

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

AMANDA ALVES CAMPOS

**A VALORIZAÇÃO DO NEGRO NO BRASIL E O  
AFROEMPREENDEDORISMO**

Mariana-MG

2018

AMANDA ALVES CAMPOS

**A VALORIZAÇÃO DO NEGRO NO BRASIL E O  
AFROEMPREENDEDORISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> Déborah K. N. Pessoa

Mariana-MG

2018

C198v Campos, Amanda Alves.  
A valorização do negro no Brasil e o afroempreendedorismo [manuscrito] /  
Amanda Alves Campos. - 2018.

28f.: il.: tabs.

Orientadora: Profª. MScª. Deborah Kelly Nascimento Pessoa.

Monografia (Graduação). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de  
Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Econômicas e  
Gerenciais.

1. Empreendedorismo - Negros - Teses. 2. Negros - Brasil. I. Pessoa,  
Deborah Kelly Nascimento . II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU: 305(=013)

Catálogo: [ficha@sisbin.ufop.br](mailto:ficha@sisbin.ufop.br)

**FICHA DE APROVAÇÃO**

**AMANDA ALVES CAMPOS**

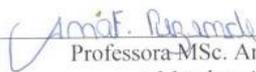
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado junto ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, como requisito à obtenção do Título de Bacharel.

Orientadora: Profª. DSc. Deborah Kelly Nascimento Pessoa

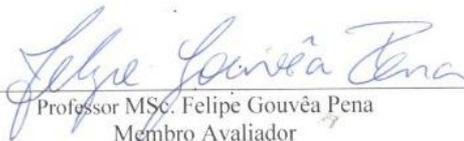
**COMISSÃO EXAMINADORA**



Professora DSc. Deborah Kelly Nascimento Pessoa  
Orientadora e Presidente da Banca



Professora MSc. Ana Flávia Rezende  
Membro Avaliador



Professor MSc. Felipe Gouvêa Pena  
Membro Avaliador

Mariana, 12 de julho de 2018.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família que tanto me deu suporte para que durante esses quatro anos pudesse realizar a minha graduação. À minha querida mãezinha muito obrigada pelas eternas ligações que não me deixavam sentir a distância. Ao meu paizinho pelas conversas cheias de conhecimento quando ia à BH, pelas trocas e pela negritude que fomos conhecemos juntos. À Aninha, minha irmanzinha, que me ensina sobre o tempo, o funk, religião e me apoiou esse interessou por esse momento da minha vida. À minha tia Wania por todo carinho e suporte e ao José meu amorzinho que cuidou de vocês por todo esse tempo.

Às moitas muitíssimo obrigada por toda a vivência e tamanhas trocas, obrigada por fazer valer o meu direito à moradia socioeconômica sem tradições violentas. Em especial às Repúblicas Federais Zona e Taqueupa que foram o meu lar durante esse tempo. Um grande abraço aos amigos e amigas Marina, Simeia, Gustavo, Ruty, Vampeta, Zulmira e Junior.

Aos meus amigos maravilhosos que mesmo à distância estiveram comigo Ana Elisa, Renata e Rodrigo.

Às companheiras e companheiros de luta, as pessoas incríveis movidas a gasolina do Ocupa ICSA, obrigada pela vivência incrível, pela inspiração, pela resistência, conhecimento aprendido, melhores comidas goles, e chás, amo vocês!

Às pessoas maravilhosas dessa UFOP que tornaram os dias mais lindos, obrigada Sr Nativo, Tita, Marcinho, Branco, Sr Edson, Sandra e à toda galera do ru. Agradeço à Miria, Cláudio, Juninho, Rosa, Ediléia, Eva, Taynara e Lelé pela presença e conversas em todos esses dias. Aos grupos Forró de Ouro, PET ICSA agradecimento imenso e carinho.

Muito obrigada pelo eterno aprendizado, às minhas amigas de ADM, trabalhos sensacionais e comilança Anne, Flávia e Nati meu carinho imenso e eterno à vocês.

E meu amor imenso pelas pessoas queridas e amadas que apareceram por esse caminho. Agradeço ao Ailson pelos ensinamentos e amizade revigorante, à Sabrina pela amizade mais sinceras e funks mais pesados, à Dezza pelas risadas e conversas especiais, ao Will amizade diretamente do Texas com episódios em Mariana, e Kátia amiga que me inspira sempre em todos os sentidos.

E meu agradecimento e carinho especialmente aos que me proporcionaram alegria, carinho e uma possibilidade de um tcc mais leve, Fabrício, Emerson e Alan. Vocês foram maravilhosos e só tenho agradecer pelas trocas, a calma quando eu só era desespero, pelos goles, festas e comidas que aproveitamos juntos, vocês são lindos!

## RESUMO

O afroempreendedorismo tem sido relevante no Brasil nos últimos anos, fatores como o aumento de autodeclarações negras, para mais em relação ao total de empreendedores brasileiros em que a maioria são negros devem ser investigados. Este trabalho busca analisar como a valorização do negro no Brasil tem influenciado os afroempreendedores. Para viabilizar esta pesquisa utilizou-se a metodologia qualitativa descritiva, juntamente com a coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas em que os sujeitos são cinco afroempreendedores da cidade de Belo Horizonte. As entrevistas foram analisadas por meio da análise de conteúdo e foram categorizadas para posterior discussão. A partir da investigação realizada foi constatado que o racismo é um companheiro constante do afroempreendedor, outro aspecto é reconhecimento de empreendedores que não trabalham com tema étnico como afroempreendedores, a representatividade se mostra relevante para a população negra pensar em empreender, além disso a mobilidade socioeconômica é um dos fatores que mexem com o lugar do negro dentro da sociedade brasileira, e a realização profissional se destaca como resultado a partir do momento em que se identifica que o negro está ocupando um lugar que fora durante anos majoritariamente branco.

**Palavras Chaves:** afroempreendedorismo; empreendedorismo negro; negro no Brasil;

## **ABSTRACT**

The Afro-entrepreneurship has been relevant in Brazil in recent years, factors such as the increase in black self-declarations and the statistic in which more than half of Brazilian entrepreneurs are black should be explored. This work searches to understand how the valorization of the Negro in Brazil has influenced black entrepreneurs. To make this research viable, the qualitative descriptive methodology was used, along with the data collection through semi-structured interviews in which the subjects are Afro-entrepreneurs from Belo Horizonte. The interviews were analyzed by means of categories and later by a discussion. Based on the research carried out, it was verified that racism is a constant companion of the afro entrepreneur, another aspect is recognition of entrepreneurs who do not work with ethnic theme as afro-entrepreneurs as well, the representativity proves relevant for the black population to think about undertaking, besides the mobility socioeconomic is one of the factors that affect the place of the black people in Brazilian society, and professional achievement stands out as a result from the moment it is identified that the Negro is occupying a place that had been for years mostly white.

