



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS (DCH I)
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

LEONARDO LUCIANO BASTOS SOARES

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE O
AFROEMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE SALVADOR-BA**

SALVADOR

2024

LEONARDO LUCIANO BASTOS SOARES

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE O
AFROEMPREENDEDORISMO NA CIDADE DE SALVADOR-BA**

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Administração apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sofia Silva de Souza.

SALVADOR

2024

RESUMO

O presente trabalho aborda as representações sociais sobre o afroempreendedorismo na cidade de Salvador-BA. A pesquisa investiga como o contexto histórico e as condições socioeconômicas influenciam a atuação das(os) empreendedoras(es) negras(os), destacando as dificuldades e possibilidades enfrentadas por este grupo. A Teoria das Representações Sociais (Moscovici, 1978) foi utilizada como base teórica e o estudo baseou-se em um referencial teórico que abrange o histórico da escravidão no Brasil, a resistência das(os) negras(os) escravizadas(os), o empreendedorismo e suas diversas abordagens, e as perspectivas do afroempreendedorismo. A metodologia adotada consistiu em uma análise qualitativa baseada em entrevistas com empreendedoras(es) negras(os) da cidade de Salvador, cujos dados foram tratados mediante análise de discurso e categorização das respostas. Os resultados revelam que, apesar das dificuldades históricas e estruturais, o afroempreendedorismo se destaca como uma importante via de emancipação econômica e social para os integrantes da pesquisa, ancorando suas atividades no longo histórico de resistência, resiliência e criatividade da população negra para superar as dificuldades impostas pela sociedade. Concluiu-se que as representações sociais acerca do afroempreendedorismo são moldadas por fatores históricos, ideológicos e contextuais, sendo essencial compreender essas dinâmicas para promover políticas públicas eficazes e inclusivas.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo; Representações Sociais; Empreendedores(as) negros(as)

SUMÁRIO

RESUMO.....	5
1. INTRODUÇÃO	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 ATLÂNTICO NEGRO: ESCRAVIDÃO E RESISTÊNCIA.....	10
2.2 EMPREENDEDORISMO: BREVE CONTEXTO HISTÓRICO E SEUS POSSÍVEIS CONCEITOS	14
2.2.1 O NEGRO EMPREENDEDOR: UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA E FICCIONAL	17
2.2.2 AFROEMPREENDEDORISMO	22
2.4 A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS	27
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	34
3.1 METODOLOGIA DE PESQUISA	34
3.2 TÉCNICA DE PRODUÇÃO DE DADOS.....	35
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	39
A) PERFIL DOS RESPONDENTES	39
B) REPRESENTAÇÃO SOCIAL EVOCADA SOBRE O TERMO AFROEMPREENDEDORISMO.....	42
C) VALORES E CRENÇAS DOS EMPREENDEDORES(AS) NEGROS(AS) ACERCA DO AFROEMPREENDEDORISMO	59
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS.....	69

1. INTRODUÇÃO

O passado escravista, o abandono no pós-abolição e a estrutura socioeconômica brasileira geraram dificuldades para a participação da população negra em diversos setores de relevância social. O racismo estrutural daquela sociedade perpetua-se até os dias atuais, relegando as comunidades negras a posições de subalternidade e subserviência. Moura (2014) observa que a abolição não resultou em mudanças estruturais significativas: embora o trabalho escravo tenha sido substituído pelo trabalho livre, a base da dominação econômica e social permaneceu intacta. Os senhores de escravos foram substituídos pelos fazendeiros de café, que mantiveram os privilégios sociais dos antigos senhores, deixando os antigos escravos excluídos da dinâmica social e econômica, com os instrumentos de dominação, prestígio e exploração inalterados.

Diante dos inúmeros descasos, da perpetuação da dinâmica exploratória e da carência de políticas reparatórias eficazes que remodelassem a estrutura social brasileira para melhorar a realidade da comunidade negra, o Movimento Negro surge como resposta a essa narrativa. Em seu livro “O Movimento Negro Educador”, Nilma Lino Gomes (2017) destaca o Movimento Negro como um agente educador, que pauta debates públicos sobre o racismo e a perpetuação da discriminação racial, além de todas as formas de desigualdades raciais. O Movimento Negro cobra políticas públicas para superar as mazelas que afligem a comunidade negra, sempre preterida em relação à sociedade hegemônica, no caso, a branca.

Muniz Sodré (2015) afirma que embora se reconheça a existência de uma única raça, a humana, não se pode ignorar que essas distinções raciais têm importância social, no sentido que se mantêm privilégios e a perpetuação das discriminações. A globalização negligencia as desigualdades e os conflitos emergentes das diferenças políticas e simbólicas que ocorrem na pós-modernidade. No cotidiano das sociedades industrializadas, as relações são atravessadas por diferenças nos modos de crença, de percepção, de vestimenta e de pertencimento a determinados grupos identitários. É nesse contexto que se dá o surgimento de diversos coletivos identitários negros(as) buscando resgatar sua história e reivindicar a valorização da sua cultura e identidade.

No que tange à identidade, Asad Haider (2019), em seu livro, “*Armadilha da Identidade: raça e classe nos dias de hoje*”, afirma que enquanto sociedade, devemos rejeitar a “identidade” como base para se pensar política. Na percepção dele a política identitária

serve como uma neutralização de movimentos contra a opressão racial, tomando para si o legado emancipatório e colocando-o a serviço dos avanços das elites políticas e econômicas. Para o autor, política identitária se tornou um método individualista, se distanciando dos movimentos de massa que no passado lutavam pelo bem coletivo. Hoje, a política identitária está alinhada às ideias neoliberais, baseada na demanda individual por reconhecimento, tornando a identidade como ponto de partida, e não o coletivo (2019, p.31-49).

Por outro lado, Hall (2020) aborda que o tema identidade está sendo discutida de maneira extensiva na teoria social, e resume da seguinte forma:

[...] as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. Assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (2020, p.9).

Enquanto Asad Haider (2019) critica a política identitária contemporânea por seu suposto alinhamento aos ideais das elites em detrimento das demandas coletivas dos movimentos de massa do passado, Stuart Hall (2020) aponta para o declínio das identidades tradicionais e o surgimento de novas formas de identificação. Embora com perspectivas distintas, ambos reconhecem que as transformações na questão da identidade representam desafios à estabilidade social.

É nesse contexto que surge o “Afroempreendedorismo”, que seria o ato de pessoas negras empreenderem, caracterizando-se pelo viés político e identitário, sendo também garantia de fonte de renda, de resistência e um condutor para a valorização e autoafirmação das pessoas negras (Santos, 2019). Assim, o empreendedorismo realizado por pessoas negras tem viés racial, um fator não presente na conceituação do empreendedorismo hegemônico (Branco). Segundo Baggio e Baggio (2014), o empreendedorismo seria um conjunto de ações de fazer acontecer com criatividade e emoção, sendo capaz de gerar mudanças de contexto.

Neste ponto, é fundamental voltar ao discurso de Haider (2019), onde aponta o fato do “cooptação” da política indenitária pelas ideias neoliberais. Segundo ele, essa política passa a ser o agente “apaziguador” das demandas coletivas. Isso significa que que, em vez de promover as mudanças nas estruturas para beneficiar as minorias sociais, ela oferece a ilusão de inclusão no sistema capitalista dominante, levando alguns indivíduos dessas minorias, se aproximem dos ideais hegemônico, tendo o sentimento de ser minimante aceito na sociedade burguesa, não promovendo assim as mudanças sociais necessária para o benefício coletivo.

Por fim, ele ressalta que a identidade branca masculina é consagrada com o status de neutra, geral e universal.

Grada Kilomba (2019), na introdução do seu livro “Memórias da Plantação: episódios de racismo cotidiano”, aborda que diversas terminologias ao serem traduzidas para o português podem refletir profundas marcas do colonialismo e patriarcado. Ademais, a autora ressalta que a língua tem uma dimensão política de criar, fixar e perpetuar relações de poder, pois cada palavra que é utilizada demarca o lugar de uma identidade. Portanto, através de determinadas terminologias, é informado constante quais lugares podemos acessar.

Sendo a língua um mecanismo poderoso para a dominação e a identidade reconfigurada no mundo pós-moderno, com um caráter fragmentado para que anseios individuais sejam realizados em detrimento do coletivo, não seria a perpetuação do termo Afroempreendedorismo uma forma de perpetuar as marcas do patriarcado? Pois, ao fixar as marcas identitárias a partir da linguagem (Afro+Empreendedorismo), ao invés de promover uma mudança na estrutura social, beneficiando o coletivo negro, pode estar servindo como um “apaziguador” das demandas sociais coletivas, reforçando consciente ou inconscientemente o lugar de subalternidade dessas pessoas na sociedade, introjetando um sentimento de querer pertencer ao mundo ideal burguês branco, de integrar o sistema capitalista de maneira plena e individualizada, como relatou Haider (2019).

Dada a história da escravidão no Brasil, é importante atentar-se para as condições de trabalho e vida que os negros(as) foram submetidos no período colonial e imperial. Ribeiro (1995) destaca que o martírio era diário, com cargas de trabalho que excediam 14-15 horas em condições insalubres, sendo tratados como coisas, sem direitos assegurados. No entanto, mesmo com inúmeras adversidades os escravizados lutaram e resistiram a diversas formas de subjugação, mostrando capacidade de não sucumbir à sociedade escravista.

Um exemplo dessa forma de resistência são os escravos de ganho, que desenvolvia um papel importante na dinâmica social nos grandes centros urbanos. Segundo Reis (2016), esses escravos eram enviados pelos seus senhores para as ruas, a fim de que vendessem todo tipo de mercadoria, os homens, sobretudo, para trabalhar como carregadores. Apesar de ser estabelecida uma quantia semanal que deveria ser paga ao seu senhor, era possível guardar para si o excedente.

Assim, essas atividades de ganho não refletem apenas uma das inúmeras estratégias de resistência e luta pela sobrevivência da população negra. Elas também presumem uma importância significativa na dinâmica social e econômica da época, por permitir, mesmo que

minimamente, a possibilidade de mobilidade social do escravo, ao tempo que podia aspirar migrar da condição de escravizado para um cidadão livre, com “empenho e força”.

Portanto, juntamente com as definições de empreendedorismo apresentadas acima, pode-se afirmar que os negros(as) e negras já empreendiam no Brasil durante a Colônia e o Império. Com base no conceito tradicional e liberal de empreendedorismo, é possível inferir que essa atividade teve uma contribuição crucial para a sobrevivência de uma parcela significativa da população negra desde o período colonial até os dias atuais. Mesmo sem os mecanismos e suportes necessários para o pleno desenvolvimento dessa atividade, a população negra buscou formas de resistir para existir.

O objeto dessa pesquisa é o significado do termo “Afroempreendedorismo”, também podendo aparecer como empreendedorismo negro, em geral esses termos têm sido utilizados para descrever a ação empreendedora da população negra, tornando-se tema recorrente na mídia brasileira e mundial. No entanto, apesar do aumento na visibilidade dessa prática, observa-se que muitas dessas iniciativas são criadas por necessidade de subsistência, resultando em negócios pouco estruturados e sem bases teóricas que os tornem rentáveis e sustentáveis. Assim, os empreendedores(as) dependem exclusivamente de seu esforço para conseguir produzir e manter sua sobrevivência e de suas famílias.

Segundo dados do GEM (Global Entrepreneurship Monitor), em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), em 2019, 38,7% da população adulta estava envolvida em alguma atividade empreendedora, já 2022, esse percentual caiu para 30,3%, o motivo da redução foi a Covid-19. De acordo com Moreira, estima-se que em 2022 havia 14 milhões de empreendedores(as) negros(as) em crescimento, movimentando 1,73 trilhão demonstrando o seu potencial (2022, p.1).

Neste sentido, é crucial problematizar o discurso sobre o Afroempreendedorismo brasileiro. Por um lado, existem oportunidades de vislumbrar negócios que valorizem a cultura Afro-brasileira e promovam a diversidade. Por outro lado, o racismo estrutural e seus desdobramentos, frequentemente, impedem que esses indivíduos tenham acesso aos mecanismos e as estruturas necessárias para o desenvolvimento pleno de seus negócios, enfrentando ainda, quase que diariamente, mensagens motivacionais dos gurus do empreendedorismo que oferecem soluções genéricas para problemas específicos.

Mesmo com toda a degeneração que a escravidão causou à população negra, os movimentos sociais, como o Movimento Negro e do feminismo negro, têm um papel fundamental na mudança de mentalidades e de conscientização racial. Essa luta por justiça,

equidade socioracial e pela superação das desigualdades tem permitido a conscientização e mobilização de seus membros para superar obstáculos no passado, presente e, certamente, no futuro. Ela traz uma consciência ancestral de comunidade e de identidade, na perspectiva de resgate histórico da população Afro-brasileira, visando a superação das dificuldades impostas pela sociedade (Gomes, 2017; Munanga, 2019; Moura, 2014).

Esta inquietação norteia este trabalho relacionado ao termo “afroempreendedorismo”, considerando o contexto atual de valorização da identidade negra e o combate ao preconceito e à discriminação. A pesquisa levanta a questão inicial se o uso do termo “afroempreendedorismo” contribui para a conscientização dos agrupamentos negros(as) em relação às suas heranças culturais e se o surgimento de produtos e negócios promove a valorização da comunidade negra, além de uma apropriação positiva da estética negra. Compreender como a sociedade conceitua o afroempreendedorismo pode indicar se o termo está relacionado com a construção histórica dos negros(as) e negras no Brasil. Diante do exposto, surge a seguinte questão de pesquisa: **Como se apresentam as representações sociais dos empreendedores(as) negros(as) sobre Afroempreendedorismo na cidade de Salvador?** Para responder a essa questão, o presente trabalho apresenta os seguintes objetivos:

Objetivo Geral: Apresentar as representações sociais dos empreendedores(as) negros(as) sobre o conceito de afroempreendedorismo.

Objetivos Específicos:

- a) Identificar o perfil dos empreendedores(as) participantes do estudo.**
- b) Identificar como empreendedores(as) negros(as) representam socialmente o afroempreendedorismo.**
- c) Descrever as representações sociais que os empreendedores(as) negros(as) constroem acerca do afroempreendedorismo**

Diante dos objetivos propostos, em um cenário global que tende à criação de projetos visando transformações efetivas de forma sustentável e colaborativa entre as comunidades negras, é evidente a importância política do Movimento Negro na constituição deste trabalho, como referência histórica de resgate da identidade ancestral da população afro-brasileira.

Segundo Munanga (2019), trata-se de uma identidade de resgate da negritude, física e cultural, que ressignifica todo o processo de um grupo estigmatizado, racializado e excluído das posições de crescimento definidas pelo capital. No entanto, é importante considerar que a origem neoliberal do conceito de empreendedorismo pode tanto contribuir no fortalecimento identitário, quanto ser um desserviço à causa racial. Enquanto o empreendedorismo pode fornecer ferramentas e oportunidades para a emancipação econômica e social, sua base neoliberal pode, às vezes, ignorar ou mesmo exacerbar as desigualdades estruturais que afetam a comunidade negra.

Para atingir os objetivos traçados neste trabalho, elaborou-se a seguinte estrutura: Referencial teórico, procedimentos metodológicos, apresentação de dados e resultados e considerações finais. Na fundamentação teórica, foi abordada a temática referenciando autores e entidades cujas publicações contribuíram e contribuem para o crescimento dessa base conceitual. Nos procedimentos metodológicos, estão evidenciados todos os caminhos que foram desenvolvidos para a realização da pesquisa empírica, e como foram obtidos os dados e analisados.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este referencial teórico aborda, primeiramente, a temática do empreendedorismo, bem como alguns pontos que ajudam no entendimento da sua prática, tal como a sua conceituação. São apresentados a fundamentação teórica desta pesquisa e a revisão da literatura. O item 2.1 “Atlântico Negro: Escravidão e Resistência, aborda o início do tráfico negreiro através do oceano Atlântico, juntamente com o processo de “coisificação” do negro, tornando-o o principal motor da economia do Brasil colonial. O item 2.2, intitulado “Empreendedorismo: breve contexto histórico e seus conceitos possíveis”, apresenta o surgimento do termo empreendedorismo, assim como suas diferentes formas de aplicação dentro de diversos contextos. A seção 2.3, “(AFRO)Empreendedorismo”, faz um recorte da atuação do Negro(a) na lógica do empreendedorismo, bem como a possível diferença prática entre o afroempreendedor(a) e o empreendedor(a) negro(a). Para finalizar, o item 2.3.1 “O negro empreendedor”, busca, por meio da historiografia oficial e não oficial brasileira, explorar o processo pelo qual os negros(as) tiveram que passar na tentativa de não sucumbir à escravidão do período colonial, buscando modos de empreender para garantir sua liberdade e um rompimento das práticas subalternas.

