluntariamente aceito participar deste estudo. Eu, _____, tenho ciência do exposto e manifesto, livremente, meu desejo em participar da pesquisa. Vitória, ES, ____ de _____ de _____.

Assinatura do participante

Lorrara Silvyia Imagawa de Oliveira



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UM ESTUDO COM AFROEMPREENDEDORES DO ESPÍRITO SANTO

Pesquisador: LORRARA SILVYA IMAGAWA DE OLIVEIRA

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 21465319.1.0000.5542

Instituição Proponente: Programa de Pós-Graduação em Administração da UFES

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.781.632

Apresentação do Projeto:

Trata-se de um Projeto apresentado ao Programa de Pós-graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Esse estudo pretende investigar como a identidade negra influencia no processo de empreender negócios étnicos. Esse estudo se propõe a contribuir com reflexões sobre novas maneiras de inserção dos negros no mercado de trabalho e a valorização da identidade do empreendedor e do consumidor negro por meio de produtos e serviços específicos a sua cultura.

Seus resultados podem contribuir para um melhor direcionamento de políticas públicas que promovam a inclusão e aumentem a participação de pessoas negras na economia capixaba.

Hipótese: Analisar como o afroempreendedorismo tem influenciado a relação dos negros residentes do Espírito Santo com o mercado de trabalho.

Objetivo Primário: Analisar a construção da identidade negra e sua relação com o empreendedorismo, partindo de aspectos socioeconômicos até os relatos de momentos da história de vida dos sujeitos de pesquisa. **Objetivo Secundário:** Compreender a relação dos afroempreendedores com o mercado de trabalho em dois momentos.

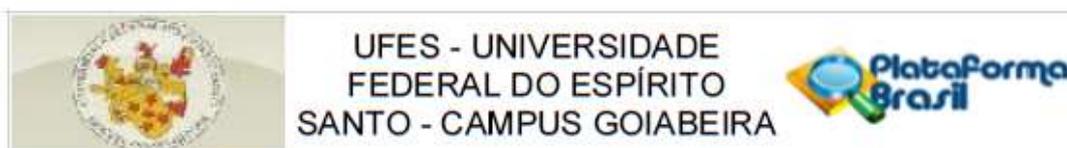
Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN

Bairro: Goiabeiras **CEP:** 29.075-910

UF: ES **Município:** VITORIA

Telefone: (27)3145-9820

E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 3.781.632

No primeiro momento, entender como foram as suas experiências com o trabalho antes dos empreendimentos sociais e no segundo momento, entender e comparar como está sendo sua experiência com um negócio que parte da valorização da identidade negra.

Metodologia Proposta:

Este estudo adota a pesquisa qualitativa descritiva, com estratégia de investigação narrativa, por permitir explorar e entender o significado que os indivíduos ou grupos atribuem a um problema social. A produção de dados a partir da coleta documental, será realizada por meio da análise de artigos, publicações e entrevistas vinculadas na mídia de ONGS, ativistas, coletivos e organizações sociais do Espírito Santo. Para compor a produção dos dados também será feita uma observação no local de trabalho dos afroempreendedores.

A técnica de observação consiste na obtenção de dados advindos do acompanhamento do cotidiano de trabalho dos informantes.

A coleta de dados também será composta pelas 10 entrevistas face a face com os afroempreendedores onde por meio das palavras das sujeitas de pesquisa buscaremos captar seus pontos de vista sobre os temas pretendidos (CRESWELL, 2007).

Os participantes irão responder às perguntas de uma entrevista cuja participação leva aproximadamente 60 minutos. A entrevista será gravada e posteriormente, transcrita. A entrevista será feita no ambiente de trabalho do participante entrevistado. A observação será feita no local de trabalho dos empreendedores por três dias, durante três horas em cada dia, a serem combinados de acordo com a disponibilidade dos trabalhadores.

A análise envolverá leitura em profundidade das entrevistas transcritas a fim de perceber categorias temáticas emergentes dos dados para discutir com embasamento do referencial teórico os dados analisados. As notas de campos tomadas na observação participante serão utilizadas para compor a análise de dados. Será utilizado trechos das falas dos entrevistados para compor a análise de dados.

Critério de Inclusão:

Se autodeclarar negro, residir no Espírito Santo e ser afroempreendedor.

Critério de Exclusão:

Não se autodeclarar negro, não residir no Espírito Santo e não ter um produto pensando para o público negro.

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
Bairro: Goiabeiras **CEP:** 29.075-910
UF: ES **Município:** VITORIA
Telefone: (27)3145-9820 **E-mail:** cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer 3.781.632

No que tange a questão ocupacional, será considerado afroempreendedor, todo indivíduo que comercializa um produto ou serviço que tenha objetivos econômicos, como a geração de renda, e objetivos sociais voltados para a valorização da identidade negra, independente de formalização, porte ou estrutura.