**Key Words:** Afro Enterprises; afro entrepreneur; black entrepreneurship; black in Brazil;

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Quadro 1:</b> Categorias de Pesquisa.....	16
--	----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 NOTAS SOBRE O NEGRO BRASILEIRO.....</b>	<b>9</b>
<b>3 AFROEMPREENDEDORISMO.....</b>	<b>12</b>
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>
<b>5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>16</b>
5.1 Raízes BH.....	16
5.2 Filha da Lua - Moda e Axé.....	16
5.3 Quem.....	17
5.4 Livraria BANTU.....	17
5.5 Salão Nega Iza Cabelos.....	18
5.6 Análise das Categorias.....	19
5.7 Discussão.....	21
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>23</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>25</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos no Brasil a identidade negra vem se afirmando e valorizando de forma mais acentuada, isso pode ser observado no aumento das autodeclarações negras no Relatório das Desigualdades Raça Gênero Classe realizado pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa Gemaa (2017) no período de 2011 e 2015.

Essa valorização da identidade negra pode resultar em diversas movimentações que irão refletir em nossa sociedade, como uma maior - que não significa satisfatória - representatividade de homens e mulheres negros em locais que culturalmente são ocupados por maioria branca.

Essa representatividade negra pode ser encontrada no aumento de 29% no número de de empreendedores negros no intervalo entre 2001 e 2011, como também no aumento de 37% no faturamento desses afroempreendedores (SEBRAE, 2013).

Além disso, a IV Pesquisa do Perfil Socioeconômico e Cultural dos Estudantes de Graduação das Instituições Federais de Ensino Superior Brasileiras realizada em 2014 pela Andifes, comprova que houve aumento no número de alunos negros inseridos no ensino superior federal brasileiro.

No âmbito dos estudos organizacionais, o debate sobre o tema raça tem recebido destaque nos últimos anos. A questão da identidade racial, relações de gênero e raça, ou práticas de resistência têm recebido atenção especial, como no trabalho de Rezende (2017) intitulado “Cabelo meu! Se você não fosse meu, eu não seria tão eu”: identidade racial a partir da valorização do cabelo afro em salões étnicos”; ou como estudo de Pena (2017) intitulado “Um território (re)apropriado?: a dinâmica territorial da cozinha em meio a relações sociais de gênero e raça”; ou como o estudo de Teixeira (2015) chamado “As artes e práticas cotidianas de viver, cuidar, resistir e fazer das empregadas domésticas”; ou como no trabalho de Rosa (2014) intitulado “Relações Raciais e Estudos Organizacionais no Brasil”. Esse contexto revela que o tema raça tem se mostrado relevante no âmbito do debate na Administração e nos Estudos Organizacionais.

Nesse contexto representado pelo maior número de afroempreendedores, que corresponde a mais da metade da população empreendedora brasileira, pela maior inserção de negros no ensino público superior e pelo maior número de autodeclarações negras, questiona-se como a “valorização do negro” tem interferido no surgimento e desenvolvimento de afroempreendimentos. Diante do exposto, foi direcionada a seguinte pergunta de pesquisa: Como tem sido a atuação dos afroempreendedores na atualidade?

Para responder a essa questão de pesquisa, este trabalho delineou como objetivo principal identificar como a valorização do negro no Brasil tem influenciado os afroempreendedores. Espera-se que as contribuições acadêmicas proporcionadas por este trabalho favoreçam a ampliação de estudos sobre questões étnicas raciais dentro do âmbito da Administração e dos Estudos Organizacionais, considerando a grande relevância do tema. Socialmente este trabalho é significativo por reforçar a necessidade do debate racial no país e fortalecer a discussão sobre a representatividade da população negra brasileira.

## **2 NOTAS SOBRE O NEGRO BRASILEIRO**

A organização socioeconômica africana é fundamentada, segundo Albuquerque e Fraga Filho (2016), em extensos laços de parentescos, em uma convivência de comunidades diferentes em uma mesma região e na taxação de impostos entre um povo e outro. Ademais existiam reinos africanos de prestígio como Mali e Kongo, pequenos povos e conjunto de comerciantes, que em alguns momentos poderiam entrar em confronto. Sendo assim, era usual que o grupo vencedor aprisionasse alguns membros do grupo derrotado e os tornassem escravos.

Essa prática ficou conhecida como escravidão doméstica, em que o escravo realizava serviços geralmente na agricultura. O cativo poderia acontecer também em casos de furto, homicídio, feitiços, infidelidade, em ato de penhora, escambo e aquisição (ALBUQUERQUE;FRAGA FILHO,2006).

A escravidão doméstica tomou proporções gigantescas entre o fim do século VII e meados do século VIII, tamanha era comercialização de indivíduos escravizados que a prática foi estruturada e aperfeiçoada pelos povos árabes. Outros países se envolveram no tráfico como Holanda, França, países do continente africano, Inglaterra, Espanha e sobretudo Portugal. Este último se destaca pelas dezenas de milhares de escravos traficados para o Brasil, destinados ao trabalho escravo na lavoura, na exploração aurífera e de outras pedras preciosas (ALBUQUERQUE;FRAGA FILHO, 2006).

O tráfico de africanos escravizados no início do século XVI para o Brasil era bastante rentável para os comerciantes. Inicialmente ele era praticado por portugueses que posteriormente, no século XVIII, foram substituídos por brasileiros que adquiriram conhecimento sobre todo o processo (AMARAL, 2011).

Esse comércio ilegal tornou a escravidão algo diferente do que era conhecido pelo continente africano. Na Escravidão Doméstica os escravizados eram introduzidos nas famílias, aqueles que tinham filhos nascidos na propriedade do dono não seriam colocados à

venda, e seus sucessores com o passar do tempo perderiam a condição de escravos e fariam parte da mesma linhagem (ALBUQUERQUE;FRAGA FILHO, 2006).

Os escravizados ainda na África eram aprisionados em galpões onde ficavam por semanas até a chegada do navio, durante a viagem – que poderia durar de 30 a 50 dias – eram grupos de 300 a 500 pessoas agrupadas em porões, inúmeras mortes ocorriam, e para que mais pessoas viajassem a quantidade de alimentos era reduzida (AMARAL, 2011).

Quando chegavam ao Brasil nos portos de Recife, Salvador, Rio de Janeiro e São Vicente, aqueles que ainda estavam vivos, eram direcionados inicialmente para funções como trabalhos em área costeira, no corte do pau brasil, e na colheita de cana de açúcar. Adiante eram conduzidos para o interior do país onde trabalhavam nas minerações, criação de gado, plantações de cacau, na procura por “drogas do sertão”, como também em atividades domésticas, em diversos tipos de obras públicas, e no comércio (AMARAL, 2011).

Em torno de 10 milhões de negros foram retirados do continente africano para serem escravizados, somente para o Brasil vieram em torno de 3 650 000, o maior consumidor do comércio escravo das Américas. A maioria deles eram da Guiné, Sudão, Congo, Angola e Moçambique (BIBLIOTECA NACIONAL, 1988).

Aqueles que trabalhavam em minas e lavouras para exportação, em períodos de colheita, chegavam a trabalhar entre 14 ou 16 horas sob condições inadequadas de vestimentas e alimentação. Normalmente as senzalas eram inapropriadas para moradia, as pessoas ali demandavam cuidados com a saúde considerando a regularidade com que contraíam tuberculose, disenteria, tifo, sífilis, verminose e malária, e em função disso após a chegada no país viviam entre 7 a 10 anos (BIBLIOTECA NACIONAL, 1988).