2.1 Atlântico Negro: Escravidão e Resistência

A escravidão no Brasil foi marcada pela subjugação e exploração de africanos e seus descendentes, desenvolvendo um sistema econômico e social altamente desigual, cujos efeitos podem ser percebidos até os dias atuais. Para compreender qualquer fenômeno da relação econômica brasileira, é essencial voltar-se para a história a fim de entender tais relações.

No continente africano, havia impérios como Mali, reinos como o do Kongo, além de pequenas aldeias agrupadas por laços de descendência ou linhagem. A expansão territorial e a busca pelo controle das rotas (rios e estradas) podiam levar a conflitos que, por vezes, resultavam na escravização dos membros do grupo derrotado (Albuquerque; Fraga Filho, 2006).

Com o início da expansão marítima das grandes potências europeias (Holanda, França, Inglaterra, Espanha e Portugal), o Atlântico presenciou inúmeras travessias de navios

negreiros carregados de pessoas que eram comercializadas como “coisas”, “mercadorias” ou “objetos que podiam ser comprados e vendidos” (Munanga; Gomes, 2016, p.16).

Reis e Gomes (1996, p.9), abordam que “a escravidão de africanos nas Américas consumiu cerca de 15 milhões ou mais de homens e mulheres arrancados de suas terras”, redesenhando assim todo sistema político e econômico. O tráfico negreiro através do Atlântico constitui-se como a principal base da economia mundial do mundo moderno. Estima-se que cerca de 6 milhões de negros(as)-africanos foram trasladados para o Brasil, onde se constituíram como a principal força de trabalho por mais de três séculos.

O processo de escravidão tivesse como principal tática a retirada da humanidade do ser, na empreitada da “coisificação” do indivíduo com práticas violentas e castigos permanentes cada vez mais atroz. Como afirma Darcy Ribeiro, “Submetido a essa compreensão, qualquer povo é desapropriado de si, deixando de ser ele próprio, primeiro, para ser ninguém ao ver-se reduzido a uma condição de bem semovente.” (1995, p.118).

Williams (2012, 31-35), por sua vez, ressalta que a escravidão não nasceu do racismo, mas o contrário; o racismo foi consequência da escravidão. O autor aborda que, com a redução da população europeia no século XVI, não seria possível suprir a necessidade de mão de obra livre para ocupar e cultivar o solo do novo mundo. Assim, as potências europeias recorreram primeiramente aos aborígenes e em seguida à África. Ele constata que os indígenas sucumbiram ao regime escravista, devido ao excesso de trabalho, má alimentação e as doenças provenientes do homem branco, sendo necessário recorrer ao continente africano. Ademais, o autor constata que deram um status racial ao que era meramente um fenômeno econômico.

Na ideia dos europeus, o tráfico era justificado como instrumento da missão evangelizadora dos infieis africanos. O padre Antônio Vieira considerava o tráfico um “grande milagre” de Nossa Senhora do Rosário, pois retirados da África pagã, os negros(as) teriam chances de salvação da alma no Brasil católico. No século XVIII, o conceito de civilização complementar a justificativa religiosa do tráfico atlântico ao introduzir a ideia de que se tratava de uma cruzada contra as supostas barbárie e selvageria africanas (Albuquerque; Fraga Filho, 2006, p.41).

A visão de William (2012) e Albuquerque e Fraga Filho (2006) se complementam ao fornecer uma visão mais ampla do sistema escravista e quais ideologias que serviram como sustentação dessa prática. Enquanto o primeiro foca no viés econômico da escravidão e suas

consequências sociais, os segundos trazem à luz o caráter religioso e exploratório que serviram como base para legitimar a escravidão africana.

Darcy Ribeiro ressalta que a “primeira leva” de negros(as) que adentraram o território brasileiro, provavelmente em 1538, foi um número relativamente baixo. Porém, com o “desenvolvimento da economia açucareira, passam a chegar grandes levadas” (1995, p.161).

Williams (2012, p.36) justifica a necessidade da mão de obra africana na exploração nas Américas, pelo fato do “estoque” indígena ser limitado e ineficiente, ao passo que o africano era inesgotável e detinha a força e resistência necessárias para suportar o trabalho pesado no cultivo do algodão e do açúcar. Ribeiro (1995) descreve que a captura dos negros(as) africanos, travessia e venda passaram a constituir um imenso e lucrativo negócio nas duas margens do Atlântico para as potências europeias, recebendo também investimentos de capital cada vez mais vultuosos.

No Brasil do século XIX, um país de base latifundiária, a economia ainda estava estruturada no regime escravocrata. Por meio dos engenhos, era possível produzir açúcar para exportação para a Europa. No cultivo do café, nas regiões Sul e Sudeste do país, este logo se tornaria o principal produto nacional, ambas as culturas se valendo da escravização (Moura, 2014).

Contudo, ainda no século XIX, a produção do açúcar entrou em declínio por dois motivos principais: a produção de açúcar pelos holandeses em suas colônias nas Antilhas fez com que o valor do produto brasileiro desvalorizasse cerca de 50% no mercado internacional, e a proibição do tráfico negreiro elevou consideravelmente o custo de aquisição de um escravo:

Finalmente, em 4 de setembro de 1850, os deputados brasileiros aprovaram a Lei Eusébio de Queirós [...], proibindo assim definitivamente o tráfico negreiro por prever punição mais rigorosa para aquele quem dele participasse. Foi uma decisão levada pelas pressões da marinha britânica e pelo medo de sublevações escravas [...].

A abolição do tráfico teve várias consequências. Desde a então não havia como renovar a população escrava. Logicamente, o número de africanos tendeu a diminuir enquanto o número de crioulos (negros(as) nascidos no Brasil) tendeu a crescer na população cativa (Albuquerque; Fraga Filho, p.60).

Florestan Fernandes (2017), em sua obra *SIGNIFICADO DO PROTESTO NEGRO*, ressalta que “a substituição da mão de obra tornou-se um problema econômico e político”. Isso porque existia uma espécie de “reserva interna” de mão de obra escrava, que se encontrava nas minas e no Nordeste, sendo deslocada para o Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, quando houve o “boom” do café, durante o século XIX. Formularam-se projetos de “preparação do escravo e do liberto para o trabalho livre”. Contudo, os projetos não decorreram como se esperava. Descobriu-se que a imigração disponibilizava uma “reserva de mão de obra” a custos mais baixos. Assim, mesmo estando libertos, as condições não significaram melhora na qualidade de vida dos negros(as), que permaneceram em grande medida na pobreza e marginalidade (Fernandes, p.38-39).

[...] O liberto se viu convertido, sumária e abruptamente, em senhor de si, tornando-se responsável por sua pessoa e por seus dependentes, embora não dispusesse de meios materiais e morais para reduzir essa proeza nos quadros de uma economia competitiva (Fernandes, 2008, p,29).

Mesmo com a abolição do sistema escravista em 13 de maio de 1888, a condição de vida dos negros(as) não foi significativamente melhorada. Isso ocorreu porque não foram implementadas políticas de assistência que garantissem e protegessem os libertos na transição do trabalho escravo para o sistema de trabalho livre, dentro de um novo sistema econômico que não possibilitou sua integração de maneira plena.

Essa falta de assistência não dificultou apenas a inserção no mercado de trabalho livre, mas também a adaptação dos ex-escravizados, limitando seu desenvolvimento pessoal e econômico. Sem acesso à educação, terra e ao capital, a maioria dessa população se encontrou economicamente marginalizada, confinada a empregos de subsistência.

A subjugação do negro e a exploração africana por parte das potências europeias deixaram marcas profundas nas sociedades coloniais, ressoando até os dias atuais os resquícios da escravidão em grande parte das Américas. Tanto a estrutura social quanto a econômica são marcadas por fatores históricos que afetam a população negra física, econômica e subjetivamente. Entender as justificativas ideológicas que legitimaram essa barbárie humana é de fundamental importância para as lutas diaspóricas.

Embora a o fim da escravidão tenha representado um marco histórico para humanidade, esse progresso não significou avanços no sentido dos direitos humanos. Não

houve políticas sociais voltadas para a melhoria da qualidade de vida desses antigos escravos, que foram relegados a condições iguais ou piores do que no antigo sistema. Como resultado dessa omissão política, muitos permaneceram vivendo em condições de extrema vulnerabilidade, sem oportunidades reais de progresso social e tendo que recorrer a práticas de subsistência para sobreviver.

Portanto, é preciso reconhecer que as mazelas sociais que assolam a população negra são reflexo, em grande parte, desse abandono racial, e reconhecer que é necessário fortalecer as políticas públicas para torná-las mais eficazes na melhoria da qualidade de vida da comunidade negra como um todo.

2.2 Empreendedorismo: Breve Contexto Histórico e Seus Possíveis Conceitos

O empreendedorismo é um campo de estudo amplo e a pesquisa relacionada ao tema teve uma crescente nos anos 80, impulsionada pelo contexto neoliberal da época, sendo visto como uma solução para os desafios globais. Caracterizou-se pela valorização da individualidade e pela capacidade de buscar soluções para problemas (Ferretti; Souza, 2022). No Brasil, o movimento do empreendedorismo intensificou-se a partir de 1990 com a criação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira de Exportação de Software), consolidando-se como tema relevante a partir dos anos 2000. A criação de pequenas empresas e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são alguns dos motivos para a popularização do tema (Dornelas, 2016).

Há pelo menos três principais perspectivas teóricas destacadas no estudo do empreendedorismo. A primeira, oriunda da linha comportamental, busca traçar os perfis de personalidades e compreender o seu comportamento. A segunda concentra-se em estudos de habilidades e competências e sua interação com o ambiente organizacional. A terceira, que talvez receba mais ênfase, relaciona-se ao empreendedorismo com a economia, inovação e à propensão para correr riscos ao investir em produtos e negócios (Barros, Carvalho e Costa, 2011).

Gláucia Vale (2014) em seu artigo “Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração” afirma que o termo “Empreendedorismo, empreendedor e empreender” tem origem na palavra francesa *entrepreneur*. Ela ressalta ainda que Braudel (1982) encontrou a utilização da palavra empreender em 1709. No entanto, é somente em

1770, que Abbé Galiani irá utilizar a palavra para designar alguém que controla ou comanda uma empresa, difundindo assim seu significado pelo mundo, após o ano 1823, com os escritos de Saint Simon.

Braga (2003, p. 16) afirma que economistas como Cantillon (1680-1734) e Jean Baptiste Say (1767-1832) focaram no papel do empresário ao analisar a dinâmica das novas empresas e suas demandas administrativas, destacando o empresário como central no desenvolvimento econômico. Say (1982) define o empresário como o ser centralizador do processo produtivo, pois ele é o elo entre a produção e o consumo, tendo como principal característica explorar da melhor forma aquilo que os outros necessitam e sabem, para maximizar a energia na direção correta a fim de gerar lucro no fim do processo produtivo.

Dornelas define empreendedorismo como um envolvimento entre pessoas e processos que juntas transformam ideias em oportunidades, e a criação de negócios duradouros acontece pela capacidade de aproveitar oportunidades da melhor maneira e no tempo adequando. (Dornelas, 2016). Zarpellon (2017) vê o empreendedorismo tanto como um fenômeno individual, ligado à criação de empresas por meio de oportunidade ou por necessidade de sobrevivência, quanto ao fenômeno social que pode desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do futuro próprio, gerando Capital Social e Humano (2017, p.48).

A definição econômica mais utilizada de empreendedorismo continua sendo a de Joseph Schumpeter (1985), onde o empreendedor(a) é visto como inovador, impulsionando o desenvolvimento econômico e social, mas também inovando em formas de produzir (Barros, Carvalho e Costa, 2011). Hisrich e Peters (2004) o descrevem como um processo que exige tempo, esforço e aceitação dos riscos em busca de recompensas. Assim, as inovações propostas por empreendedores(as) podem ser fatores de desequilíbrio social, alterando modos de produção e movimentando economias e, conseqüentemente, as sociedades rumo ao desenvolvimento. Além disso, o empreendedor(a) é aquele que muda a ordem social, percebendo oportunidades e buscando meios e formas para explorá-las, beneficiando-se, sobretudo, financeiramente, conforme aponta Barros, Carvalho e Costa (2011). Essas práticas empreendedoras, conforme ressaltado por Baggio e Baggio (2014, p.6) não só geram riqueza, mas promovem um melhor desenvolvimento para as sociedades que as apoiam e o praticam

Ferreti e Souza (2022) ressaltam que os estudos desenvolvidos por autores clássicos especialistas em empreendedorismo se concentraram por muito tempo na personalidade do empreendedor, buscando essa figura heroica, comumente o homem branco europeu, dentro do

sistema econômico, exaltando a individualidade. Barros, Carvalho e Costa (2011) observam que, no Brasil, o discurso sobre empreendedorismo é abordado sob perspectiva do colonizador, exigindo que os indivíduos que o praticam se moldem para “caber” no que é estabelecido como ideal para desenvolver tal atividade. Ou seja, promove-se o discurso da adaptação, da superação e da aceitação dos riscos diante das incertezas presentes, sendo uma alternativa ao desemprego e exigindo resiliência em prol de um futuro promissor.

Analisar os contextos socioeconômicos, compreendendo as diferenças que atuam sobre os sujeitos que trabalham por conta própria, ou seja, são donos do seu empreendimento, é observar o sistema econômico de maneira crítica. Embora tenha sempre houve um elevado nível de pesquisas e trabalhos sobre empreendedorismo, estes frequentemente baseiam suas práticas em valores individualistas e meritocráticos, usualmente exemplificados na figura do homem branco, europeu/estadunidense, que por meio de seu empenho e “luz divina” obtém sucesso no que exerce. No entanto, sempre houve uma escassez de análises críticas e de desenvolvimento de conhecimento que permitam a inclusão e o sucesso de quem não corresponde a esse perfil. Dessa perspectiva, o empreendedorismo pode atuar tanto como força de acumulação de riqueza quanto de exploração da mão de obra, promovendo a concentração de capital e a geração de desigualdades sociais (Ferretti e Souza, 2022).

Hisrich e Peters (2004), ao analisarem os estudos sobre empreendedorismo, evidenciaram que as perspectivas de raça e etnia são esporádicas no tema, o que dificulta a compreensão de como esses grupos têm acesso às oportunidades em seu meio social. Oliveira, Pereira e Souza (2013) afirmam que alguns estudos buscam reconhecer que as instituições sociais do país influenciam tanto no reconhecimento de oportunidades quanto no perfil do empreendedor(a) brasileiro(a) e na constituição de suas relações com a sociedade.

Dornelas (2007) conceitua pelo menos oito tipificações de empreendedorismo. Em Salvador-Ba, é possível identificar no cotidiano da cidade dois tipos que se destacam em quantidade e antagonismo: o empreendedorismo de oportunidade (foco no crescimento e desenvolvimento do negócio) e o empreendedorismo de necessidade (riscos assumidos pelo empreendedor(a) em negócio próprio por falta de outras opções). Segundo o autor, este último é mais percebido em países com elevado índice de desemprego, sem tantos programas eficazes de distribuição de renda, onde perpetua o histórico de desigualdade, em sua grande maioria, países que perduraram regime de escravidão racial.

Por fim, a partir dos conceitos apresentados sobre empreendedorismo, observa-se que, dentro da literatura, são apresentados diversos conceitos, tipos e formas de desenvolvimento

do conceito ao longo da história. Na literatura analisada, foi percebida de maneira incipiente a relação da importância de analisar as questões sociais e raciais em que os empreendedores(as) estão inseridos, o que acaba influenciando no processo de tomada de decisão. A ausência de literatura que correlacione questões raciais e empreendedorismo dificulta o processo de criação de práticas que rompam com teorias baseadas em contextos colonizadores, que têm sua perspectiva voltada para o domínio e controle, tratando assim todos de uma forma homogênea e partindo da mesma situação, sem considerar fatores históricos, heranças culturais e hereditariedade (Ferretti; Souza, 2022). Assim, essas teorias acabam não conseguindo fornecer embasamento teórico de maneira plena para a maior parte da população brasileira, que é composta por pessoas negras, que ao longo da história brasileira viram seus ancestrais serem subjugados e explorados. Assim, é fundamental a busca por abordagens teóricas e práticas que levem em consideração essas variáveis

Neste contexto, o empreendedorismo possui o potencial para superar essas barreiras históricas forjadas pelo racismo, oferecendo uma rota para o pleno desenvolvimento econômico das comunidades negras?