Cabe ressaltar que não será restrito a pesquisa a um único setor de atividade econômica e social, procurando encontrar empreendimentos de diferentes segmentos para ampliar o entendimento de diversas atividades e para não restringir as possibilidades de indivíduos aptos a participarem do estudo

Metodologia de Análise de Dados:

Para análise dos dados desse estudo, será utilizado a análise de narrativas.

A análise de narrativa é uma técnica apropriada aos objetivos propostos desse estudo, pois segundo as autoras Zacarelli e Godoy (2013) a narrativa é considerada uma ferramenta metodológica onde a extração de dados para construções de narrativas pode-se dar a partir de entrevistas, observações e seleção de documentos, dentre outras formas, levando-se em consideração os atores e contextos envolvidos, a fim de se conseguir expressar suas construções históricas. A análise envolverá leitura em profundidade das entrevistas transcritas a fim de perceber categorias temáticas emergentes dos dados para discutir com embasamento do referencial teórico os dados analisados. As notas de campos tomadas na observação participante serão utilizadas para compor a análise de dados.

Será utilizado trechos das falas dos entrevistados para compor a análise de dados.

Objetivo da Pesquisa:

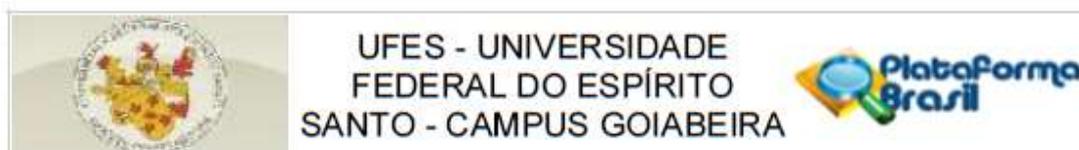
Objetivo Primário:

Analisar a construção da identidade negra e sua relação com o empreendedorismo, partindo de aspectos socioeconômicos até os relatos de momentos da história de vida dos sujeitos de pesquisa.

Objetivo Secundário:

Compreender a relação dos afroempreendedores com o mercado de trabalho em dois momentos. No primeiro momento, entender como foram as suas experiências com o trabalho antes dos empreendimentos sociais e no segundo momento, entender e comparar como está sendo sua experiência com um negócio que parte da valorização da identidade negra.

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
Bairro: Goiabeiras **CEP:** 29.075-910
UF: ES **Município:** VITÓRIA
Telefone: (27) 3145-9820 **E-mail:** cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 3.781.632

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

A participação poderá envolver riscos mínimos, como os seguintes: conflitos entre o que pensa e o que imagina que deve ser respondido; insegurança quanto à melhor resposta que deve ser fornecida; desconforto por ser perguntado sobre assuntos que podem lhe gerar certo acanhamento ou constrangimento. Contudo, caso isso ocorra, terão liberdade para interromper a participação, em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer penalidade, conforme orientação: "O participante da pesquisa que vier a sofrer qualquer tipo

de dano resultante de sua participação na pesquisa, previsto ou não no Registro de Consentimento Livre e Esclarecido, tem direito a assistência e a

buscar indenização". Benefícios: Provocar reflexões sobre o tema e a valorização desse profissional.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa apresenta relevância social e acadêmica pois trata de uma temática atual e pouco discutida na sociedade, seus resultados irão colaborar para refletir sobre a temática étnico-racial e trabalho.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

A pesquisadora apresenta todos os termos adequados de acordo com a Resolução 466/12 e 510/16.

A pesquisadora realizou as adequações solicitadas no parecer consubstanciado nº3.672.604 de 30 de outubro de 2019.

Recomendações:

não há

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

não há.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1424150.pdf	20/11/2019 19:07:17		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura	Anexo_brochura.pdf	20/11/2019 19:06:53	LORRARA SILVYA IMAGAWA DE	Aceito

Endereço: Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN

Bairro: Goiabeiras

CEP: 29.075-910

UF: ES

Município: VITORIA

Telefone: (27)3145-9820

E-mail: cep.goiabeiras@gmail.com



Continuação do Parecer: 3.781.632

Investigador	Anexo_brochura.pdf	20/11/2019 19:06:53	OLIVEIRA	Aceito
Cronograma	Anexo_cronograma.docx	20/11/2019 19:03:19	LORRARA SILVYA IMAGAWA DE OLIVEIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Anexo_TCLE.docx	20/11/2019 19:03:07	LORRARA SILVYA IMAGAWA DE OLIVEIRA	Aceito
Folha de Rosto	Anexo_folhaderosto.pdf	09/09/2019 07:57:38	LORRARA SILVYA IMAGAWA DE OLIVEIRA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

VITORIA, 18 de Dezembro de 2019

Assinado por:
KALLINE PEREIRA AROEIRA
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Fernando Ferrari,514-Campus Universitário, Prédio Administrativo do CCHN
Bairro: Goiabeiras **CEP:** 29.075-910
UF: ES **Município:** VITORIA
Telefone: (27)3145-9820 **E-mail:** cep.goiabeiras@gmail.com