Em relação ao tratamento recebido, Moura (1988), ressalta que os cativos sofriam várias formas de violência física e moral quando eram insubordinados ou quando era da simples vontade de seus donos, além disso eram separados de seus familiares que eram vendidos a senhores distintos.

O fim do tráfico transatlântico foi motivado por pressões inglesas, o capitalismo demandava por uma mão de obra assalariada para consumo e não escrava, em 1831 foi instituída a primeira lei – Lei Feijó – que proibia a prática, mas que foi completamente ignorada pelo governo e traficantes e utilizada como distração para a Inglaterra, quem mais fazia pressão sobre o Brasil para o fim do tráfico. A proibição do tráfico de fato somente aconteceu em 1850 através da Lei Eusébio de Queiroz (COTA, 2011).

Posteriormente, em 1888, após outra incisiva pressão dos britânicos, foi implantada a Lei Áurea que extinguiu a escravidão no Brasil. Diante disso o negro naquele momento era

livre, mas sem condições dignas de sobrevivência, pois não foram concedidas oportunidades que o permitia se tornar um indivíduo com direitos civis, políticos e socioeconômicos (CORLETT *et al.*, 2012).

Desde 1870 o governo brasileiro estimulava a imigração de trabalhadores estrangeiros, em especial os europeus, destinados a lavoura da região Sudeste, ao fim do século XIX eram 1,13 milhões de imigrantes. Neste período o trabalho escravo ainda era utilizado e simultaneamente a ele a mão de obra assalariada (MARINGONI, 2011).

Com o excesso de imigrantes no país ao fim da escravidão os “libertos” passaram a fazer parte da população pobre do país, ampliando o número de desempregados, de trabalhos temporários, pedintes, crianças em situação de rua que influenciava diretamente no aumento da criminalidade (MARINGONI, 2011).

Esse processo de imigração ou embranquecimento ocorreu no Brasil, foi uma tentativa de inferiorizar o negro em vários aspectos, inclusive cientificamente. Nina Rodrigues, médico brasileiro e baiano, publicou alguns estudos sobre o aspecto mental do negro. Em uma das suas obras, Rodrigues (1957) faz afirmativas relacionadas ao intelectual negro, tratando-o como infantil que apresenta uma evolução lenta, conforme relatado no trecho a seguir.

Os negros africanos são o que são: nem melhores nem piores que os brancos: simplesmente eles pertencem a uma outra fase do desenvolvimento intelectual e moral. Essas populações infantis não puderam chegar a uma mentalidade muito adiantada e para esta lentidão de evolução tem havido causas complexas. Entre essas causas, umas podem ser procuradas na organização mesma das raças negríticas, as outras podem sê-lo na natureza do habitat onde essas raças estão confinadas. Entretanto, o que se pode garantir com experiência adquirida, é que pretender impor a um povo negro a civilização européia é uma pura aberração (RODRIGUES, 1957, p.114).

Cem anos após a abolição da escravatura, Moura (1988) elabora uma matéria para a revista *Princípios* para retratar a situação da população negra. Nessa matéria o autor relata que os negros e os não brancos no Brasil se concentram nas posições de baixa renda ou marginalização; os empregos de maior prestígio social não são ocupados por negros; em 1980 0,4% dos empregadores são negros.

O referenciado autor afirma, levando em conta o ano da publicação, que a desigualdade racial no país é tratada com naturalidade e o comportamento racista do branco brasileiro em relação a população negra era refletida nas estruturas brasileiras nos âmbitos sociais, da distribuição de renda, educacionais, na estrutura familiar, no índice de criminalidade e no acesso às oportunidades na sociedade capitalista.

Atualmente os negros brasileiros ainda vivenciam resultados da escravidão no país e de uma abolição que negou a população negra o direito de se tornar cidadãos e reparo aos séculos escravocratas.

O relatório “A distância que nos une: um retrato das desigualdades brasileiras.” elaborado pela OXFAN (2017) mostrou o abismo racial vivido no Brasil, o estudo mostra que caso siga o ritmo dos últimos anos a igualdade salarial, entre brancos e não brancos, só seria possível em 2089. Na atualidade, 67% dos negros recebem 1,5 salário mínimo.

Dados do Mapa da Violência 2015, elaborado por Waiselfisz, aponta que entre 2003 e 2013 o índice de feminicídio de mulheres negras aumentou em 54%, enquanto o feminicídio de mulheres brancas caiu em 10% no mesmo período.

De acordo com o Atlas da Violência, elaborado pelo IPEA e pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2018), considerando negros e não negros quanto a violência letal, seria como se os dois grupos étnicos morassem em países diferentes. No período de 2006 a 2016 o homicídio de homens negros aumentou em 23,10% à medida que o de homens brancos durante o mesmo período reduziu para 6,8%.

### **3 AFROEMPREENDEDORISMO**

Levando em consideração todo o contexto histórico do negro no Brasil, Monteiro (2013) pondera que a população afrobrasileira foi lesada de forma coletiva, que ascender de maneira social e econômica não será fácil se for de modo individual, assim a coletividade para esse propósito é fundamental fortalecer e tornar competente a população negra a fim de garantir possibilidades de ocuparem todos os espaços.

No Brasil, entre 1988 e 1991, algumas instituições foram criadas exclusivamente para empresários negros, como o Centro de Assessoramento e Coordenação Empresarial (CACE) na cidade de São Paulo, Centro de Estudos e Assessoramento de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros (CEM) e o Círculo Olympio Marques (COLYMAR) as duas no Rio de Janeiro (MONTEIRO, 2013).

Após o ano de 1995 surgiram os Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros (CEABRAS) e a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros (ANCEABRA). Estas instituições trabalhavam com empresas de diferentes portes, oferecendo orientações para as áreas administrativas dos seus associados, seminários, feiras, clubes de negócios, estímulo ao empreendedorismo, capacitação e treinamentos para afrobrasileiros (MONTEIRO, 2013).

Nesse contexto temos o conceito de afroempreendedorismo que está relacionado a ação de empreender protagonizada pelos indivíduos autodeclarados como negros (SILVA, 2017).

Complementarmente encontra-se na bibliografia o conceito de empreendedorismo, que foi definido por Boava (2006) como:

Conjunto de atividades que visam proporcionar ao empreendedor, no decurso de sua ação, plena liberdade. Tal liberdade se manifesta devido à ocorrência de uma ruptura com aquilo que lhe proporciona segurança e estabilidade. O estado de dependência em relação a fatores externos (existente na segurança e estabilidade) é substituído pela possibilidade de ser sujeito da ação. Sua base é transdisciplinar e teleológica, sustentando-se na busca pela realização plena do ser (BOAVA, 2006, p. 116).