2.2.1 O Negro Empreendedor: Uma perspectiva histórica e ficcional

A literatura é uma fonte marcada por inúmeros e complexos interesses sociais por parte de quem a cria. É fundamental compreendê-la como parte integrante da memória de um país, de um povo e de um momento histórico, uma vez que toda representação do mundo social advém de grupos sociais com interesses múltiplos que as forjam na perspectiva de transmitir, marcar ou impor algo para quem a recebe (Borges, 2014, p.96).

Em *“Um defeito de cor”*, Ana Maria Gonçalves (2006) apresenta aos leitores acontecimentos históricos e fictícios por meio da literatura, oferecendo uma visão historiografia não oficial do Brasil do século XIX. Narrado em primeira pessoa, por Kehinde (Luísa Mahin), uma africana empreendedora que conquista sua alforria através do trabalho de ganho, a obra descreve sua primeira atividade empreendedora ao fabricar e vender *cookies*. O texto explora as experiências dessa personagem que nasceu em Savalu, na África, onde foi capturada por mercadores de escravos e enviada ao Brasil para ser escravizada, atravessando diversas dificuldades decorrentes de uma sociedade escravocrata.

Darcy Ribeiro expressa que, no processo de colonização, o negro teve sua humanidade retirada e tratado como coisa, afirmando: “Submetido a essa compreensão, qualquer povo é

desapropriado de si, deixando de ser ele próprio, primeiro, para ser ninguém ao ver-se reduzido a uma condição de bem semovente, como um animal de carga” (1995, p.118).

Contudo, toda forma de opressão gera diversas formas e estratégias de resistência. Reis e Gomes argumentam que para compreender as estratégias de resistência e formas de luta usadas pelos negros(as) (escravizados e libertos) no território brasileiro, é preciso considerar o tipo de sociedade existente e o contexto vivido por esses sujeitos dentro de uma lógica escravista que não permitia qualquer tipo de integração ou inserção social na sociedade de homens livres (brancos), onde os esforços na luta pela libertação representavam um sentimento de coragem e sublevação frente a um sistema escravista (Reis; Gomes, 1996).

O trabalho de ganho foi uma das modalidades que possibilitou a alguns escravizados conquistar sua liberdade, a de familiares e amigos. Os indivíduos que viviam ganhando a vida em atividade de rua eram chamados de ganhadores, responsáveis pela circulação de pessoas e mercadorias pela cidade, enquanto as mulheres eram conhecidas como ganhadeiras. Estas pessoas organizavam-se em *Cantos*, grupos que se reuniam para oferecer seus serviços em locais específicos da cidade, que geralmente levavam nomes de ruas, largos e ladeiras. Na condição escravos e escravas, uma quantia era estipulada que deveriam pagar ao seu senhor semanalmente, previamente combinada, sobre seu faturamento, e o que ganhasse a mais poderia embolsar para si (Reis, 1993). Conforme relata a personagem ficcional, Kehinde, em um defeito de cor:

A sinhá Ana Felipa me colocou na rua, como escrava de ganho, a quase um mil e setecentos réis por semana, dinheiro que eu tinha que pagar a ela aos domingos. Como escrava de ganho, eu poderia sobreviver do que quisesse, poderia escolher meu trabalho, e ficaria com o dinheiro que ganhasse acima da quantia pedida por ela. Muitos escravos viviam nessas condições, exercendo as mais diferentes atividades, e muito senhores viviam do dinheiro que eles levavam para casa[...] (Gonçalves, 2019, p.241)

Os textos apresentados oferecem uma perspectiva das dinâmicas sociais do trabalho de ganho realizados no contexto da escravidão no Brasil. Enquanto Gonçalves (2019) retrata por meio ficcional, através da personagem Kehinde, a relação estrutural, social e econômica do período, com uma visão mais emotiva, tendo em vista a função emotiva do seu gênero textual. Reis (1993) oferece uma visão acadêmica dessa relação estrutural, destacando o papel dessa

prática nas engrenagens sociais e econômicas do período. Através das narrativas apresentadas, é possível refletir não apenas sobre o passado, mas como essas relações de exploração e apropriação permanecem até os dias atuais.

Cecília Soares afirma que, embora a legislação fosse omissa, na maioria das vezes os senhores respeitavam esse contrato informal. Com a Lei do Ventre Livre de 1871, “foi facultado aos escravos o direito de acumular um pecúlio”, o que favoreceu os escravos e escravas de ganho, que conseguiram fazer economias, estando bem inseridos na economia monetária da época (Soares, 1996, p.57). Reis (2000) ressalta que foi nos cantos que se deu início ao que pode chamar hoje de identidade afro-brasileira. Na medida em que esses corpos escravizados, em suas diferenças, tinham a possibilidade de interagir entre si, construindo laços de afinidade e entendendo-se como companheiros do mesmo martírio.

Podemos também concluir que nos cantos uma espécie de identidade afro-brasileira estivesse se constituindo por sobre as diferenças de tonalidade da pele e origem. Ou seja, sob pressão da experiência de classe os ganhadores estariam se movendo na direção de uma identidade racial em que mestiços, negros(as) brasileiros e negros(as) africanos se reconheceriam como passageiros de um mesmo navio negreiro social baiano (Reis, 2000, p.240-241).

Soares (1996) destaca que o retorno financeiro no ganho dependia das atividades desenvolvidas, assim como das oscilações de mercado, como a oferta e a demanda. Portanto, “o bom desempenho da função dependia da habilidade em lidar com a freguesia, atrair e conquistar com a qualidade de seus produtos e preços cômodos a clientela” (Soares, 1996, p.60-61). Soares (1996) destaca a importância da compreensão das dinâmicas que atuavam no mercado de ganho. Assim, Gonçalves (2019), nas experiências de Kehinde, relata:

[...] Os *cookies* eram gostosos, fáceis de fazer, e eu não estaria tirando a freguesia de ninguém, já que ninguém vendia *cookies* pelas ruas, e nem eram muitas as pessoas que sabiam fazê-los, o que aumentava a possibilidade de ter mais fregueses[...]. Os ingredientes eram caros e rendiam pouco, um tipo de comida que não matava a fome de ninguém e que ainda por cima era cara[...]. Um dos problemas era que ninguém conhecia *cookies*, as pessoas não sabiam o gosto que tinham[...], mas quando eu falava o preço, achavam

caro e preferiam mesmo comprar outras coisas que realmente enchessem a barriga (Gonçalves, 2019, p.247-248).

Segundo Soares (1996, p.61), as ganhadeiras já desenvolviam uma espécie de monopólio ao controlar a circulação de certos produtos básicos de alimentação na cidade de Salvador no final do século XVIII. Reis (1993) ressalta que “embora o trabalho escravo urbano oferecesse oportunidade e até promovesse a iniciativa individual, permitindo, por exemplo, a obtenção da alforria, sua organização na cidade tinha caráter essencialmente coletivo” (Reis, 1993, pp. 12-13). Imersa nessa realidade descrita por Soares (1996), Kehinde reflete sobre sua experiência nesse mercado de ganho:

“[...] Recebi uma carta, que também chamavam de bilhete ou passe, em que a sinhá afirmava a quem pudesse interessar que eu tinha permissão para exercer atividade na rua a qualquer hora do dia[...]. Durante a semana a cidade parecia uma grande feira, muito maior que as maiores que eu já tinha visto, com pessoas gritando quem queria comprar isso ou aquilo, se oferecendo para carregar qualquer coisa, perguntando quem precisava de cadeirinhas ou de algum outro serviço[...]. Percebi que havia muito mais alternativas para os homens do que para as mulheres. O trabalho mais comum entre as mulheres era o de vendedora” (Gonçalves, 2019, pp.241-242).

As atividades realizadas pelos ganhadores e ganhadeiras, apesar de importantes para a distribuição de bens e a realização de serviços na sociedade, preocupava as autoridades e as elites urbanas. Isso porque essas populações se localizavam em pontos estratégicos da cidade, que serviam como uma espécie de integração entre comunidades que eram consideradas como “perigosas” pela elite. Outro fator que contribuía para essa preocupação era a tentativa do Estado de organizar e controlar a vida urbana no século XIX (Soares, 1996). Segundo Reis, homens e mulheres, de modo geral, desenvolviam atividades distintas no ganho:

“[...]Entres as libertas que negociavam, a maioria declarou “mercadejar diversos gêneros” [...] mingau, acacá, aberém, frutas, verduras, feijão, arroz, milho, pão, peixe[...].

Os homens circulavam mercadejando água, lenha, cal, louças, fazendas, sapato. Eram ativos no comércio ambulante de comida, mas ocupavam

posições, estratégicas na venda de, por exemplo, farinha de mandioca[...]" (Reis, 1993, p.16-17)

Mesmo com a essencialidade dos serviços e bens fornecidos pelos ganhadores e ganhadeiras, não houve, por parte do governo, medidas que assegurassem e dessem suporte aos trabalhadores (escravizados ou não) no desenvolvimento de suas atividades, demonstrando assim sua característica omissa em relação à situação da população negra. Contudo, a falta de políticas assistencialistas que contribuíssem para o desenvolvimento da “massa negra” não inibiu, por parte do governo, a criação de leis, decretos e artifícios que dificultassem a vida dessas pessoas. Após 1835, devido a revolta dos Malês, o governo baiano criou medidas para barrar a autonomia dos cantos:

“[...] A Legislativa Provincial concebeu a Lei nº14, que tinha por objetivo regulamentar e disciplinar o mercado de trabalho africano na rua em Salvador. A lei dividia a cidade *capatazias*, que tomariam o lugar dos cantos[...] O objetivo das capatazias seria exatamente o de “polícia dos ganhadores” [...] A lei obrigava que os ganhadores se matriculassem, declarando nome, endereço, nome do senhor (no caso de serem escravos) e a “qualidade e gênero do serviço a que estão habituados”[...] Essa matrícula seria mensalmente atualizada, e quem se furtasse a fazê-la seria punido com multa de dez mil réis, o dobro do caso de reincidência[...]" (Reis, 1993, p.17)

Após as conceituações de empreendedorismo abordadas, levando em consideração as limitações de tempo e espaço, parece aceitável afirmar que a personagem fictícia Kehinde, em “um defeito de cor” apresenta em suas ações o que pode ser definido como atividades empreendedoras. Contudo, isso revela as contradições e complexidades existentes no regime de escravidão. Embora fosse permitido à personagem iniciar seu negócio de fabricação e venda de cookies, no contexto em que ela vivia, seu negócio foi moldado e limitado pela estrutural social do período. Ao passo que era facultado a ela pagar uma quantia mensal à sua senhora para que pudesse exercer essa atividade de ganho. Isso, por si só, demonstra uma falta de liberdade e autonomia, restringindo suas perspectivas de crescimento. Sujeitada à exploração social e econômica por parte da sua senhora, bem como da sociedade hegemônica, a condição de escravizada de Kehinde fez com que ela não tivesse autonomia e criatividade plenas, limitas à vontade da sua senhora.

Embora as atividades desenvolvidas por Kehinde possam ser descritas como empreendedorismo, é preciso atentar-se para as limitações estruturais que a sociedade escravista lhe impunha moldando suas experiências como mulher negra, escravizada, em um contexto histórico de opressão e exploração. Sua história, mesmo fictícia, reflete a importância de abordar não apenas os aspectos individuais voltados ao desenvolvimento do empreendedorismo, mas também as questões sociais, econômicas e raciais que influenciam as oportunidades e os desafios enfrentados por empreendedores(as) subalternizados.

Assim, a ficcionalidade de Maria Goncalves (2019) aproxima e demonstra aos leitores as mazelas que assolaram a comunidade negra escravizada, mas demonstra também uma forma de resistência e sentimento coletivo, em prol de um bem maior, em busca de uma identidade que seja capaz de romper com a lógica escravista. Assim, é cabível que já no Brasil-colônia os negros(as) e negras já empreendiam, por questões de sobrevivência e de rompimento com a realidade de submissão estabelecida. Mesmo que tais atividades não possuíssem a denominação de empreendedorismo, não há como negar que o fenômeno já se fazia presente. Nota-se com isso que há pouco material bibliográfico referente a essa temática, seja por desconhecimento dessas práticas ou por não existir um “apelo” acadêmico pela busca e relação entre os vieses raça e empreendedorismo. Logo, é necessário ressaltar a importância no empenho em produzir literatura a partir da perspectiva da raça, onde seja possível alcançar as diversas subjetividades e necessidades da população negra ao abordar o tema empreendedorismo.

2.2.2 Afroempreendedorismo

Como abordado anteriormente, o tema do empreendedorismo está ligado à transformação de ideias em negócios rentáveis que modificam a realidade do indivíduo e de um ou vários grupos da sociedade. A origem do termo empreendedorismo vem da palavra francesa *entrepreneur*, que remonta ao século XIII e significa alguém que se responsabiliza por algo, um gerente ou empresário (Boava, 2006).

Nesse contexto, Amartine e Queiroz (2022, p.6), em seu artigo “Discutindo o afroempreendedorismo: Reflexões sobre o conceito a partir dos casos brasileiros e colombiano” afirmam ser importante questionar as narrativas sobre empreendedorismo, pois são constituídas com “ares de universalidade”, baseadas em normas e doutrinas hegemônicas

que não são suficientes para lidar com a realidade das sociedades que tiveram sua construção social fundamentada na escravidão e na hierarquia das raças.

Os autores Hisrich e Peters (2004), ao analisarem os estudos sobre empreendedorismo, evidenciaram que a perspectiva de raça e etnia é esporádica quando se trata do tema, o que dificulta a compreensão de como esses grupos têm acesso às oportunidades em seu meio social.

Paixão (2003) ao analisar as questões relacionadas aos trabalhadores autônomos em diferentes regiões do Brasil, evidenciou uma notável disparidade nas condições socioeconômicas entre grupos étnicos. Ele destacou a sub-representação dos negros em cargos de gestão e argumentou que as políticas públicas convencionais, focadas na geração de emprego e aumento de renda, enfrentam desafios significativos na redução dessas desigualdades sem um enfrentamento direto das causas étnico-raciais subjacentes. A abordagem adotada por Paixão (2003) no estudo sobre empreendedorismo traz uma perspectiva crítica que amplia a compreensão tradicional do tema destacando as complexidades das dinâmicas raciais no mercado de trabalho autônomo.

Em geral, o foco do empreendedorismo adota um viés eurocêntrico, pautando-se em fenômenos e acontecimentos ocorridos principalmente na Inglaterra, França e Estados Unidos. Há também quase que um apagamento da ligação entre capitalismo e a escravidão, assim como a invisibilização das populações subalternizadas do ponto de vista político, cultural e na participação de geração e circulação de riquezas (Amartine e Queiroz, 2022, p.6).

Eric Williams (2012), em seu livro “*Capitalismo e Escravidão*” ao abordar de forma sistemática a formação do capitalismo inglês e sua relação com a escravização de africanos nas Américas, afirma que a escravidão não nasceu do racismo, mas o contrário; o racismo foi consequência da escravidão (2012, p.31-35). Portanto, é possível afirmar que os privilégios que a população branca usufrui nos dias atuais são provenientes das relações raciais e econômicas estabelecidas durante o período escravocrata. No contexto do empreendedorismo, Oliveira, Pereira e Souza (2013) ressaltam que determinadas categorias sociais, como as questões étnicas e raciais, são excluídas frequentemente das pesquisas e análises sobre o empreendedorismo no Brasil, não contribuindo para a superação dessas barreiras históricas.

O Serviço de Apoio às Micros Pequenas Empresas (SEBRAE) conceitua Afroempreendedorismo como “pequeno empresário que se declara negro e que manufactura e/ou comercializa produtos voltados para sua própria etnia” (SEBRAE, 2017, p. 15). A

entidade ainda afirma que as pessoas incluídas nesse grupo constroem seus negócios a partir da história pessoal de exclusão e possuem uma visão de valorizar os aspectos culturais relacionados ao seu negócio.