O empreendedorismo negro é tratado como atividade essencial para desenvolver o país de forma socioeconômica através dos micro e pequenos afroempreendedores no Brasil (VILLAVARDE, 2014). O afroempreendedorismo no país é considerado uma estratégia de grande relevância para a população negra brasileira, em função da criação de empregos e renda para milhões de cidadãos, proporcionando auto identificação entre negros e negras se embasando com referências de sucesso que, conseqüentemente influencia na auto estima dessa população (MONTEIRO, 2001).

No Brasil com o passar dos anos foi se percebendo algumas estratégias praticadas por afroempreendedores como atos de resistência a um mercado com empreendedores majoritariamente brancos. A tática adotada pelos afroempreendedores foi a atuação mercadológica a partir da condição étnica, explorando a comercialização de produtos intrínsecos às necessidades do indivíduo, vontades, escolhas, das suas identificações que são a origem da concepção da sua identidade (ALMEIDA, 2013).

É interessante notar que desenvolver e fortalecer o afroempreendedorismo revela uma das particularidades do racismo, que mesmo quando o negro ao ascender economicamente ele continua a vivenciar o preconceito, os obstáculos enfrentados como a dificuldade na conquista da credibilidade de fornecedores e clientes (NOGUEIRA; MICK, 2013).

A comercialização de produtos que possuem embasamento na luta contra o racismo perpassa em diversos sentidos, não somente ao ato de consumir, mas inerente ao processo de construção da identidade negra por meio dos simbolismos. O produto voltado para a questão étnico racial no Brasil desenvolve dois papéis, o primeiro é a participação do mercado capitalista, e o segundo é o comércio sendo visto como posicionamento político considerando

a compreensão do ideal de embranquecimento que atua diretamente na subjetividade do negro brasileiro (ALMEIDA, 2013).

Os produtos étnicos conseguem chegar ao cliente – que possui necessidades de se manifestar por meios do consumo de itens relacionados concepção de negritude – atuando diretamente na construção do indivíduo afrobrasileiro atual contribuindo para os seus aspectos de afirmação, identidade, manifestações, vontades, expressões e diversidade. Sob essa ótica o afroempreendimento é um movimento político de inclusão representativa do negro, e obviamente de uma prática no âmbito empresarial (ALMEIDA, 2013).

Atualmente, tem-se como destaque o Festival Feira Preta um evento anual que começou em 2002, acontecendo há 16 anos na cidade de São Paulo. Trata-se do maior evento de empreendedorismo e cultura negra da América Latina. Ao longo dos anos o evento recebeu mais de 140 mil visitantes, contou em média com 700 expositores girando aproximadamente 4 milhões de reais, além de impulsionar o início, capacitar e estabilizar inúmeras pequenas empresas (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO, 2017).

Dados recentes apontam que dentre o total de empreendedores no país 38,5% são negros enquanto os brancos ocupam 31,6% desse total. Dentro do universo de afroempreendedores: 45% são mulheres; 39% são jovens de até 34 anos; apenas 30% possuem o primeiro grau concluído; enquanto 50% dos negros empreendedores ganham até 2 salários mínimos 40% dos empreendedores brancos participam dessa faixa de renda; outro ponto é que os empreendedores negros empregam e faturam menos que os brancos (SEBRAE, 2017).

Nesse contexto, ressalta-se ainda que o afroempreendedor tem mais dificuldade em abrir o seu negócio, considerando que negros e negras possuem acesso reduzido a serviços bancários (GOVERNO DO BRASIL, 2017).

#### **4 METODOLOGIA**

Busca-se investigar neste trabalho, por meio da metodologia qualitativa descritiva, de qual forma a valorização da identidade negra tem influenciado o afroempreendedorismo na atualidade, compreender qual a ligação entre esses sujeitos, em específico o público negro, e o início e desenvolvimento dos afroempreendimentos.

A metodologia qualitativa busca responder indagações peculiares. Ela lida com fatos que não serão possíveis quantificar, desta forma procura compreender os fenômenos em sua essência, buscando pelos seus conceitos, anseios, razões entre outros que fazem parte do entendimento do comportamento humano (MINAYO, 2002).

Portanto o convívio dos sujeitos, suas ideias e propósitos são o que justifica a pesquisa qualitativa pois não são mensuráveis, assim sua real intenção é investigar esses fenômenos (MINAYO, 2002).

A investigação descritiva evidencia particularidades a respeito de um grupo populacional ou evento em específico, além da capacidade de correlacionar entre variáveis determinar sua essência (VERGARA, 2009).

Os sujeitos desta pesquisa foram afroempreendedores, empreendedores negros, localizados na cidade de Belo Horizonte e que atuam nos setores de moda, beleza, livrarias e editoras. O acesso a esses empreendimentos foi obtido por acessibilidade. Todas as empresas autorizaram a divulgação dos resultados das entrevistas

Para a coleta de dados foram utilizadas entrevistas semiestruturadas por permitir uma maior flexibilidade no momento do diálogo que melhora a investigação, podendo trazer novos elementos. É usual também que as entrevistas em profundidade que possibilitem examinar as respostas a fim de apontar motivações que podem estar ocultas durante a entrevista (HAIR *et al.*, 2007).

Assim, as entrevistas semiestruturadas em profundidade deste trabalho visaram identificar motivações, peculiaridades que fazem parte do cotidiano dos entrevistados e estruturas sociais em que estão inseridos. Possibilitando identificar a relação entre esses aspectos e a valorização da identidade e cultura negra, juntamente com a sua atuação enquanto afroempreendedor.

A análise de conteúdo foi utilizada como método de tratamento dos dados coletados. Este tipo de análise permitiu uma interpretação do conteúdo para que definições temáticas pudessem ser estabelecidas (CHIZZOTTI, 2014). Como resultado da análise foram estabelecidas três principais categorias da pesquisa. Bardin (1977) afirma que a categorização é uma síntese, uma representação reduzida dos dados coletados, e pode ser definida como espécie de catalogação utilizando da distinção e novamente uma compilação segundo o gênero de elementos que constituem um conjunto.

Quadro 1: Categorias da Pesquisa

<b>CATEGORIAS</b>	<b>UNIDADES DE SENTIDO</b>
<b>Obstáculos</b>	<i>Racismo</i>
	<i>Machismo</i>
<b>Afroempreendedor</b>	<i>Motivação</i>
	<i>Resistência</i>

	<i>Ocupação de Novos Espaços</i>
<b>Empoderamento Negro</b>	<i>Mobilidade Socioeconômica</i>
	<i>Representatividade</i>
	<i>Realização Profissional</i>

Fonte: Dados da pesquisa.

Essa categorização, exposta no Quadro 1, será discutida em detalhes na próxima seção.

## 5. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir, são apresentados os cinco afroempreendimentos da cidade de Belo Horizonte, estudados neste trabalho. Eles atuam nos setores da moda, beleza e livrarias. Adiante, discorre-se uma análise dos dados, embasada a partir do referencial teórico.

### 5.1 Raízes BH

O afroempreendimento atua no setor da moda há quatro anos na cidade de Belo Horizonte. Os produtos da grife abrange brincos, turbantes e roupas com a temática afro. O seu diferencial é identificado por meio da mescla entre diferentes tecidos mais usuais – malha e seda – com tecidos africanos tradicionais de alguns países como: Guiné, Angola e Benim. Além disso sua produção não é em grande escala, desta forma a grife atua com exclusividade. O empreendimento se define como uma “moda alternativa e exclusiva” (RAÍZES BH, 2018).

A Raízes BH foi fundada pela empresária Elizabete Caetano, mulher negra, que trabalha como vigilante na área da segurança. Dentro de sua grife é a idealizadora dos designs de suas peças. Além de Elizabete, a empresa também possui uma costureira para execução dos projetos, a Perla Ribeiro.

Raízes BH é uma empresa virtual, que utiliza de plataformas digitais como o *Facebook*, *Whatsappe* *Instagram* para divulgação de seus produtos, negociações, vendas a atendimento aos clientes. Essas plataformas proporcionaram a marca uma maior visibilidade que faz com que tenha clientes e envie produtos a outros estados brasileiros, como: Bahia, Espírito Santo e Rio de Janeiro. A empresa também é itinerante e participa de diversas feiras em diferentes cidades do Brasil.

### 5.2 Filha da Lua - Moda e Axé

A Filha da Lua é uma marca que trabalha com design de acessórios, artesanato e roupas voltados para a moda afro e religiões afro-brasileiras: Candomblé e Umbanda. Há 6 anos atua na cidade de Belo Horizonte e o diferencial da grife está em seus produtos inspirados pelas religiões de matriz africana, um segmento ainda pouco explorado no país.

Sua missão é a desmistificação acerca das religiões afrobrasileiras, a luta contra a intolerância religiosa, e principalmente a apresentação da moda afro e o culto de matriz africana para o público que não conhece, mas que simpatiza com a cultura. Como visão tem o objetivo de tornar a marca reconhecida mundialmente. Seus valores são a sustentabilidade e elaboração dos produtos “de coração para coração”.

A marca foi fundada pela designer e costureira Vivian Paola, graduada em moda pela UNA em 2012. A empreendedora elabora o design e executa a confecção de suas peças – tornando-as personalizadas – além disso conta com o um auxiliar, que é o seu marido, se caracterizando como uma empresa familiar.

A Filha da Lua é uma empresa virtual que está presente no *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebooke* no site de vendas Elo7 que possui alcance mundial. Por meio dessas plataformas são realizados os atendimentos aos clientes e as negociações. As redes sociais auxiliam a marca em sua expansão atendendo clientes no Brasil, e também em outros países como: França e Itália. É também uma marca itinerante, que está presente em feiras com temáticas afros.

### 5.3 Quem

A Quem é um afroempreendimento que atua no setor da moda, localizada na cidade de Belo Horizonte, foi criada em 2014. A marca trabalha com diversos produtos como: bonés, viseiras, gorros, vestuário, brincos, bolsas e pochetes. A linha de roupas desenvolvidas pela Quem apresentam o estilo *StreetWear* – estilo urbano – a marca se destaca dentre as outras por oferecer aos seus clientes peças com tamanho diferenciado. Outros aspectos trabalhados são o grafite e o minimalismo, que estão presentes em suas criações.

A Quem foi idealizada por Eduardo Souza, e inicialmente as funções eram realizadas por três pessoas: Eduardo, TSade e Aragão. A parceria não deu certo. Foi quando Suellen Sampaio passou a fazer parte do empreendimento, dando continuidade até hoje.

Eduardo Souza é também educador social, serigrafista e grafiteiro. Suellen Sampaio é educadora social, dançarina de dança afro brasileira e preparadora corporal. A Quem conta ainda com uma equipe de apoio composta pelos modelos Maxuell Menezes e Milena Badu.

A marca é itinerante e virtual. Está presente em feiras e principalmente em eventos da cultura hip-hop na cidade, e por meio de redes como o site da Quem, Facebook e Instagram realiza vendas e divulgação.

#### **5.4 Livraria BANTU**

A Livraria BANTU é um empreendimento que começou em 2014 e está localizada em Belo Horizonte. A BANTU possui um acervo com obras somente de autoria negra, alguns dos temas encontrados são: literatura negra, biografias, materiais pedagógicos, literatura estrangeira, África, ficção, poesia, literatura africana, entre outros.

O diferencial apresentado pela BANTU é disponibilidade de livros de autoria negra de editoras pequenas; autores independentes; exemplares das grandes editoras, estes ainda que mais acessíveis, logo se esgotam em grandes livrarias que oferecem poucas quantidades; e o trabalho corpo a corpo, acreditam que o atendimento presencial é significativo, considerando a conversa com o cliente em que é apresentado um pouco mais sobre a maioria das obras do acervo.

A fundadora Etiene Martins graduou em jornalismo e publicidade pela UNA em 2012, atua como jornalista e apresentadora na Rádio Autêntica em Belo Horizonte, foi a idealizadora do Jornal Afronta, atuou como coordenadora de igualdade racial da cidade de Sabará e também trabalha na prefeitura da cidade. A BANTU possui dois funcionários: Etiene Martins e Marcos Pereira.

Etiene Martins idealizou a Livraria em 2014 e começou a comercializar de forma itinerante frequentando feiras e eventos afros. A partir de 2018 um espaço físico foi inaugurado a fim de atender a uma demanda dos clientes que frequentavam as feiras e eventos e perguntavam onde poderiam encontrar a livraria. Além disso por meio do Instagram, e Facebook, realizam divulgação da marca, contato com o cliente, e comercialização de alguns exemplares.

#### **5.5 Salão Nega Iza Cabelos**

O Salão Nega Iza Cabelos é um empreendimento com 15 anos de mercado no ramo da beleza, possui três unidades, duas no centro de Belo Horizonte e uma na cidade Contagem (região metropolitana de Belo Horizonte). O Nega Iza oferta serviços como: alongamentos de cabelos, aplique de fitas e próteses capilares, permanente afro, relaxamento, cortes, *dreads*, tranças, maquiagens entre outros.

O Salão é especializado na venda e compra de cabelos naturais, que é realizado em uma das unidades; é especialista em cabelos étnicos principalmente em relação ao *megahair*. Conta com uma equipe de 35 profissionais qualificados e treinados em cabelos étnicos. Foi um dos pioneiros a trabalhar na cidade com as técnicas de *megahaire* se tornou referência para muitos.

O empreendimento foi idealizado por Izaura Maria Emílio da Silva, que há mais de 20 anos começou o trabalho como cabeleireira em sua casa. Foi para São Paulo em 1998 onde trabalhou, aprendeu e adquiriu experiência em um dos maiores salões da Av. Paulista. Ao voltar em 2003 começou o seu empreendimento em Belo Horizonte, que rapidamente precisou ser transferido para um espaço maior na cidade.

A empresa está presente em várias redes sociais como: *Facebook*, *YouTube* e *Instagram* utilizando frequente para a manutenção do contato com o público, divulgação e valorização da marca.

## 5.6 Análise das Categorias

Como resultado da análise das entrevistas com os empreendedores, foram identificadas três principais categorias: **obstáculos, afroempreendedor e empoderamento negro**.