Etnus (2016) destaca que nos Estados Unidos, durante a segregação racial, surgiu uma sociedade de consumo alternativa para atender à demanda por representação étnico-racial, impulsionada por setores como moda, cinema, música e educação a partir dos anos 60. Hoje, os afro-americanos, com 12% da população, exercem influência significativa na economia de consumo, consumindo anualmente cerca de 1,1 trilhões de dólares, estimando-se que esse valor chegue a 1,3 trilhões até 2017, segundo a Nielsen Company. Na Nigéria, a Nollywood, segunda maior indústria cinematográfica mundial, surgiu pela ausência de representação étnico-racial nos filmes consumidos e pela crise financeira dos anos 80. Atualmente, essa indústria gera uma receita anual de 800 milhões de dólares, evidenciando o impacto do consumo direcionado na criação de indústrias representativas da população local. Assim, esse tipo de consumo diferenciado e inovador é definido como afroconsumo (ETNUS, 2016, p.10):

[...] um movimento de contracultura, que considera a influência direta ou indireta das características étnico-raciais nas experiências do consumo, consciente ou inconscientemente, protagonizando a estética e as características raciais e culturais intrínsecas aos afrodescendentes. Esta disruptura surge como expressão das demandas de sujeitos ainda invisíveis aos olhos do mercado em sua totalidade (comunicação, produção industrial etc.), que passam a exigir que suas individualidades e especificidades sejam consideradas e respeitadas. Esta união de pessoas pela identidade e necessidade potencializa o surgimento de um novo nicho de consumo, colocando os afro-brasileiros no centro dos estudos.

Nos Estados Unidos, durante a segregação racial, surgiu uma sociedade de consumo alternativa para atender à demanda por representação étnico-racial, impulsionada por setores como moda, cinema, música e educação a partir dos anos 60. Hoje, os afro-americanos, com 12% da população, exercem influência significativa na economia de consumo, consumindo anualmente cerca de 1,1 trilhões de dólares, estimando-se que esse valor chegue a 1,3 trilhões até 2017, segundo a Nielsen Company. Na Nigéria, a Nollywood, segunda maior indústria cinematográfica mundial, surgiu pela ausência de representação étnico-racial nos filmes consumidos e pela crise financeira dos anos 80. Atualmente, essa indústria gera uma receita anual de 800 milhões de dólares, evidenciando o impacto do consumo direcionado na criação de indústrias representativas da população local.

Segundo pesquisa do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), Sebrae e GEM (2019), a taxa total de empreendedores(as) negros(as) (pretos(as) e pardos(as)) é maior que a de brancos(as). O percentual de empreendedores(as) naquele momento atingiu a marca de 39%, com 23,1% de empreendedores(as) iniciais e 15,7% de novos empreendedores(as) estabelecidos. Enquanto isso, a taxa de empreendedores(as) brancos(as) chega a ser 37,8 %, com 23,6% de empreendedores(as) iniciais, 16,1% de novos, 7,9% nascentes e 15,2% empreendedores(as) estabelecidos.

Apesar dos negros(as) representarem a maior parcela de empreendedores(as) no país, isso não garante necessariamente os melhores indicadores. Dados da mesma pesquisa mostram que 27,1% dos empreendedores(as) negros(as) empreendem por necessidade, ou seja, devido à falta de emprego. Em relação à renda, 20% dos pretos(as) ou pardos(as) recebem de dois a três salários mínimos, 22% recebem mais de três a seis salários e 8% ganham mais de seis salários mínimos.

Contudo, o cenário torna-se cada vez mais propício para os negros(as) empreenderem, seja pela falta de oportunidade de emprego ou pelo fortalecimento da identidade afro-brasileira na sociedade. Ricardo Franklin Ferreira (2000, p.48) define identidade como “um processo dinâmico em torno do qual o indivíduo se referencia, constrói a si e a seu mundo e desenvolve um sentido de autoria”. Assim, o processo de valorização da cultura afro-brasileira gera oportunidades de negócios que contribuem para a geração de renda e valorização da identidade afro-brasileiro.

Ao se tratar de qualquer assunto ligado à questão racial no Brasil, é de extrema importância lembrar que, durante muitos anos, pregou-se a ideia de que os africanos escravizados não reagiram às diversas formas de opressão impostas. No entanto, tal crença tem como base fatores como o racismo existente na sociedade, o desconhecimento dos processos de luta e organização dos negros(as) escravizados(as), a falta de divulgação de pesquisas e livros que recontam a história do negro(a) brasileiro(a) e a existência do mito da “democracia racial”, que sugere a existência de um convívio harmonioso entre, principalmente, negros(as) e brancos(as) (Munanga; Gomes, 2016).

Para Baggio e Baggio (2014, p.26) “a essência do empreendedorismo está na mudança...”. Ao atentar-se para a definição de empreendedorismo citada pelos autores, pode-se concluir que, guardadas as devidas proporções temporais e sociais, os negros(as) já empreendiam por meio de diversos tipos de resistência na tentativa de mudança de contexto. De acordo Munanga e Gomes (2016, p.69), a “resistência negra” pode ser entendida como o

processo de luta, organização político-social e cultural do(a) negro(a) em prol da sua liberdade. Muitas foram as formas de resistência, tais como a insubmissão às regras do trabalho, os movimentos de ocupação das terras, os movimentos de ocupação das terras, revoltas, fugas, a criação de quilombos, organizações religiosas, entre outras.

Para esta pesquisa, é necessário fazer algumas observações em relação ao processo de empreendedorismo por parte das pessoas pretas e pardas. Nessa dinâmica, tanto histórica quanto contemporânea, é possível realizar uma subdivisão nos termos e na atuação de pessoas negras que empreendem. Por um lado, o(a) Empreendedor(a) Negro(a) e, por outro lado, o(a) Afroempreendedor(a)

O Empreendedor(a) Negro(a) está relacionado ao ato de pessoas negras empreenderem. Seu nicho de atuação não necessariamente está ligado ao mercado exclusivamente negro, podendo atingir outros grupos étnicos. Para esses empreendedores(as), seu produto e sua forma de produzir não necessariamente têm um viés antirracista, ou seja, não há uma preocupação em romper com uma lógica racista e excludente presente na sociedade. Mesmo não adotando práticas que contribuam diretamente para a emancipação da comunidade negra, esse corpo empreendedor tem sua importância na transformação da sociedade, pois o fato de ter um corpo negro relacionado ao ato de empreender já pode ser o início de uma grande transformação.

Por sua vez, o(a) Afroempreendedor(a) está relacionado ao ato de pessoas negras empreenderem, tendo como base uma cadeia produtiva pautada em ideais antirracistas, que não faça uso de trabalho análogo à escravidão atrelada à raça em nenhum momento da produção. Seus produtos devem ser voltados para as pessoas negras (mesmo que pessoas brancas e não negras venham a utilizar), com o viés identitário que fortaleça a cultura afro-brasileira.

Para tanto, é necessário firmar-se em três pilares básicos: rede pautada nas questões raciais, resgate da ancestralidade e busca por uma cadeia produtiva mais igualitária. A proposta de um empreendedorismo pautado nas questões étnico-raciais, numa cadeia produtiva antirracista, requer a criação de uma rede pautada na questão racial, onde seja possível o contato mais próximo entre pessoas negras empreendedoras, tornado assim possível a circulação de renda entre essas pessoas e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida.

Outro aspecto de fundamental importância para alavancar o Afroempreendedorismo seria a presença da ancestralidade africana (ou afro-brasileira), pois é preciso resgatar as

práticas ancestrais e valores que contribuem, contribuíram e contribuirão para a emancipação das comunidades negras, construindo uma autoestima negra que auxilie na introjeção de aspectos identitários positivos.

Um outro pilar para sustentar o Afroempreendedorismo seria uma cadeia produtiva estruturada numa relação mais igualitária, menos exploratória e mais inclusiva. Em contraponto, a quase ausência de estudos que integrem as dimensões raciais ao empreendedorismo dificulta o processo de criação de práticas que rompam com teorias ligadas a contextos colonizadores, que têm sua perspectiva voltada para o domínio e controle, tratando todos de forma homogênea e partindo da mesma situação, sem considerar fatores históricos, heranças culturais e hereditariedade.

Esta lacuna na literatura promove a perpetuação de uma visão dominante e linear do empreendedorismo, predominantemente branca e masculina, que não reflete a realidade da maioria da população brasileira. Portanto, há necessidade de questionar e romper com tais perspectivas (Almeida; Dias; Santos,2021).

Por fim, pode-se concluir que o empreendedorismo realizado por pessoas negras não deve ser visto apenas como uma forma de obtenção de renda ou inovação de contexto, mas como uma oportunidade para criar valores que contribuam para a emancipação mental, estrutural e econômica da população negra. Assim, o empreendedorismo pode ser um instrumento poderoso de transformação social e econômica, quebrando ciclos históricos de desigualdade.

2.4 A Teoria das Representações Sociais

A Teoria das Representações Sociais (TRS), fundamentada pelo psicólogo social Serge Moscovici (1961), explora a transformação de teorias científicas em conhecimento comum. Sua obra *La Psychanalyse, so image et son public*, investiga esse processo, visando entender a construção do conhecimento cotidiano (Almeida e Santos, 2011).

Jean-Claude Abric (2001, p.156) define a representação social como um “conjunto organizado de opiniões, de atitudes, crenças e de informações referentes a um objeto ou a uma situação”. Essa teoria se ancora na psicologia social, com raízes tanto na sociologia quanto na antropologia, resultando em um entrelaçamento do individual e social, como afirmam Almeida e Santos (2011). Abric (2001), ampliando as perspectivas de Moscovici, destaca que

as representações sociais são moldadas tanto por fatores individuais, como a história e as experiências do sujeito, quanto pelo contexto social e ideológico que ele está inserido.

Para dar conta do conhecimento cotidiano, Moscovici (1989) retoma e ressignifica o conceito de representações, tentando, ao mesmo tempo, colocar em evidência a especificidade da Psicologia social, na medida em que, com esse conceito, ele a situará na intersecção do individual e do social (Almeida e Santos, 2011, p.290).

Vala e Castro (2013, p.570) propõem que, por meio de interação social e da comunicação cotidiana, os indivíduos constroem explicações sobre objetos sociais em contextos diferenciados. Isso possibilita a formação de crenças e perspectivas comuns dentro de grupos, mas também diferentes entre eles. Os autores salientam que esta mesma hipótese se encontra na base do trabalho de Durkheim (1898) sobre o conceito de representação coletiva, estando presente também nos trabalhos de Festinger (1954), Lewin (1931) e Sherif (1936) sobre a construção do conhecimento.

Wachelke e Camargo (2007) salientam que foi Moscovici (1961) quem orientou primeiro os estudos sobre representação social, durante a década de 1950, na tentativa de descrever conhecimentos partilhados por diversos setores da sociedade francesa, averiguado como o conhecimento científico é apropriado pelo conhecimento leigo.

Simplício e Santos (2020) afirmam que a psicologia social desenvolvida por Moscovici não pode ser reduzida simplesmente à sociologia durkheimiana. Enquanto as representações coletivas de Durkheim são constituídas elementos coercitivos, orientados para manter a coesão social e homogeneidade inalterada, Moscovici as percebe como dinâmicas e suscetíveis a mudanças.

A noção de representação desenvolvida por Durkheim (1898) é muito influente na sociologia, pressupunha que as formas características de organização da vida social, em cada sociedade, originam formas de pensar também características – as representações coletivas. Estas representações impõem-se aos indivíduos, mesmo que estes não tenham consciência disso, e justificam as regularidades duradouras que encontramos nas sociedades e nas culturas (Vala e Castro, 2013, p.581).

Vala e Castro (2013) acentuam que, para Moscovici (1978), as representações coletivas enfrentam desafios para captar a realidade das sociedades modernas, devido à sua crescente dinamicidade social. Duveen (2007) ressalta que a psicologia social de Moscovici foca nas mudanças sociais e na diversidade das ideias coletivas em sociedades contemporâneas, refletido pela falta de homogeneidade social.

Assim, a primeira modificação que o conceito de representação social introduz, relativamente ao de representação coletiva, é assumir que os modelos servem para explicar a permanência têm, também, que explicar a mudança e identificar os processos que interligam ambas (VALA E CASTRO, 2013, p.581).

Moscovici (2007, p.38) descreve as Representações Sociais como “entidades vivas”, que se comunicam entre si, “opondo-se mutuamente e mudando em harmonia com o curso da vida”, algumas vezes, se refazendo para depois ressurgir com nova aparência. Lahlou (2014) destaca que essas representações só podem existir no campo da prática, pois são mecanismos funcionais, criadas e remodeladas pelo material representacional do coletivo, ganhando espaço e sendo inseridas no meio cultural, à medida que representações mais antigas vão perdendo espaço, tendo em vista o caráter orgânico das representações.

A teoria das representações sociais, por outro lado, toma, como ponto de partida, a diversidade dos indivíduos, atitudes e fenômenos, em toda sua estranheza e impressibilidade. Seu objetivo é descobrir como os indivíduos e grupos podem construir um mundo estável, previsível, a partir de tal diversidade (Moscovici, 2007, p.79)

Moscovici (1978, p.26) define representações sociais como uma forma de conhecimento que facilita a comunicação e coordenação de comportamentos entre indivíduos, ou seja, é algo que tem origem da diversidade e interação social. Almeida e Santos (2011, p.292) trazem a noção de que o conceito é uma espécie de modulador do pensamento e regulador da dinâmica social, na qual “convergências e conflitos atuam em um movimento que opera a mudança social”.

Serge Moscovici defende que as representações presentes no senso comum podem ser analisadas como ciência, pois nossa percepção é influenciada pelo ambiente em que vivemos

e pelas interações com os outros. Dessa forma, temos a necessidade de nomear e tornar familiar tudo aquilo que ainda é desconhecido, dando-lhe concretude. Nossas respostas aos estímulos estão relacionadas a definições comuns a todos os membros pertencentes à mesma comunidade. (Moscovici, 2007, p.30 – 32).

A partir da soma das vivências e lembranças compartilhadas surgem as representações necessárias para enfrentar o desconhecido, com suas inerentes ansiedades. Essas experiências e memórias são dinâmicas e perduráveis. Ancoragem e objetivação surgem como mecanismos para lidar com a memória: enquanto a primeira mantém a memória em constante movimento, classificando objetos, pessoas e acontecimentos internamente, a segunda direciona conceitos e imagens para fora, recriando-os no mundo externo com base no conhecimento prévio (Moscovici, 2007, p.78).

Quanto ao processo de ancoragem, Silva (2016, p.76) o entende como uma forma de “organização das relações sociais”, que serve como um mecanismo “referencial” para os indivíduos de um mesmo grupo, permitindo a comunicação entre eles e influenciando todos que compartilham da mesma representação social, ou seja, é familiarização com o tema implícito. Por sua vez, Bizzera (2016, p.152) define objetivação como a “cristalização de uma representação”, em que a abstração se transforma em concretude, “formando imagens e tornando-a quase tangível”.

As representações sociais devem ser vistas como uma maneira específica de compreender e comunicar o que nós já sabemos. [...] ela tem por objetivo abstrair sentido do mundo e introduzir nele ordem e percepções, que produzam o mundo uma forma significativa (Moscovici, 2007, p.46).

Denise Jodelet (2001) explora que as representações são criadas para “acolher um elemento novo”, por parte de determinados grupos. Nesse processo, a mídia e as redes de comunicação exercem um papel fundamental, na medida que servem como mecanismos de “influência e até mesmo de manipulação social”, dando origem a “teorias espontâneas, versões da realidade encarnadas por imagens ou condensadas por palavras” carregadas de significações (Jodelet, 2001, p.21).

Então, o fenômeno social estaria ligado aos processos sociais implicados com as diferenças sociais. Nesse sentido, Moscovici (2007) definiu as Representações Sociais como

uma forma de criação coletiva, influenciada pelas dinâmicas das estruturas sociais na modernidade, contribuindo para mudanças significativas.

Segundo Maria Aparecida Silva Bento (2014), Denise Jodelet (1989) questiona por que as pessoas aceitam injustiças que incidem sobre aqueles que não pertencem ao seu grupo, mesmo que esse grupo seja igualitário e democrático. Silva Bento (2014) introduz o termo “Indignação Narcísica” para descrever essa “indignação seletiva”. A autora conclui que esse fenômeno está ligado à necessidade de pertencimento social, onde a forte ligação emocional com o grupo leva os indivíduos a investirem sua identidade nele e a defenderem seus valores, excluindo aqueles que não pertencem a ele (Bento, 2014, p.29).

Abric (1998, p.27) destaca que a representação é uma atividade “reapropriada pelo indivíduo ou grupo, reconstruída no seu sistema cognitivo”, integrando opiniões, crenças e atitudes sobre uma situação, considerando aspectos culturais, históricos e sociais. Kabengele Munanga (2014, p.11) ressalta que essa “reconstrução do sistema cognitivo” afeta as identidades individuais e coletivas, “cuja interiorização deixa marcas invisíveis no imaginário e na representação coletiva”, podendo levar à negação da própria natureza humana.

Munanga (2014) também discute o resultado do racismo, que opera nas subjetividades dos indivíduos e, conseqüentemente, aos grupos que eles pertencem. Por sua vez, Jorge Vala (2015) propõe analisar o racismo como uma forma de representação social, que vai além do preconceito racial individual, sendo uma teoria social inscrita nas instituições e no pensamento social. À medida que se tem os elementos necessários para compreensão, há o estímulo de análise de diversos tipos de ancoragem do racismo e da sua institucionalização, permitindo a investigação das modalidades de objetivação dos conceitos que o sustentam (Vala, 2015, p.156).

[...] o racismo não é uma simples avaliação negativa de um grupo social específico, ainda que possa incluir atitudes negativas contra os grupos racializados [...] O racismo distingue-se ainda do preconceito racial dado que é uma teoria social inscrita nas instituições sociais e no pensamento social e não um traço da personalidade, nem um fenômeno simplesmente atitudinal de natureza individual ou intergrupar. Trata-se de um fenômeno que organiza as relações entre grupos sociais, mas que é mais do que uma posição individual (Vala, 2015, p.156).

Neste contexto, as representações sociais são cruciais para compreender a complexidade dos fenômenos sociais. Conforme discutido anteriormente, elas orientam comportamentos e

postura de grupos ou da sociedade em geral, atuando como parâmetros para justificar certas decisões e protegendo suas identidades ou o que consideram como “verdade”.

No que se refere, por exemplo, à perpetuação da discriminação e do racismo, Cida Bento (2014) descreve esse fenômeno como “pacto narcísico da branquitude”. Esse pacto consiste em acordos não verbalizados, por pessoas brancas que visam manter seus privilégios e os de seus grupos, partindo do pressuposto de que o “diferente” ameaçasse o “normal”, o “universal” (Bento, 2022, p.18-19). Almeida (2021) destaca que o racismo tende a domesticar as culturas e corpos, enquadrando esses corpos discriminados numa “versão de humanidade controlada”, denominado como “sujeito colonial” (2021, p.71).

Neste sentido, Almeida (2021) ressalta que houve uma reconfiguração do racismo na sociedade, em vez de um comportamento mais humanizado pelo coletivo. Essa mudança ocorreu no contexto das transformações do capitalismo, em uma sociedade pós-escravista, visando mitigar os conflitos raciais. Nesse novo cenário, as culturas menosprezadas (africana e indígena), passam a ser reconhecidas como exóticas. Ao atribuir valor a determinada cultura, o racismo assume um caráter mais sutil e socialmente aceitável. Assim, torna-se cada vez mais difícil erradicar o racismo do tecido social, considerando suas diversas camuflagens.

Um das formas de camuflagem do racismo é a utilização da meritocracia como critério da posição social dos sujeitos, o que influencia as representações sociais que recaem sobre esse sujeito ou grupo que pertence. Sobre isso, Bento (2022) ressalta que a meritocracia defende que cada indivíduo é responsável pela sua posição na sociedade, porém, esse sistema não considera o impacto histórico e as diferentes heranças na vida contemporânea dos grupos, como acesso a saneamento básico, moradia, educação de qualidade, empregos mais bem remunerados são alguns exemplos. Em outras palavras, esse discurso meritocrático não questiona o “silêncio sobre a herança escravocrata concreta ou simbólica”, que define a posição do sujeito na sociedade (Bento, 2022, p.20-23).

Souza (2014) aborda que a Teoria do Núcleo Central, proposta por Abric (2000), representaria a complementação da Teoria da Representação Social, na medida que forneceria uma descrição mais detalhada das estruturas cognitivas e explicações comportamentais dentro do contexto Social. A ideia central seria que toda representação social é organizada em torno do núcleo central e um sistema periférico. Ademais, a autora aborda que o núcleo central está ligado à memória coletiva, conferindo significado, coesão e durabilidade à representação, sendo assim, é estável e não suscetível a alterações. Essas representações estão ligadas às condições históricas, ideológicas e sociais do indivíduo e do coletivo. Há duas dimensões

possíveis para o núcleo central: a dimensão da funcionalidade e normatividade. Na primeira, estariam os elementos direcionados a realizações de tarefas, enquanto na segunda, estariam esses elementos relacionados a normas, a uma atitude, ou seja, dimensões dependentes das situações sociais, afetivas e ideológicas. (Souza, 2014).

Já o sistema periférico teria a função de se manter atualizado e contextualizado, servindo com uma proteção ao núcleo central, conferindo atualizações e contextualizações para as representações (Souza, 2014).

Diante da análise sobre as representações sociais e suas interseções com o fenômeno do racismo, é possível concluir que essas representações desempenham um papel fundamental na construção e na perpetuação das desigualdades sociais. Originadas tanto no indivíduo quanto no grupo ao qual pertence, influenciando e exercendo influência no contexto social e ideológico, as representações moldam as percepções, atitudes e comportamentos dos grupos sociais. Portanto, compreender essas representações sociais e suas influências é crucial para entender como o Afroempreendedorismo é representado e quais suas representações para quem o exerce. Além disso, é essencial para enfrentar os problemas sociais, promovendo uma sociedade mais igualitária e equânime.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, apresenta-se o caminho metodológico e técnicas de investigação adotados para a realização desta pesquisa. Serão também apresentados os motivos para a escolha do método, justificado pelo objetivo da pesquisa.

3.1 Metodologia de Pesquisa

Segundo Minayo (2009, p.14), a “metodologia é o caminho do pensamento”, compreendendo a junção de três pilares: abordagem metodológica (o método), os instrumentos para operacionalizar o conhecimento (técnicas) e a criatividade dos pesquisadores (experiência, capacidade pessoal e sensibilidade). A autora enfatiza que a metodologia vai além das técnicas, incorporando convicções teóricas e articulando-se à teoria e à realidade empírica (Minayo, 2009, p.15).

O estudo visou compreender as representações sociais do afroempreendedorismo entre empreendedores(as) negros(as) (pretos(as) e pardos(os)) na cidade de Salvador-Ba, de acordo com a definição do IBGE. O objetivo desta pesquisa é de caráter descritivo/exploratório, conforme definido por Gil (2002), visando fornecer uma maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Normalmente, envolve levantamento bibliográfico e entrevistas com aqueles que tiveram contato direto com o problema pesquisado.

Por se tratar de um trabalho que visou entender as particularidades e embasamento de um determinado grupo, com o intuito de identificar como se dá o processo de assimilação e desenvolvimento dos seus negócios, a escolha por uma abordagem qualitativa e interpretativa pareceu ser a melhor opção. Minayo (2009) evidencia que esse tipo de método procura “desvelar” processos sociais pouco conhecidos e pertencentes a grupos particulares, com o objetivo de proporcionar a construção e/ou revisão de novas abordagens, conceitos e categorias referentes ao fenômeno estudado.

Andrade (2002) observa que esse tipo de pesquisa se preocupa em observar, registrar, analisar e interpretar os fatos, sem interferência do pesquisador neles. Assim, os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador.

Minayo (2009) aborda que a pesquisa qualitativa lida com significações, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes, abordando um universo mais profundo das relações e fenômenos que não podem ser simplificados em variáveis operacionais.

Através da apresentação desses conceitos, a referida pesquisa terá a natureza aplicada uma vez que visa a aplicação dos resultados obtidos para a resolução de possíveis problemas a serem encontrados.

3.2 Técnica de Produção de Dados

A produção de dados foi realizada em duas etapas principais, sempre mantendo uma relação direta com os objetivos específicos do estudo. Assim, para melhor explicar o processo de produção de dados e possivelmente responder às questões levantadas no presente trabalho, seguem abaixo as etapas.

A primeira etapa constitui-se em realizar um levantamento bibliográfico e histórico sobre o objetivo do estudo. Optou-se por realizar um resgate histórico aprofundado, através de revisão de literatura sobre o afroempreendedorismo. Isso incluiu abordar as práticas empreendedoras dos negros(as) escravizados(as) no Brasil Colônia como formas de resistência e sua possível relação com a atualidade.

A segunda etapa constituiu na produção de dados empíricos ou primários, que identificaram os elementos que compõe a representação social do afroempreendedorismo dos empreendedores(as) negros(as) da cidade de Salvador. Para identificar esses elementos, foi elaborado um questionário semiestruturado.

Os dados foram produzidos de duas maneiras: presencialmente e online, utilizando um formulário do Google Forms. É válido ressaltar que ambos os questionários apresentavam estruturas idênticas. O questionário incluiu três perguntas alinhadas aos objetivos específicos do estudo. A produção presencial ocorreu durante o evento “Feira AfroBiz Salvador-Rodada Internacional de Negócios” e no centro histórico de Salvador com empreendedores(as) negros(as). No total, foram coletados 40 questionários, sendo 20 presenciais e 20 online. Esta abordagem mista permitiu alcançar indivíduos que tinham restrição tempo para responder à pesquisa presencialmente, bem como aqueles que não dispunham de um espaço físico para realizar suas atividades empreendedoras. Dessa forma garantiu-se uma maior diversidade e acessibilidade dos participantes, assegurando a representatividade da amostra.

Por sua vez, o instrumento de pesquisa foi estruturado em três partes:

A primeira questão, relacionada ao objetivo específico, solicitou aos empreendedores(as) negros(as), através da Técnica de Associação Livres de Palavras (TALP), que registrassem as cinco primeiras palavras que viessem à mente após a leitura da pergunta: “Quais são as cinco primeiras palavras que lhe vêm à mente quando se trata de ‘Afroempreendedorismo’?” com as respostas sendo registradas na ordem em que foram evocadas. Segundo Souza (2014, p.121), essa técnica pressupõe que as primeiras palavras expressas por uma pessoa ao ser solicitada a falar sobre algo são as mais acessíveis em seu esquema cognitivo, orientando a compreensão e fundamentando práticas relacionados ao tema.

Após a coleta das palavras, foi necessário organizá-las em ordem alfabética para prosseguir com a análise do material. Em seguida, foram identificadas as palavras mais frequentes, transformando-as em categorias. Palavras com mesma similaridade semântica ou afinidades de sentido comum foram agrupadas nessas categorias, levando em consideração em consideração o tema abordado “Afroempreendedorismo”. Por exemplo, palavras como “poder” e “autoestima” foram categorizadas como “Empoderamento”. Palavras que indicavam comportamento de persistência foram agrupadas na categoria “Resistência”. Também foi criada uma categoria “Outros” para palavras que não se encaixavam em nenhuma outra categoria, “onde está” e “fé em Deus”.

Posteriormente, foram analisadas a frequência e a força de evocação das categorias. A frequência indica quantas vezes uma categoria foi mencionada, enquanto a força representa a média aritmética da ordem em que as ideias(categoria) foram evocadas pelos participantes. Os dados foram organizados e classificados utilizando o Microsoft Office 2016/Windows 11, permitindo a elaboração do mapa cognitivo. Esse mapa diferencia as palavras **centrais** (aquelas mais prontamente acessíveis na mente dos participantes) do sujeito das **periféricas** (aquelas com menos significado) (Souza, 2014, p.122).

A segunda questão envolveu a coleta de discurso sobre o afroempreendedorismo, permitindo aos entrevistados expressarem seus significados, impressões e definições sobre o tema. A questão foi “o que para você significa Afroempreendedorismo”. Primeiramente, os conteúdos obtidos foram transcritos na íntegra. Em seguida, foram lidos e classificados em categorias de ideias similares. As categorias foram criadas para cada grupo de resposta e, à medida que ideias semelhantes se repetiam, elas eram agrupadas na mesma categoria. Algumas respostas específicas foram utilizadas para sustentar ou corroborar com a

representação social do Afroempreendedorismo nas análises do mapa de dispersão (figura 02).

A terceira questão foi uma parte estruturada sobre a intensidade de concordância ou discordância. Foi apresentada uma sequência de oito afirmações que envolviam possibilidades e dificuldades no exercício do “Afroempreendedorismo”. Para estas questões, utilizou-se um conjunto de itens com formato escala do tipo somatória ou Likert de seis pontos, sendo 1 a total discordância e 6 sendo a total concordância com as afirmações.

A escolha por uma escala Likert de seis pontos justifica-se, primeiramente, pela eliminação do ponto neutro, o que reduz a ambiguidade na interpretação dos dados. Quando há uma opção neutra, não fica claro se o indivíduo realmente não tem opinião ou se apenas não quer se posicionar. Forçar os respondentes a escolherem um lado pode proporcionar dados mais claros e úteis, especialmente em pesquisas que envolvem temas sociais complexos como o afroempreendedorismo.

Além disso, a precisão das respostas tende a aumentar sem a opção neutra, pois os respondentes são incentivados a refletir mais profundamente sobre suas opiniões, resultando em dados mais detalhados e precisos. Outra questão é a tendência de centralização. Muitas vezes, as pessoas escolhem o ponto neutro para evitar esforço cognitivo ou conflito, o que pode distorcer os resultados, já que as opiniões fortes podem ficar sub-representadas. Uma escala de seis pontos força uma escolha mais definitiva, refletindo melhor as verdadeiras opiniões.

Por fim, essa abordagem incentiva a reflexão crítica. Sem uma opção neutra, os participantes precisam se engajar mais profundamente com as questões, promovendo respostas mais bem pensadas e representativas das verdadeiras opiniões, o que pode informar melhor as estratégias de intervenção e apoio.

Figura 01: Escala *Likert* de discordância com seis pontos

Discordo			Concordo		
1	2	3	4	5	6
Discordo Totalmente	Discordo Muito	Discordo pouco	Concordo pouco	Concordo Muito	Concordo Totalmente

Fonte: Elaboração Própria

Dado que esta questão não buscou analisar as respostas de maneira individualizada, mas de maneira unificada, os resultados foram apresentados em média aritmética e a moda encontrada da amostra.

Como critérios para avaliar as percepções dos participantes sobre o afroempreendedorismo, tem-se a referência da média geral das percepções, que ficou em torno de (5,1). Foram considerados pontos médios assim definidos: escores **acima ou iguais a 5,1** indicam uma percepção muito positiva com a afirmação, classificando essa dimensão como um ponto forte. Escores médios abaixo de **5,1** sugerem que essa dimensão é moderadamente positiva, pois a percepção não é negativa, mas há espaço para aprimoramento, indicando alguns desafios significativos e a necessidade de ações imediatas para direcionamento de esforços para melhoria dessa dimensão. Os escores médios serão apresentados em uma tabela com todas as afirmações, facilitando a visualização e análise dos resultados.

Essas partes, juntas, tiveram como objetivo identificar as categorias de entendimento sobre o Afroempreendedorismo e como é representado socialmente.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção tem como objetivo apresentar os resultados obtidos em pesquisa de campo realizado com empreendedores(as) negro na cidade de Salvador, sujeitos da pesquisa, que estará assim dividido.

A) Perfil dos Respondentes

Os dados levantados para a descrição do perfil, faixa etária, sexo, e formação estão presentes na tabela abaixo:

Tabela 01 – Perfil dos respondentes por faixa etária e sexo

EMPREENDEDORES(AS) NEGROS(AS) RESPONDETES			
Sexo	Qt.	%	Faixa etária (média)
Masculino	12	30%	36
Feminino	28	70%	38
TOTAL	40	100%	37
Escolaridade		Idade	
Ensino Fundamental	0	(-) 21 anos	3
Ensino médio Incompleto	1	De 21 a 25 anos	7
Ensino médio Completo	12	De 26 a 30 anos	2
Superior Incompleto	3	De 31 a 35 anos	4
Superior Completo	18	De 36 a 40 anos	6
Pós-graduado	3	De 41 a 45 anos	5
Inconclusivo	3	De 46 a 50 anos	4
-	-	De 51 a 55 anos	5
-	-	Acima de 56 anos	1
TOTAL	40	Inconclusivo	3

Fonte: Elaboração Própria

Os dados produzidos dos 40 empreendedores(as) negros(as) que responderam ao questionário revelam informações significativas sobre idade, sexo, nível de escolaridade dos participantes, sendo possível realizar uma descrição do perfil dos participantes.