A categoria **obstáculos** foi observada como o conjunto de elementos que irão tornar mais árdua a trajetória do indivíduo negro enquanto empreendedor. Elementos que o diferenciam de um empreendedor não branco e que pode ser um empecilho para o sucesso do negócio. Estão agrupadas na discussão sobre obstáculos as subcategorias: *racismo e machismo*.

O *racismo* é encontrado em diversos aspectos na vida do afroempreendedor, no momento em que não é pensado na possibilidade de recorrer a um crédito bancário por ser negro, que teme a discriminação por sua cor de pele ou pelo tipo de empreendimento que será desenvolvido. Outro aspecto identificado é a inferiorização de seus produtos pelas pessoas que desconfiam de sua procedência, conforme relatado na fala de Elizabete.

E tipo assim a pessoa já te olha com aquela coisa tipo assim oh, você não foi, você não é capaz de fazer isso. Então tem alguém ali atrás de você! Você hoje tá falando de uma coisa que tipo assim será que isso é seu mesmo. Será que foi você a idealizadora desse projeto? A criadora dessas roupas? Né? Já ouvi muito isso. “Mas aonde que ce compra? Não mas é porque assim, será que sai mais barato se eu comprar onde você compra? Quem que te fornece?”. Gente mas sou eu mesma! (Elizabete Caetano - Raízes BH).

O *machismo* está presente na vida das afroempreendedoras, além do racismo como um obstáculo enfrentado. As mulheres em grande parte não vistas como protagonistas do negócio, é julgado que um homem está por trás da idealização do seu negócio, de acordo com a narração da proprietária da Raízes BH:

Será que foi você a idealizadora desse projeto? A criadora dessas roupas? Né? Já ouvi muito isso. “Mas aonde que ce compra? Não mas é porque assim, será que sai mais barato se eu comprar onde você compra? Quem que te fornece?”. Gente mas sou eu mesma.  
São inúmeras vezes isso, as pessoas acharem, com certeza, que por ser negra, eles acharam que atrás de mim tinha um homem, e branco né! (Elizabeth Caetano - Raízes BH).

A segunda categoria, **afroempreendedor**, mostra os aspectos que irão esclarecer as diferenças entre um empreendedor negro e um não negro. Conta com os seguintes subcategorias: *motivação, resistência, ocupação de novos espaços*.

Três dos entrevistados, idealizaram o seu negócio a partir de demandas da população negra que não eram atendidas pelo mercado. A partir disso começaram a ofertar produtos e serviços de qualidade que eram ignorados por empresas de grande ou pequeno porte. Um exemplo está na narração da experiência da afroempreendedora Vivian:

A roupa religiosa eu comecei a costurar antes mesmo de entrar na faculdade. Eu já costurava porque não tinha ninguém, tanto as costureiras católica como evangélica não faz. Ai estreitou muito principalmente no bairro onde eu morava que era no Sagrada Família. Não tinha costureira. E aí tinha uma galera precisando de roupa de terreiro, saia e tal. Aí eu falei assim eu vou fazer um curso de costura, e aí foi aí que eu comecei (Vivian Paola - Filha da Lua).

A *resistência* é identificada como momentos e experiências que fazem parte do cotidiano do afroempreendedor e o difere do empreendedor branco. A maioria dos empreendedores dividem a carreira entre o empreendimento e outros trabalhos, não possuem funcionários e sua atuação é muitas vezes virtual devido a falta de recursos para se estabelecer em um espaço físico, como afirma Vivian Paola:

Sim, tenho vontade de montar uma loja física, mas na verdade isso vai visar uma estrutura um pouco maior. Porque aí com uma loja física, eu imagino que eu tenha que ter alguns funcionários, né. No mínimo ou costurar para mim, ou estar na loja para mim. E aí... requer uma estrutura um pouco

maior, principalmente um investimento financeiro né? Um pouco maior...  
(Vivian Paola - Filha da Lua).

Na subcategoria *ocupação de novos espaços*, os afroempreendedores afirmam que o negro pode ocupar outros espaços e reconhece que essa ocupação já acontece. Apesar da grande tendência atual da temática ética africana, alguns empreendedores não encaixam nesse perfil e acreditam que ser afroempreendedor não é só o negro que possui seu trabalho inspirado na África, é aquele que empreende em várias áreas. Etiene Martins compartilha dessa opinião:

Eu acho que o bacana do afroempreendedor que trabalha com... a temática de trabalho a questão racial, eu acho que é muito bacana, mas também tem os afroempreendedores que trabalham com as coisas de uma forma ampla por exemplo. Tem afroempreendedor que é marceneiro, ele não tem esse olhar, essa pegada étnica, histórica, e tal tal (Etiene Martins - Livraria BANTU).

**Empoderamento negro** é o que há de mais presente no afroempreendedorismo, são os movimentos que resultam da ocupação do negro enquanto empreendedor que fortalece a população negra do país. Esse debate envolve subcategorias como: *mobilidade socioeconômica, representatividade e realização profissional*.

Os afroempreendimentos permitem, mesmo que a passos lentos, a possibilidade do negro brasileiro conseguir se colocar no mercado de trabalho que muitas vezes rejeita este profissional por racismo. Então a partir do momento em que o empreendimento negro segue desenvolvendo, ele possibilita a *mobilidade socioeconômica* da população negra que é tão diferente da população branca. Eduardo afirma que essa mobilidade econômica faz com que mais negros e negras também façam parte do grupo populacional com alto poder aquisitivo:

Que é igual aquela moça, do Salão X, que é horrível, tipo assim é uma parada, pra se inspirar, sacou? E eu acho que é isso, ce gira, ce cria um novo tipo de playboy, sacou? Vai ter uma época que a gente vai falar, "oh, cara playboy mano!", e aí é um cara negão, tá ligado? (Eduardo Souza - Quem).

A *representatividade* reflete em outros negros mostrando que também podem abrir o próprio empreendimento a partir do momento que vê outros iguais ocupando esses espaços tão diversos. Suellen Sampaio relata em sua fala esse pensamento:

É porque a questão, por exemplo, quando eu falo da gente ser exemplo, é muito porque, por exemplo, quando a gente ver um filme onde a gente, onde, por exemplo, as pessoas do filme são brancas, a gente assiste ele de um jeito,

com uma visão. E quando a gente assiste um filme onde as pessoas, em sua maioria, são negras, a gente tem uma outra visão. E a visão que a gente tem é de tipo assim, eu posso tá lá também, eu posso fazer também.

Então não é simplesmente, tipo ser usado como exemplo, é questão de representatividade e identificação também. De entender, por exemplo, mas, trazendo pra dentro da QUEM, o exemplo que eu falo é tipo assim, quantas marcas que a gente conhece, ou pessoas que surgiram tipo assim depois da QUEM. Mas entendendo, que tipo assim, pô se eles fizeram, eu também sou capaz de fazer (Suellen Sampaio - Quem).

*A realização profissional* é um marco dos empreendedores negros atuais, a possibilidade de trabalhar com o que gosta permite ao negro hoje uma escolha negada durante muitos anos.

Eu acho que é gratificante, é gratificante por que? Porque o trabalho para nós negros na nossa, principalmente no nosso país, ele foi criado como uma punição, né? O ócio, vamos dizer assim, ele era reservado, única e exclusivamente para a população branca que nos escravizava.

E ainda hoje né? Quando a gente percebe, pra poder falar que ce trabalha com algo que você gosta, geralmente tá reservada a essa população privilegiada. E... nesse sentido a gente ter o ter acesso de poder trabalhar com aquilo que a gente gosta, ser afroempreendedor pra mim é isso. É poder trabalhar com o que aquilo que você gosta, com o público que você gosta, do jeito que você gosta de trabalhar. Porque? Trabalhar nas feiras que eu trabalho é muito bom! (Etiene Martins - Livraria Bantu)

## 5.7 Discussão

A partir das informações extraídas das entrevistas e por meio da análise de dados surgem apontamentos que se relacionam teoricamente com o trabalho.

Acerca da categoria **obstáculos** e da subcategoria *racismo*. Os relatos dos entrevistados mostram o cotidiano cercado pelo preconceito racial que a todo momento inferioriza o produto do afroempreendedor de várias maneiras.

Vários dos entrevistados expõe que durante as situações de racismo, pessoas, geralmente não negras, expressam a todo momento como se não fosse possível que os empreendedores, por serem negros, fossem capazes de realizar seus feitos.

Este fato já foi identificado previamente por Nogueira e Mick (2013), que afirmam que afroempreendedores enfrentam dificuldades como a conquista da credibilidade de fornecedores e clientes.

Essa lógica está ligada a um movimento racista e de embranquecimento que durante muitos anos quis provar a inferioridade dos negros, como fez o cientista Nina Rodrigues em 1957.

É uma ideia que aliada a afirmação de Maringoni (2011), que relata as condições enfrentadas pelos ex-escravizados libertos pela Lei Áurea no país – violência, população em situação de rua, desempregados, pedintes – em 1888, que resultou com o passar dos anos que a capacidade do não branco no Brasil é inferior, desta forma é uma resistência constante da população afrobrasileira a auto afirmação contra esse estigma.

A partir da segunda categoria, **afroempreendedor**, é uma reflexão a respeito das *motivações* para empreender. Três dos entrevistados partem de uma demanda do público negro que não era atendido pelo mercado, Almeida (2013) coloca este posicionamento como atos de resistência, táticas adotadas por afroempreendedores como a comercialização a partir da condição étnica. Assim posto, se o mercado não atende, o próprio negro atende a sua demanda.

Com a subcategoria *resistência*, que difere afroempreendedores de empreendedores brancos, envolve a ausência de funcionários, espaço físico, e atuação em mais de um trabalho além de seu empreendimento. Isso pode ser explicado pelo Sebrae (2017) que mostra o universo de afroempreendedores, possuem menos empregados que empreendedores brancos.

Outro aspecto que explica o fato, está ligado à renda dos afroempreendedores, que possuem renda menor que a dos empreendedores brancos, é o que afirma o SEBRAE (2017).

Com relação a categoria **empoderamento negro** e a subcategoria *mobilidade socioeconômica* os entrevistados em sua maioria consideram relevante o afroempreendedorismo e seus resultados econômicos sob a população negra, como a geração de renda e empregos. Monteiro (2001) reafirma esse dado e aponta o afroempreendedorismo como uma estratégia importante para os negros e negras.

A *representatividade* é apontada pelos entrevistados como um dos significados de ser um afroempreendedor, relacionando também com a afirmação de Monteiro (2001) que indica que a criação de empregos e rendas pelos afroempreendimentos proporciona uma autoidentificação entre negros e negras como referências de sucesso.

A *realização profissional* é um dos aspectos mais observados em toda a coleta de dados. Os entrevistados que relatam sobre a realização profissional, três, repetem por diversas vezes que estão fazendo o que amam, que se descobriram por meio do seu afroempreendimento.

Considerando que o empreendedorismo é uma atividade que a população branca está mais aproximada, é um grande passo para a população negra ocupar esse espaço em que minimamente estão escolhendo com o que trabalhar.

Os afroempreendedores conseguem acessar o que de fato é empreender como definido por Boava (2006). Etiene Martins em seu relato afirma de maneira objetiva o sentimento de ser negra e empreendedora e ocupar este espaço, conforme demonstra a sua fala “É justamente isso, não é fácil, mas é prazeroso se livrar dessas amarras, de que o mercado tenta nos impor. É prazeroso a gente poder deixar de limpão pros outros, e a gente passar a limpar o nosso chão, né?” (Etiene Martins - Livraria BANTU).

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Nos últimos anos no Brasil a população negra vem se afirmando de maneira mais acentuada que pode ser observada pelo número de autodeclarações que aumentou entre o período de 2011 a 2015 (GEEMA, 2017). Complementarmente houve um aumento de empreendedores negros entre 2001 e 2011, e um aumento de faturamento desses afroempreendedores em 37% neste mesmo período (SEBRAE, 2013).

Considerando estes fatores o objetivo desta pesquisa buscou analisar como a valorização da identidade negra tem influenciado os afroempreendedores, levando em consideração aspectos históricos do negro brasileiro, o afroempreendedorismo no país e investigações com afroempreendedores sobre o tema.

O estudo conseguiu identificar por meio da coleta de dados que o racismo é algo cotidiano na vida do empreendedor negro. Além disso, as diferenças entre negros e brancos permite afirmar que essas impactam diretamente na aquisição de recursos e possível expansão e sucesso desses afroempreendedores, que em sua maioria atuam virtualmente e não possuem funcionários em virtude de um acesso dificultado a serviços bancários, por exemplo.

Um outro aspecto observado é o desejo por ser reconhecido por ocupar outras áreas que não as étnicas. Muitas vezes o afroempreendedor é identificado como aquele que trabalha com a temática África, e a partir disso tem-se uma demanda para que feiras, e outros eventos que fortalecem o afroempreendedorismo englobem outras áreas.

A representatividade, mobilidade socioeconômica e realização profissional são temas interligados. A partir da representatividade de mais afroempreendedores, abre-se um leque de possibilidades para outros negros, que vendo outros iguais se identificam, e enxergam a mesma possibilidade de sucesso.

Arelado a isso, o afroempreendedor tende a quebrar a barreira do racismo e contratar, realizar parcerias e afins com outros negros e negras que promove automaticamente uma mobilidade socioeconômica que mesmo que mínima, mostra um horizonte em que é possível uma ascensão futura ao negro às camadas mais favorecidas economicamente.

A realização profissional é um dos principais achados neste estudo. A realização profissional do negro e negra no Brasil mostra um reflexo de um lugar em que a população negra está começando a se inserir. Trabalhar no seu empreendimento é algo extremamente significativo para este grupo considerando a sua trajetória histórica no país, uma trajetória de resistência e lutas para conseguir alcançar a todos os espaços que estão sendo conquistados.

O afroempreendedor apresenta um rompimento com as lógicas racistas impostas que permeiam desde a época da escravidão. E é possível identificar esse aspecto ao observar as inúmeras repetições em relação a capacidade dos afroempreendedores de fazer e de ocupar todos os espaços.