É importante destacar que em três questionários respondidos presencialmente não foi possível identificar o nível de escolaridade e idade dos participantes. Isso pode ter ocorrido

devido às respostas terem sido coletadas enquanto essas pessoas exerciam suas atividades laborais, o que pode ter contribuído para essa lacuna de informação. Como resultado, na tabela 01, foram incluídas categorias “inconclusivo” tanto na escolaridade quanto na idade.

O questionário não investigou o ramo de atuação dos(as) empreendedores(as). A decisão foi baseada na noção de que a identidade e a experiência dos(das) afroempreendedores(as) são moldadas por fatores socioculturais e históricos, independentemente do ramo de atuação. Dessa forma, optou-se por concentrar a investigação nas percepções e representações sociais do afroempreendedorismo, ao invés de segmentar por área de atuação, pois essa segmentação poderia fragmentar a análise e desviar o foco principal do estudo.

O primeiro dado que chama atenção é a predominância de respondentes do sexo feminino, que representou 70%. Esta maioria feminina pode traduzir um engajamento maior no desenvolvimento do empreendedorismo na região onde foi aplicado o estudo.

Na cidade de Salvador, Bahia, as diferenças no grau de escolaridade entre pessoas negras do sexo masculino e feminino refletem as tendências observadas em outras partes do Brasil, com algumas especificidades regionais. Dados do IBGE (2022) indicam que, assim como em nível nacional, as mulheres negras em Salvador apresentam, em média, níveis de escolaridade mais altos do que os homens negros. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra (PNAD) contínua 2022 do IBGE, em Salvador, 36,5% das mulheres negras com 25 anos ou mais possuem ensino médio completo, em comparação com 30,1% dos homens negros na mesma faixa etária. Quando se trata de ensino superior, 13,8% das mulheres negras possuem diploma universitário, contra apenas 8,2% dos homens negros.

Essas diferenças educacionais têm implicações diretas no mercado de trabalho formal. As mulheres negras, apesar de possuírem maior escolaridade, enfrentam dificuldades para obter empregos formais bem remunerados, muitas vezes devido a discriminações de gênero e raça, o que reflete as barreiras adicionais que elas enfrentam ao buscar trabalho formal. A taxa de desemprego entre mulheres negras é maior do que entre homens negros, que embora em menor número com ensino superior, muitas vezes ocupam posições em setores que não exigem alta qualificação, como a construção civil e serviços gerais (IBGE,2022).

No entanto, a maior escolaridade das mulheres negras também se traduz em uma participação significativa em setores específicos, como educação e saúde, onde a presença feminina é predominante. Esses setores muitas vezes oferecem maior estabilidade de

emprego, embora os salários sejam, em média, mais baixos do que em setores dominados por homens.

Portanto, a situação em Salvador exemplifica a complexa interação entre escolaridade, gênero, raça e mercado de trabalho, destacando a necessidade de políticas públicas que abordem essas desigualdades de forma integrada e eficaz.

Este contexto reforça a importância do empreendedorismo como uma via de empoderamento e sustento para muitas mulheres negras, impulsionando-as a buscar alternativas fora das estruturas convencionais de emprego.

Quanto aos respondentes do questionário, a idade média geral foi de 37 anos, indicando uma participação ativa maior de jovens e de meia-idade, indicando que as empreendedoras e os empreendedores negros(as) que participaram da pesquisa estão em uma fase da vida onde a maturidade e as vivências contribuíram para o desenvolvimento da atividade comercial.

Ao segmentar os dados por sexo, observou-se que a média de idade masculina foi de 36 anos, enquanto a feminina foi ligeiramente superior, atingindo 38 anos. Essa diferença sutil pode refletir variações nas trajetórias profissionais e de vida entre os sexos, que podem influenciar no momento escolhido por cada grupo para iniciar seu empreendimento.

Observou-se também que, em relação ao nível de escolaridade, quase metade dos respondentes (18 pessoas) possui nível superior completo, indicando uma alta qualificação educacional entre os empreendedores(as). Desses 18 indivíduos, 78% são do sexo feminino, o que representa 64% do total de participantes do sexo feminino. Por outro lado, entre os respondentes que possuem nível superior, apenas 22% são do sexo masculino, correspondendo a 33% do total de participantes masculinos. Esse dado reforça que além maior participação feminina no mercado, as mulheres também se destacam na qualificação profissional.

A análise detalhada dos dados produzidos demonstra que os resultados destes estudos são amplamente aplicáveis ao universo predominantemente feminino, o que pode influenciar estratégias e políticas públicas de apoio e desenvolvimento do empreendedorismo afro para o público feminino. As mulheres negras, com alta qualificação educacional, representam uma força significativa no cenário do empreendedorismo soteropolitano, cujas iniciativas de suporte devem considerar essas características para serem mais eficazes e pertinentes às necessidades desse grupo.

B) Representação Social Evocada Sobre o Termo Afroempreendedorismo

Quanto às palavras que foram associadas livremente pelos respondentes, foram avaliadas as frequências das categorias por ordem de evocação. A frequência representa quantas vezes a categoria foi citada, enquanto a ordem de evocação indica a importância atribuída à expressão evocada (1 a 5).

Abaixo, apresenta-se uma síntese da frequência de cada categoria por ordem de evocação no Quadro 01:

Quadro 01 – Evocação das categorias por ordem

CONCEITO	CATEGORIAS	ORDEM DE EVOCAÇÃO					
		1	2	3	4	5	TOTAL
AFROEMPREENDEDORISMO	ANCESTRALIDADE	13	7	8	11	5	44
	EMPODERAMENTO	11	5	10	6	11	43
	RESISTÊNCIA	9	5	5	4	6	29
	RESILIÊNCIA	3	4	3	5	9	24
	DINHEIRO	0	10	5	5	2	22
	FORÇA	0	3	2	2	2	9
	OPORTUNIDADE	3	3	1	2	0	9
	OUTROS	1	1	3	2	1	8

Fonte: Elaboração Própria

Este (Quadro 01) representa o mapa de frequências das categorias, destacando que a categoria mais frequentemente evocada pelas empreendedoras(es) negras(os) entrevistados é Ancestralidade (44) no contexto de Afroempreendedorismo. É interessante observar que “Ancestralidade” também foi a segunda categoria mais lembrada. Para facilitar as discussões sobre o cruzamento entre força de evocação e frequência, foram construídos quadros separados para cada aspecto.

É possível identificar que, no conceito de “Afroempreendedorismo”, a categoria com maior frequência de evocação (44 vezes) foi “Ancestralidade”, especialmente nas primeiras e quartas posições, com expressões como: “ancestralidade” e “resgate da herança ancestral. Por outro lado, a categoria “Outros” teve a menor quantidade de expressões evocadas, com exemplos como “onde está” e “fé em Deus”.

Após sintetizar a frequência de cada categoria por ordem de evocação, procedeu-se à análise dos dados, definindo a ordem de importância e calculando a média por ordem de evocação conforme apresentado na tabela 02. Destaca-se que a ordem de frequência foi

numerada de 1 a 7, organizada em ordem decrescente, onde 1 representa a categoria menos evocada (“Outros”, com 8 evocações) e 7 representa a categoria mais evocada (“Ancestralidade”, com 44 evocações).

Tabela 02 - Evocação das Categorias por Frequência e Ordem

CONCEITO	EMPREENDEDORES(AS) NEGROS(AS)			
	CATEGORIA	Frequência	Ordem	(%)
AFROEMPREENDEDORISMO	ANCESTRALIDADE	44	7	23,40%
	EMPODERAMENTO	43	6	22,87%
	RESISTÊNCIA	29	5	15,43%
	RESILIENCIA	24	4	12,77%
	DINHEIRO	22	3	11,70%
	FORÇA	9	2	4,79%
	OPORTUNIDADE	9	2	4,79%
	OUTROS	8	1	4,26%

Fonte: Elaboração Própria

Após hierarquizar as frequências e a ordem da evocação (Tabela 02), foi elaborado o quadro a seguir, resultante do cruzamento entre a hierarquia de frequência das categorias e a média obtida pela ordem das evocações das mesmas categorias.

Quadro 02- Evocações das Categorias por Frequência, Ordem e Média

EMPREENDEDORES(AS) NEGROS(AS)					
CONCEITO	Categoria	Evocação	Média	Frequência	Ordem de força
AFROEMPREENDEDORISMO	ANCESTRALIDADE	44	2,73	8	2
	EMPODERAMENTO	43	3,02	7	5
	RESISTÊNCIA	29	2,76	6	3
	RESILIENCIA	24	3,54	5	8
	DINHEIRO	22	2,95	4	4
	OPORTUNIDADE	9	2,22	3	1
	FORÇA	9	3,33	2	7
	OUTROS	8	3,13	1	6

Fonte: Elaboração Própria

No que diz respeito às forças de evocação, seguindo as mesmas categorias das evocações anteriores, porém agora classificadas por média aritmética da ordem em que a ideia foi evocada pelos sujeitos. Desta forma, a categoria que apresentou a média mais próximo de 1 foi evocada primeiro pelo sujeito, indicando maior acessibilidade cognitiva. Conforme o Quadro 02, a categoria “Oportunidade” relacionado ao termo “Afroempreendedorismo”, obteve a menor média de evocação (2,22), ocupando a posição 1 em termos de força de evocação.

Por outro lado, a categoria “Resiliência” em relação ao “Afroempreendedorismo”, teve a média de evocação mais alta (3,54), embora tenha obtido uma frequência de evocação acima da média (24), mostrando que, apesar de ser lembrada, não está entre as primeiras nas discussões sobre afroempreendedorismo.

Após calcular as médias aritméticas, foi realizada uma análise estatística que correlaciona a ordem de frequência com a ordem de força de evocação, resultando na construção do (Quadro 03), um diagrama de quatro quadrantes que representa os elementos centrais, periféricos e residuais das representações sociais sobre Afroempreendedorismo.

Quadro 03 – Diagrama de Quatro Quadrantes da Representação Social sobre Afroempreendedorismo

		GRANDE FORÇA DE EVOCÇÃO			PEQUENA FORÇA DE EVOCÇÃO		
ALTA FREQUENCIA	f>23		FREQUÊNCIA	OME<2,98		FREQUÊNCIA	OME≥2,98
		ANCESTRALIDADE	44	2,73	EMPODERAMENTO	43	3,02
RESISTÊNCIA	29	2,76	RESILIÊNCIA	24	3,54		
BAIXA FREQUENCIA	f≤23						
		DINHEIRO	22	2,95	FORÇA	9	3,33
OPORTUNIDADE	9	2,22	OUTROS	8	3,13		

Fonte: Elaboração Própria

No quadro (03), são apresentadas a frequência de evocação, a mediana da frequência de evocações (23,00), e a Ordem Média de Evocações (OME) (2,98). Como já explicado anteriormente, quanto o menor OME, maior a força de evocação. Para entender a disposição das categorias, foram consideradas como alta frequência de evocação aquelas evocações acima de 23, alocadas nos quadrantes superiores, enquanto aquelas com frequência igual ou menor que 23 foram alocadas na parte inferior dos quadrantes. Em relação à OME $<2,98$, foram alocadas nos quadrantes esquerdos, e aqueles com OME $\geq 2,98$ foram alocadas nos quadrantes direitos.

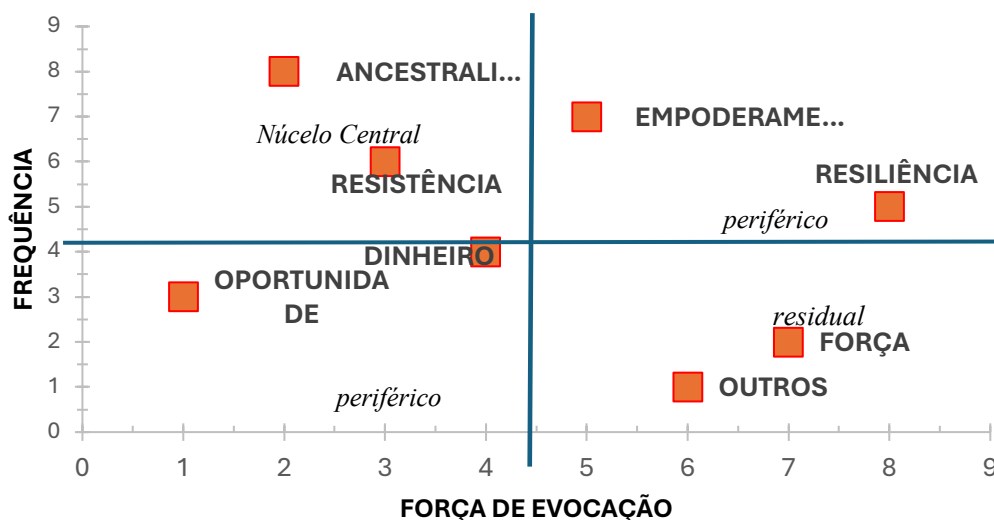
Essa organização permitiu a construção de um mapa de dispersão que possibilitou visualizar os elementos centrais, periféricos e residuais das representações. As marcações no mapa foram baseadas no do Quadro (2), onde a frequência é representada pelo número 8 e a menor pelo número 1. Quanto à OME, aquela com maior força é representada pelo número 1, e a menor, pelo número 8. Este gráfico de dispersão, dividido em quatro quadrantes permite correlacionar um mapa sobre o Afroempreendedorismo, identificando suas representações.

Para analisar o mapa, algumas informações são importantes:

- a) **Núcleo Central:** representado pelo quadrante superior esquerdo – representa uma representação estável e difícil de ser alterada, ligada principalmente a fatores culturais de origens (alta frequência e grande força de evocação);
- b) **Periférico superior direito:** mais flexível, protegendo o núcleo central (alta frequência e baixa força de evocação);
- c) **Periférico inferior esquerdo:** também mais flexível, protegendo o núcleo central (baixa frequência e grande força de evocação);
- d) **Núcleo Residual:** apresentados no quadrante inferior direito – exerce pouca influência sobre o núcleo (baixa frequência e baixa força de evocação)

A análise começa explorando os aspectos relevantes que definem a concepção social que as(os) empreendedoras(es) negras(os) de Salvador-Ba têm sobre o Afroempreendedorismo. Isso será realizado por meio da análise do mapa de dispersão apresentado na figura (02).

Figura 02 – Representação social empreendedoras(es) negras(os) de Salvador



Fonte: Elaboração Própria

Segundo Souza (2014, p.131), “O núcleo central é a parte mais sólida e resistente de uma representação”, configurando-se como o componente mais desafiador de ser alterado. Por conta dessa característica, possui uma importância especial, refletindo as crenças e significados mais estáveis e proeminente no entendimento do Afroempreendedorismo para as(os) empreendedoras(es) negras(os) pesquisadas(a). Essas crenças costumam direcionar mais significativamente as ações e atitudes dessas pessoas em assuntos ligados ao tema.

O mapa de dispersão (Figura 02) permite concluir que dentro dos dados processados, identifica-se no quadrante superior esquerdo as categorias “**Ancestralidade**” e “**resistência**”. Estes elementos formam o núcleo das representações sociais do Afroempreendedorismo para as(os) empreendedoras(es) negras(os) participantes da pesquisa, estando profundamente enraizados em suas identidades culturais e históricas.

As principais palavras evocadas de cada categoria estão detalhadas abaixo:

- a) Ancestralidade: ancestralidade, reconhecimento e África: sugere a importância das raízes culturais e históricas, reconhecendo a herança e identidade africana.
- b) Resistência: resistência, determinação e persistência: denota uma narrativa de luta contínua e perseverança para a superar as adversidades.

A ancestralidade representa o vínculo das(os) empreendedoras(es) negras(os) com seu passado e raízes ancestrais, proporcionando um senso de continuidade e pertencimento, fortalecendo a identidade coletiva negra e mantendo viva a herança cultural africana e afrobrasileira nas práticas cotidianas. Para elucidar melhor o significado disso, é relevante mencionar algumas falas das(os) empreendedoras(es) negras(os) sobre o significado de Afroempreendedorismo. Uma entrevistada aborda que: *“O Afroempreendedorismo é uma forma de empreender, resgatando, mostrando, multiplicando os saberes ancestrais da cultura negra.”* (Entrevistada 13). Corroborando com essa definição, outra entrevistada reflete: *“Empreender através de produtos afrocentrados que colaborem para o resgate da identidade e autoestima do povo negro.”* (Entrevistada 28). Nestas expressões, é possível identificar claramente a relação do Afroempreendedorismo com a ancestralidade, buscando nos ancestrais o significado para suas ações.

A noção e conceito de resistência assumem diferentes formas e significados dentro do contexto histórico e social brasileiro. A resistência negra é vista como uma resposta multifacetada aos sistemas de opressão e discriminação instituídos pelo regime escravista e pelo racismo ainda presente no país. Marcos Antônio Cardoso (2001), em sua dissertação de mestrado *“O movimento negro em Belo Horizonte: 1978-1998”*, conceitua a resistência não apenas como um movimento social de luta contra a escravidão, envolvendo práticas individuais e coletivas, mas também através da criação e manutenção de organizações e instituições negras, como clubes, imprensa e negócios voltados para a comunidade negra.

Portanto, a resistência demonstra a capacidade de persistência diante de uma sociedade cujas bases estruturais foram moldadas pela escravidão e pela desumanização dos povos de origem africana, que ainda são marginalizadas na sociedade atual. A centralidade da categoria resistência na representação social do Afroempreendedorismo pode ser exemplificada pela fala de uma entrevistada: *“Uma iniciativa que vem desde que os negros(as) se viram na necessidade de através da criatividade encontrar uma forma de sobreviver após o período escravocrata numa sociedade racista, e hoje como uma forma de trazer o reconhecimento e empoderamento aos que continuam produzindo, mas são prejudicados pela sociedade exploradora que só valoriza o branco.”* (Entrevistada 14). A resistência continua sendo essencial para romper as barreiras estruturais proveniente do racismo.

Os valores discutidos são de extrema importância na representação social do Afroempreendedorismo para as(os) empreendedoras(es) negras(os). Para Munanga (2019), essa busca pelo resgate da ancestralidade africana está relacionada ao fortalecimento da

identidade afro, que ensina a coletividade, irmandade e pertencimento como elos fortes para enfrentar as desigualdades ainda presentes.

Como definido por Oliveira (2009), a ancestralidade é uma categoria analítica que se alimenta das experiências de africanos e afrodescendentes para compreender essa experiência diversa, proporcionando uma compreensão unificadora sem reduzir a multiplicidade dessas experiências a uma única verdade. A ancestralidade atua simultaneamente como enigma e uma revelação, indicando e ocultando caminhos, servindo como um modo de interpretar e produzir a realidade, além de funcionar como um instrumento ideológico que sustenta construções políticas e sociais.

Dessa forma, a conexão com as raízes ancestrais e culturais pode oferecer um sentimento de pertencimento e continuidade as(os) empreendedoras(es) negras(os). Essa ligação simbólica com o passado mantém viva essa negritude e fortalece esses indivíduos na busca por reconhecimento e dignidade.

Ao discutir essas representações centrais, é possível criar um ambiente mais propício ao desenvolvimento, crescimento e sucesso do Afroempreendedorismo.

Os itens a serem analisados são os quadrantes **superior direito e inferior esquerdo**, que representam os sistemas periféricos das Representações Sociais do Afroempreendedorismo. Segundo Souza (2014, p.134), esse sistema se notabiliza por ser menos inflexível que o sistema central, destacando aspectos importantes, embora não centrais, das percepções dos indivíduos. Esse sistema tem uma maior possibilidade de ser ressignificado e atua também como proteção do núcleo central.

As principais palavras evocações de cada categoria encontram-se abaixo:

- a)Empoderamento: empoderamento, poder, evolução - refere-se ao processo pelo qual se adquire e exerce poder, autonomia e capacidade de decisão em suas vidas. Isso envolve o fortalecimento da autoestima, identidade cultural e confiança, bem como o acesso a recursos, redes de apoio e conhecimento necessário para criar e sustentar negócios prósperos.
- b)Resiliência: resiliência, criatividade e perseverança - É a capacidade de enfrentar, superar e crescer diante das adversidades e desafios históricos e contemporâneos decorrentes do racismo estrutural. Esta resiliência é

caracterizada pela adaptabilidade, persistência e inovação na busca de soluções criativas para problemas e barreiras sistêmicas.

- c) Dinheiro: dinheiro, estabilidade financeira e renda - O dinheiro é visto não apenas como um meio de troca e geração de renda, mas também como uma ferramenta de transformação social e empoderamento econômico. Portanto, servindo como meio para a independência econômica, permitindo investimentos em educação, infraestrutura e projetos comunitários que fortalecem a base econômica e cultural.
- d) Oportunidade: oportunidade, ir além e sucesso - Refere-se às condições e circunstâncias que permitem identificar, criar e aproveitar situações favoráveis para iniciar e expandir seus negócios. Essas oportunidades podem surgir de lacunas de mercado, necessidades específicas das comunidades negras, e de iniciativas de políticas públicas voltadas para a inclusão racial. Além disso, a oportunidade envolve a capacidade de transformar conhecimentos culturais e ancestrais em produtos e serviços inovadores, contribuindo para a valorização e visibilidade da cultura negra no mercado econômico.

Em relação ao sistema periférico do Afroempreendedorismo, as duas categorias que mais se aproximam do núcleo central são dinheiro (quadrante inferior esquerdo) e empoderamento (quadrante superior direito), sendo as mais atuantes na proteção do núcleo central. Nos discursos livres dos empreendedores(as) negros(as), a questão econômica foi bastante presente. Uma entrevistada, ao ser questionada sobre o significado de Afroempreendedorismo, disse: *“Para mim, o empreendedorismo praticado por pessoas negras no mundo inteiro, trabalhando em coletividade, sobretudo com parcerias em feiras de negócios e ações educacionais afrorefefenciadas”*. (Entrevistada 40). Outra entrevistada comentou: *“É uma forma da população negra gerar renda e demonstrar seus serviços.”* (Entrevistada 8). As narrativas evidenciam a necessidade de uma coletividade que busque gerar renda para a população negra, atuando também nesse resgate histórico dessa população.

A categoria empoderamento sugere a capacidade de buscar, por meio do resgate histórico de resistência dos ancestrais, a liberdade e superação das mazelas da escravidão, promovendo a ascensão da população negra. Berth (2019) destaca que:

[...]quando assumimos que estamos dando poder, em verdade estamos falando na condução articulada de indivíduos e grupos por diversos estágios de autoafirmação, autovalorização, autorreconhecimento e autoconhecimento de si mesmo e de suas mais variadas habilidades humanas, de sua história, e principalmente de um entendimento quanto a sua posição social e política e, por sua vez, um estado psicológico perceptivo do que se passa ao seu redor. Seria estimular, em algum nível, a autoaceitação de características culturais e estéticas herdadas pela ancestralidade que lhe é inerente para que possa, devidamente munido de informações e novas percepções críticas sobre si mesmo e sobre o mundo em volta, e, ainda, de suas habilidades e características próprias, criar ou descobrir em si mesmo ferramentas ou poderes de atuação no meio em que vive e em prol da coletividade (Berth, 2019, p.18)

Nas palavras de uma outra entrevistada Afroempreendedorismo seria: “*Empresas voltadas para a população Negra e representada por negros(as), que agregam autoestima e empoderamento à população negra Brasileira*”. (Entrevistada 20). Berth expõe que

O empoderamento enquanto prática social necessária, no ápice da sua cooptação e distorção, tem sido literalmente vendido, sobretudo por aqueles que almejam manter o status quo formador de acúmulos e desequilíbrios sociais. Esse fenômeno social cria clãs de micro opressores que não têm condições psicológicas para conduzir outros indivíduos pelos caminhos processuais de autodescoberta sociopolítica, simplesmente porque nem ao menos buscaram erradicar dentro de si mesmos as internalizações perversas do sistema de opressão a que estão expostos (Berth, 2019, p.65)

Então, o empoderamento surge como uma categoria de suporte a proteção da representação social do núcleo central, na perspectiva de manter intactas as categorias ancestralidade e resistência, tendo em vista sua essencialidade para o desenvolvimento do Afroempreendedorismo.

Assim, a análise das representações sociais do Afroempreendedorismo revela que, enquanto o núcleo central é protegido por categorias como dinheiro e empoderamento, o sistema periférico desempenha um papel crucial na adaptação e ressignificação das percepções das(os) empreendedoras(es) negras(os). As narrativas destacam a importância da coletividade, da geração de renda e do resgate histórico-cultural como pilares para o fortalecimento econômico e social da população negra.

A categoria de empoderamento, conforme descrita por Berth, transcende a mera aquisição de poder individual, sendo vista como um processo complexo de autoafirmação e

reconhecimento coletivo. No entanto, a crítica de Berth à cooptação do empoderamento destaca a necessidade de uma prática genuína e consciente que evite a reprodução de micro opressões dentro da própria comunidade.

Em suma, o Afroempreendedorismo não é apenas uma prática econômica, mas um movimento social e cultural que busca restaurar a dignidade, identidade e autonomia das(os) empreendedoras(es) negras(os), enfrentando desafios históricos e estruturais por meio da resiliência e do empoderamento.

Atuando ainda no sistema periférico das representações sociais do Afroempreendedorismo, mas um pouco mais afastado e, portanto, mais vulneráveis, encontram-se as categorias de oportunidade e resiliência. A oportunidade não deve ser vista como fator de resistência à mudança e evolução do núcleo central. À medida que as novas oportunidades surgem, elas podem impulsionar mudanças nesse núcleo central das representações, anexando novos conceitos ou reforçando os já existentes, de maneira a inovar e aproveitar tais possibilidades.

As categorias periféricas, apesar de serem mais suscetíveis a mudanças, também exercem a função de proteção às mudanças no núcleo central. Em outras palavras, o senso comum presente no núcleo central permanece mais estável, enquanto as categorias periféricas são vulneráveis a alterações de percepção. No entanto, por se alterarem primeiro, essas categorias periféricas protegem o núcleo central de mudanças abruptas, funcionando como um escudo que absorve e modera as transformações, permitindo que as ideias no núcleo central permaneçam mais consistentes ao longo do tempo (Souza, 2014). Assim, a categoria resiliência pode ser vista, dentro desse contexto, como o mecanismo que permite adaptações e superação das adversidades, mantendo intacto o núcleo central. Mesmo diante de desafios, a resiliência fortalece a capacidade do núcleo central de preservar suas crenças e valores fundamentais para sua estabilidade. No discurso das(os) empreendedoras(es) negras(os), ao serem questionados sobre o significado de Afroempreendedorismo, essas ideias foram evidenciadas: *“A capacidade de não se abater com os desafios impostos a nós quando se fala em ter o próprio negócio”* (entrevistada 19).

O sistema periférico na representação social do conceito de Afroempreendedorismo desempenha um papel fundamental na conservação do núcleo central. Contudo, Souza (2014, p.136) salienta que, enquanto as características estáveis estão concentradas no núcleo central, as flexíveis estão localizadas nas zonas periféricas. A autora salienta também que Sá (1995) defende que há elementos funcionais e normativos em ambas as zonas, onde coexistem e

ocupam lugares distintos, possuindo funções complementares. Enquanto as características funcionais e normativas atuam para garantir a conservação da representação, as dinâmicas externas nas zonas periféricas promovem a evolução da representação.

Já em relação ao sistema residual, segundo Souza (2014, p. 136-137) esse sistema exerce uma influência menor sobre o núcleo central e é menos frequentemente evocado no cognitivo, mas captura aspectos que podem ser importantes nas percepções das(os) empreendedoras(es) negras(os). Na figura 02, está localizado no quadrante inferior direito, destacando a categoria força e outros.

Abaixo segue palavras evocadas na categoria

- a) Força: força, mais esforço e dar tudo de si
- b) Outros: qual produto, fé em Deus e vida

Quanto as Representações sociais do Afroempreendedorismo entre os empreendedores(as) negros(as) de Salvador são profundamente enraizadas em valores de ancestralidade e resistência. Esses valores centrais são complementados por elementos periféricos com dinheiro, empoderamento, oportunidade e resiliência, que embora importantes, são mais adaptáveis e dinâmicos. As categorias residuais, como força e outros, refletem aspectos adicionais das percepções, sugerindo uma complexidade e uma profundidade na forma como o Afroempreendedorismo é concebido e praticado.

Assim, a ancoragem e a objetivação são processos fundamentais para compreender as representações sociais do afroempreendedorismo entre empreendedoras e empreendedores negros em Salvador. Ancoragem refere-se à integração de novas informações em um sistema de conhecimento preexistente, tornando-as familiares e menos ameaçadoras. Envolve a classificação e nomeação de novos elementos para torná-los compreensíveis e menos estranhos. Por outro lado, objetivação é o processo de transformar conceitos abstratos em algo concreto e tangível, materializando ideias e valores em formas visíveis e palpáveis.

No contexto do afroempreendedorismo em Salvador, (as) os participantes da pesquisa ancoram suas atividades no longo histórico de resistência, resiliência e criatividade da população negra para superar as dificuldades impostas pela sociedade. Este histórico é familiar e valorizado dentro da comunidade negra, legitimando e fortalecendo as práticas empreendedoras. Em relação à objetivação, esses indivíduos transformam conceitos de resistência e empoderamento negro em negócios reais e bem-sucedidos. Os empreendimentos

criados por afroempreendedores têm um impacto positivo na comunidade ao gerar empregos, promover a valorização da cultura negra e contribuir para o desenvolvimento econômico local.

Portanto, a ancoragem permite que afroempreendedores integrem suas atividades em um contexto cultural e histórico familiar, enquanto a objetivação transforma conceitos abstratos de resistência e empoderamento em empreendimentos concretos e visíveis.

Essas representações sociais não apenas contorna a identidade e valores desses empreendedores(as), mas também orientam suas ações e estratégias no ambiente de negócios. Reconhecer e compreender esses conceitos é crucial para o desenvolvimento de políticas e iniciativas que apoiem e fortaleçam o Afroempreendedorismo, contribuindo para um cenário econômico mais inclusivo e diversificado.

Analisando a segunda questão do questionário que envolveu a coleta de discurso sobre o afroempreendedorismo, a análise das respostas à pergunta "O que para você significa Afroempreendedorismo?" revelou quatro grupos principais de significados, que refletem diferentes dimensões dessa prática: **Identidade Cultural e Resgate Histórico, Resistência Política e Empoderamento, Função Econômica e Superação de Desafios, e Iniciativas e Estratégias Afrocentradas**. A seguir, cada um desses grupos é detalhado com base nas frases representativas dos entrevistados.

Grupo de Frases 1: Identidade Cultural e Resgate Histórico

Significado Geral: O afroempreendedorismo é a prática de empreender que resgata, preserva e promove a cultura e a história afro-brasileira, utilizando o conhecimento ancestral e a criatividade como ferramentas para valorizar e disseminar os saberes da população negra. Ele transcende a simples comercialização de produtos, incorporando elementos culturais e identitários que reafirmam a herança africana e fortalecem a autoestima e o orgulho étnico.

Frases Representativas:

- *"Significa resgatar nossa essência e transpor nossos entendimentos e conhecimentos em nossos produtos e se especializar e entregar ao mercado produto de qualidade."*
(Entrevistado 4)

- *"Empreendedorismo feito por negros e que faz resgate histórico." (Entrevistado 5)*
- *"O Afroempreendedorismo é uma forma de empreender, resgatando, mostrando, multiplicando os saberes ancestrais da cultura negra." (Entrevistada 13)*
- *"É fazer uma atividade direcionada para o público negro, com conceito afrocentrado que retrate a história do nosso povo." (Entrevistada 15)*
- *"O afroempreendedorismo significa fazer público os produtos do povo preto, valorizando a trajetória ancestral de suas diversas formas." (Entrevistada 25)*
- *"Empreender através de produtos afrocentrados que colaborem para o resgate da identidade e autoestima do povo negro." (Entrevistada 28)*

Grupo de Frases 2: Resistência Política e Empoderamento

Significado Geral: O afroempreendedorismo é uma forma de resistência política e social, onde empreendedores negros desafiam estruturas racistas e discriminatórias, criando espaços de poder e autonomia econômica. Essa prática promove o empoderamento da população negra, fortalecendo a autoafirmação e a luta por direitos e igualdade, e construindo uma rede de apoio e solidariedade entre os afroempreendedores.