As limitações encontradas durante o desenvolvimento do trabalho foi o acesso a uma quantidade reduzida de afroempreendedores, pois mais entrevistados possibilitariam analisar mais aspectos e enriquecer o conjunto de dados resultantes da pesquisa. Além disso, afroempreendedores com mais tempo de atuação no mercado possibilitaria realizar uma análise comparando a época de fundação com a atualidade, neste estudo somente um entrevistado tinha mais tempo de experiência de atuação no mercado. Outra limitação encontrada em função do tempo foi a quantidade desigual entre homens e mulheres nas entrevistas, pois dos cinco afroempreendimentos, quatro foram fundados por mulheres.

Para estudos futuros, propõe-se estudos com afroempreendedores de setores diferentes e com mais tempo no mercado, propiciando um entendimento temporal mais amplo do afroempreendedorismo e suas mudanças.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, W. R.; FRAGA FILHO, W. **Uma história do negro no Brasil**. Salvador: Centro de Estudos Afro-Orientais; Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2006, 320p.

ALMEIDA, A. S. M. Consumo e identidade: a produção para o consumo a partir dos insights dos empresários negros. In: NOGUEIRA, J. C. (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2013. p. 241-274.

ANDIFES. **IV pesquisa do perfil socioeconômico e cultural dos estudantes de graduação das instituições federais de ensino superior brasileiras 2014**. Disponível em: <<http://www.prae.ufpr.br/prae/wp-content/uploads/2016/09/IV-PESQUISA-PERFIL-DISCENTE.pdf>>. Acesso em: 30 de out. de 2017.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977, 229 p.

BIBLIOTECA NACIONAL. **Para uma história do negro no Brasil**. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 1988. 64 p. Disponível em:

<[http://objdigital.bn.br/acervo\\_digital/div\\_iconografia/icon1104317/icon1104317.pdf](http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_iconografia/icon1104317/icon1104317.pdf)>. Acesso em: 21 mai. 2018.

BOAVA, D. L. T. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina. Londrina: UEL, 2016.

BRASÍLIA. Ministério da Educação. Secretária de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade. **História do negro no Brasil / Sharyse Piroupo do Amaral**. Salvador: Centro de Estudos Afro Orientais. 2011. 114p.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. 6. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2014, 144p.

COTA, L. G. S. Não só “para inglês ver”: justiça, escravidão e abolicionismo em Minas Gerais. **História Social**. Campinas. Unicamp. n.21.pp. 65-92. 2011.

CORLETT, C. K. S.; SANTOS, A. F. B.; CORLETT, I. E. F. S.; CORREIA, M. C. P. Uma contextualização histórica da vida dos negros no Brasil e a importância da Lei 10.639/03. **Cadernos Imbondeiro**. João Pessoa. UFPB. v. 1. n. 1. pp 1-7.2010.

DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO. **O sucesso da Feira Preta: o maior evento de empreendedorismo negro da América Latina**. Disponível em: <<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-sucesso-da-feira-preta-o-maior-evento-de-empreendedorismo-negro-da-america-latina/>>. Acesso em: 18 mai. 2018.

GEMAA. **Relatório das Desigualdades de Raça, Gênero e Classe 2018**. Disponível em: <[http://gema.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2017/08/Relato%CC%81rio\\_Corrigido-2.0.pdf](http://gema.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2017/08/Relato%CC%81rio_Corrigido-2.0.pdf)>. Acesso em: 04 de fev. de 2018.

OXFAN. **A distância que nos une: um retrato das desigualdades brasileiras**. Relatório, 2017. Disponível em <<https://goo.gl/kwYoL4>>. Acesso em: 18 de jul. de 2018.

GOVERNO DO BRASIL. **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: 21 mai. 2018.

HAIR JR., J.F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2007, 471p.

IPEA. FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Atlas da Violência 2018**. Disponível em: <[http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2018/06/FBSP\\_Atlas\\_da\\_Violencia\\_2018\\_Relatorio.pdf](http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2018/06/FBSP_Atlas_da_Violencia_2018_Relatorio.pdf)>. Acesso em: 13 de jun. de 2018.

MINAYO, M. C. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2002, 80p.

MARINGONI, G. IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. O destino dos negros após a Abolição. **Desafios do desenvolvimento**. São Paulo, n. 70. p. 34-42. 2011.

MONTEIRO, J. A formação e a ação coletiva do empresariado afro-brasileiro: processos e desafios. In: NOGUEIRA, J. C. (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2013. p.57-85.

MONTEIRO, J. A. **O empresário negro brasileiro: histórias de vida e trajetória de sucesso em busca de afirmação social**. Rio de Janeiro: Prod. Ed Independente. 2001.206p.

MOURA, C. Cem Anos da Abolição do Escravismo no Brasil. **Princípios**, São Paulo, n. 15, p.3-9, 1988.

PENA, F. G. **Um território (re)apropriado?: a dinâmica territorial da cozinha em meio a relações sociais de gênero e raça**.Dissertação (Mestrado em Administração)-Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

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. Dissertação (Mestrado em Administração)-Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2017.

RODRIGUES, R. N. **As raças humanas e a responsabilidade penal no Brasil**. Salvador: Livraria Progresso, 1957. 95 p. Disponível em <<http://books.scielo.org/id/h53wj>>. Acesso em: 20 de nov. 2017.

ROSA, A. R. Relações raciais e estudos organizacionais no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**.Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 1,p. 240- 260, 2014.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.**Negros são quase metade dos empreendedores brasileiros**. 2013. Disponível em: <<http://www.df.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/DF/negros-sao-quase-metade-dos-empreendedores-brasileiros,8590cd8ca8906410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 21 maio 2018.

SEBRAE. **Análise dos resultados GEM 2016 por raça/cor**. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/3fb288272a45ba2f4f260e449f3802f7/\\$File/7757.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3fb288272a45ba2f4f260e449f3802f7/$File/7757.pdf)>. Acesso em 09 de jul. de 2018.

SILVA, G. M. **Empreendimentos sociais, negócios culturais: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo**. 2017. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

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

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009, 102p.

VILLAVERDE, A. **Afroempreendedorismo, um projeto revolucionário**. Sul 21, 2014. Disponível em: <<https://www.sul21.com.br/jornal/afroempreendedorismo-um-projeto-revolucionario/>>. Acesso em 04 de fevereiro de 2018.

WALSELFISZ, J. J. **O mapa da violência 2015:** homicídios de mulheres no Brasil. Rio de Janeiro: CEBELA, FLACSO, 2015.

## DECLARAÇÃO

Certifico que a aluna **Amanda Alves Campos**, autora do trabalho de conclusão de curso intitulado **"A VALORIZAÇÃO DO NEGRO NO BRASIL E O AFROEMPREENDEDORISMO"** realizou as correções sugeridas pela banca examinadora e que estou de acordo com a versão final do trabalho.

  
Professora DSc. Deborah Nascimento Pessoa  
Orientadora

Mariana, 23 de julho de 2018.