Frases Representativas:

- *"É de extrema importância, traz a valorização do povo negro e assim mostrando que o negro também pode ter o seu negócio próprio; principalmente as mulheres pretas." (Entrevistado 2)*
- *"Uma iniciativa que vem desde que os negros se viram na necessidade de através da criatividade encontrar uma forma de sobreviver após o período escravocrata numa sociedade racista, e hoje como uma forma de trazer o reconhecimento e empoderamento aos que continuam produzindo, mas são prejudicados pela sociedade exploradora que só valoriza o branco." (Entrevistada 14)*
- *"Sonhar em realizar através de uma linguagem negra, fazendo o dinheiro circular entre as pessoas negras, estabelecendo vínculos que constroem histórias para o que é vendido." (Entrevistado 17)*
- *"Empresas voltadas para a população Negra e representadas por negros, que agregam autoestima e empoderamento à população Negra brasileira." (Entrevistada 20)*

- *"Um conjunto de pessoas negras rasgando todos os panos colocados como obstáculos para que nossa população negra não atinja o controle do mercado livre." (Entrevistado 21)*
- *"Força de ação de mudança com propósito onde o empreendedor traz resgate, empoderamento e crescimento." (Entrevistada 24)*
- *"Valorização da população negra." (Entrevistado 26)*
- *"Empreendedorismo feito por e para pessoas negras." (Entrevistada 30)*
- *"Toda forma de mobilização liderada por pessoas pretas e pardas nas diferentes áreas, principalmente na economia e ações socioeducacionais e culturais." (Entrevistada 37)*
- *"O empreendedorismo praticado por pessoas negras no mundo inteiro, trabalhando em coletividade, sobretudo com parcerias em feiras de negócios e ações educacionais afroreferenciadas." (Entrevistada 40)*

Grupo de Frases 3: Função Econômica e Superação de Desafios

Significado Geral: O afroempreendedorismo é uma estratégia econômica que visa superar barreiras socioeconômicas impostas pela discriminação racial. Ele envolve a criação e gestão de negócios que proporcionam renda e oportunidades de desenvolvimento econômico para a população negra. Essa prática é marcada pela resiliência e pela capacidade de enfrentar e vencer desafios estruturais, promovendo o crescimento e a sustentabilidade das comunidades afro-brasileiras.

Frases Representativas:

- *"Foco para o sucesso de um povo sofrido." (Entrevistado 1)*
- *"Para mim significa uma superação socioeconômica muito importante." (Entrevistada 3)*
- *"É uma forma da população negra gerar renda e demonstrar seus serviços." (Entrevistada 8)*
- *"Pessoas negras criando negócios e crescendo." (Entrevistada 16)*
- *"A capacidade de não se abater com os desafios impostos a nós quando se fala em ter o próprio negócio." (Entrevistada 19)*
- *"Carta de alforria." (Entrevistado 22)*

- *"Importante motivação de pessoas negras alcançar uma renda mais elevada."* (Entrevistada 29)
- *" Pretos e pretas empreendendo."* (Entrevistada 31)
- *"Coragem em dedicar tempo e dinheiro para a elaboração de um projeto pensado por pessoas negras, para pessoas negras."* (Entrevistada 33)
- *"Um negro ter a oportunidade de empreender."* (Entrevistada 34)
- *"Negócios de pessoas pretas."* (Entrevistada 35)
- *"Pessoas negras empreendendo."* (Entrevistada 36)

Grupo de Frases 4: Iniciativas e Estratégias Afrocentradas

Significado Geral: O afroempreendedorismo é caracterizado pela criação de iniciativas e estratégias de negócios que são centradas nas necessidades e potencialidades da população negra. Essas iniciativas destacam-se por serem conduzidas por e para negros, enfatizando a importância da representação e do protagonismo negro no mercado. Elas visam não apenas o sucesso econômico, mas também a valorização e a inclusão social da comunidade afrodescendente.

Frases Representativas:

- *"No meu ponto de vista o Afroempreendedorismo é o modo mais do que o empreendedorismo afro-centrado, valorização da mão de obra da população negra."* (Entrevistado 6)
- *"Expressar a potência de desenvolvimento da pessoa negra voltado à necessidade do seu próprio povo."* (Entrevistada 7)
- *"Um trabalho autoral, afirmativo de um afroempreendedor é cultura e arte, e gerador de renda no desenvolvimento."* (Entrevistado 9)
- *"Negócio criado, gerido e com fundamentos pretos."* (Entrevistada 10)
- *"Pessoas negras que expõem sua arte."* (Entrevistada 11)
- *"Entendo como: é uma ferramenta que deve facilitar a todos os afrodescendentes a empreender."* (Entrevistado 12)
- *"Retratar direitos de uma mão de obra não valorizada."* (Entrevistado 18)
- *"Empreendedorismo voltado a ser conduzido pelo povo negro."* (Entrevistado 23)

- *"Negro empreendedor, dono do seu comércio."* (Entrevistada 27)
- *"Pessoas afrodescendentes empreendedoras com propósito."* (Entrevistada 32)
- *"O uso da criatividade para reinventar a forma tradicional de ganhar dinheiro."* (Entrevistada 38)
- *"Insumos de possibilidades diversas, porém produzidos a partir de empreendedores negros."* (Entrevistado 39)

A identidade cultural emerge como um tema central, com muitos entrevistados associando o afroempreendedorismo ao resgate e à promoção da cultura afro-brasileira. No contexto do afroempreendedorismo, os produtos e serviços tornam-se veículos para a expressão e preservação das tradições culturais, contribuindo para a construção de uma identidade coletiva. Por exemplo, um entrevistado afirmou: *"Significa resgatar nossa essência e transpor nossos entendimentos e conhecimentos em nossos produtos e se especializar e entregar ao mercado produto de qualidade"* (Entrevistada 4).

Frequentemente foi mencionado o papel do Afroempreendedorismo como uma ferramenta de empoderamento e autoafirmação. Portanto, não é apenas uma atividade econômica, mas também uma prática de resistência e afirmação de direitos, que desafia as estruturas de poder existentes e promove a igualdade social. Uma participante ressaltou que o afroempreendedorismo é *"uma iniciativa que vem desde que os negros se viram na necessidade de, através da criatividade, encontrar uma forma de sobreviver após o período escravocrata numa sociedade racista. Hoje, como uma forma de trazer o reconhecimento e empoderamento aos que continuam produzindo, mas são prejudicados pela sociedade exploradora que só valoriza o branco."* (Entrevistada 14).

Foi destacado a importância do afroempreendedorismo na criação de oportunidades econômicas e na geração de renda, especialmente em comunidades historicamente marginalizadas. Isso é crucial para entender o papel do afroempreendedorismo no combate à desigualdade econômica e na promoção do desenvolvimento sustentável. Por exemplo, um entrevistado disse: *"Para mim, significa uma superação socioeconômica muito importante"* (Entrevistada 3), refletindo a importância desta prática como um meio de alcançar a sustentabilidade econômica e o crescimento da comunidade negra.

As iniciativas e estratégias afrocentradas revelam a importância de criar negócios que atendam às necessidades específicas da população negra e que sejam geridos por pessoas negras. A importância de uma abordagem afrocentrada é destacada na fala de um participante:

"Empreendedorismo feito por negros e que faz resgate histórico" (Entrevistado 5). Essas iniciativas não apenas promovem o sucesso econômico, mas também reforçam a inclusão social e a representação da população afrodescendente.

O afroempreendedorismo em Salvador, Bahia, revela a complexidade e a profundidade desta prática, que vai além da simples criação de negócios. O afroempreendedorismo é um movimento cultural, político e econômico que resgata a identidade e a história afro-brasileira, promove a resistência e o empoderamento, supera desafios socioeconômicos e desenvolve iniciativas afrocentradas.

Na dimensão de identidade cultural e resgate histórico, os empreendedores negros de Salvador destacam a importância de preservar e promover os saberes ancestrais, transformando produtos e serviços em veículos de valorização cultural. Este aspecto é crucial para manter viva a herança afro-brasileira e transmitir esses conhecimentos para as futuras gerações.

A resistência política e o empoderamento são evidentes nas ações dos afroempreendedores, que desafiam as estruturas racistas e criam espaços de poder e autonomia econômica. Ao empoderar a população negra e fortalecer a autoestima coletiva, o afroempreendedorismo torna-se uma ferramenta poderosa na luta por igualdade e justiça social.

A função econômica e a superação de desafios mostram como o afroempreendedorismo é uma resposta resiliente às barreiras socioeconômicas enfrentadas pela população negra. A capacidade de criar e sustentar negócios prósperos demonstra a força e a determinação dos empreendedores negros em alcançar a sustentabilidade econômica e melhorar a qualidade de vida de suas comunidades.

Por fim, as iniciativas e estratégias afrocentradas refletem a importância de uma abordagem inclusiva e representativa, onde os negócios são criados e geridos por e para a população negra. Essa abordagem garante que as necessidades e potencialidades da comunidade afrodescendente sejam atendidas de maneira eficaz e respeitosa.

Portanto, o afroempreendedorismo em Salvador, Bahia, é um fenômeno rico e multifacetado que desempenha um papel crucial na promoção da identidade, resistência, empoderamento e desenvolvimento econômico da população negra.

C) Valores e Crenças dos Empreendedores(as) Negros(as) Acerca do Afroempreendedorismo

Conforme informado no capítulo dedicado aos procedimentos metodológicos, foi utilizada a escala Likert para avaliar as crenças relacionadas ao Afroempreendedorismo. Essa abordagem permite avaliar os resultados a partir da média do grau de concordância com as afirmativas.

O instrumento consistia em um conjunto de oito afirmações, com grau de concordância de 1 a 6, onde 1 é discordância total e 6 é concordância total, com ideias, representações e concepções que permeiam o senso socialmente difundidos obre Afroempreendedorismo. A média geral do grau de concordância com as dimensões apresentadas foi de 5,1, o que representa um fator elevado de concordância com as afirmações.

No quadro 04 é possível identificar qual foi as dimensões que apresentaram maior grau de percepção positiva entre os empreendedores(as) negros(as) de Salvador foram: *O racismo é a principal dificuldade que o(a) empreendedor(a) negro(a) tem para ter acesso ao crédito (5,55); A falta de emprego formal, a necessidade de gerar renda têm levado as pessoas negras abrirem seu próprio negócio. (5,4) O Afroempreendedorismo é a possibilidade de ascensão financeira para a população negra. (5,37);* em contrapartida, houve uma concordância moderada (abaixo da média) da questão: *os produtos e serviços oferecidos pelo Afroempreendedorismo devem ser pensados para a população negra. (4,65); O Afroempreendedorismo deve ser realizados por pessoas negras. (4,87); A principal dificuldade para o Afroempreendedorismo é ter acesso a conteúdo específicos que levem em consideração o histórico da população negra brasileira. (4,9).*

Quadro 04 – Dimensão acerca do Afroempreendedorismo

ITEM	DESCRIÇÃO	MÉDIA
1	O Afroempreendedorismo é a possibilidade de ascensão financeira para a população negra.	5,37
2	O Afroempreendedorismo tem contribuído para a sociedade valorize de maneira mais rápida os aspectos da cultura negra.	5,05
3	Os produtos e serviços oferecidos pelo Afroempreendedorismo devem ser pensado para a população negra.	4,65
4	O Afroempreendedorismo deve ser realizado apenas por pessoas negras.	4,87
5	A falta de emprego formal, a necessidade de gerar renda tem levado as pessoas negras a abrirem seu próprio negócio.	5,4
6	Afroempreendedorismo é fruto de uma necessidade da população negra de se ver representada no mercado como um todo.	5,2
7	O racismo é a principal dificuldade que o(a) empreendedor(a) negro(a) tem para ter acesso ao crédito.	5,55
8	A principal dificuldade para o Afroempreendedorismo é ter acesso a conteúdo específicos que levem em consideração o histórico da população negra brasileira.	4,9
ESCORE MÉDIO GERAL		5,1

Fonte: Elaboração Própria

Ao analisar o quadro 04 de maneira mais minuciosa, algumas questões chamam atenção, sendo necessário primeiro explaná-las de maneira individual e posteriormente suas possíveis conexões e contradições e/ou apoios entre as afirmativas. As afirmações serão representadas e discutidas por ordem da média de concordância em ordem decrescente, sendo a afirmação 7 a primeira e a última afirmação 3.

- Afirmação 7 - *O racismo é a principal dificuldade que o(a) empreendedor(a) negro(a) tem para ter acesso ao crédito.* (5,55). O racismo estrutural é apontado como a principal dificuldade enfrentada pelos empreendedores negros para acessar crédito. Estudos realizados pelo Instituto Adolpho Bauer revelam que a discriminação sistêmica impede o acesso igualitário ao financiamento, limitando as oportunidades de expansão dos negócios negros (Instituto Adolpho Bauer, 2017). Essa dimensão obteve a maior média, pois revela que o racismo estrutural é uma das barreiras mais significativas para o desenvolvimento da comunidade afro-brasileira. Ela evidencia a discriminação corrente no sistema financeiro brasileiro, onde a maioria dos empreendedores(as) negros(as) enfrenta mais dificuldades para obter acesso ao

crédito. É importante frisar e elucidar, como já abordado neste trabalho, que essa estrutura de negação, abandono, falta de apoio e investimento por parte do Estado perdura desde o período da escravidão, quando se buscaram criar mecanismos de controle social com a intenção de barrar a população negra em suas ações empreendedoras.

- Afirmação 5- *“A falta de emprego forma e a necessidade de gerar renda tem levado as pessoas negras a abrirem seu próprio negócio.”* (5,4). Estudos do SEBRAE mostram que a taxa de empreendedorismo por necessidade é maior entre a população negra, evidenciando que muitos empreendedores negros buscam no mercado informal uma alternativa para sustentar suas famílias (SEBRAE, 2021). Essa concordância elevada com essa dimensão pode revelar a realidade socioeconômica brasileira, onde a falta de acesso a empregos formais, acaba por direcionar principalmente as pessoas negras, a buscar formas de obter renda para seu sustento. Logo, esse nível de concordância reflete a condição do negro na sociedade brasileira, como já elucidado anteriormente, em que é “reservado” o lugar do subemprego e abandono econômico para essa população desde o passado até os dias atuais.
- Afirmação 1 – *“O Afroempreendedorismo é a possibilidade de ascensão financeira para a população negra.”* (5,37). Estudos do SEBRAE e do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mostram que muitas(os) afroempreendedoras(es) entram no mercado por necessidade, buscando superar barreiras socioeconômicas e alcançar a inclusão econômica. Este tipo de empreendedorismo tem se mostrado eficaz na geração de renda e na promoção da sustentabilidade financeira entre a população negra (SEBRAE, 2021; GEM, 2021). Este resultado pode estar relacionado à necessidade de alternativas aos empregos formais por parte da população negra, que muitas vezes são inacessíveis. Historicamente, a população negra sempre buscou formas de romper a lógica social excludente e discriminatória, visando uma mobilidade econômica que a retirasse da condição de subalternização. Assim, o Afroempreendedorismo se apresenta como a possibilidade de materialização de um sonho que, muitas vezes, está fora de alcance para as(os) negros(as) devido à discriminação presente na sociedade como um todo que limita a ascensão social, política e econômica da maior parte da população negra. Portanto, a relevância do afroempreendedorismo para a inclusão

econômica e social é, portanto, inegável, e sua capacidade de transformar vidas e comunidades deve ser continuamente incentivada e apoiada.

- Afirmação 6- *“Afroempreendedorismo é fruto de uma necessidade da população negra de se ver representada no mercado.”* (5,2). O Afroempreendedorismo também emerge como uma necessidade da população negra de se ver representada no mercado como um todo. Iniciativas como o projeto Brasil Afroempreendedor demonstram que a busca por representação e reconhecimento é um dos principais motivadores para a criação de negócios por afroempreendedores. Esses empreendimentos não apenas geram renda, mas também promovem a identidade e a autoestima cultural (Brasil Afroempreendedor, 2018) . Essa dimensão é muito importante para entender o Afroempreendedorismo não apenas pelo viés econômico, mas como uma busca por visibilidade e representatividade. Ainda hoje, a população negra é sub-representada em diversos setores da sociedade, e o Afroempreendedorismo pode ser o fio condutor que viabilize essa representação. Conclui-se, portanto, que o Afroempreendedorismo desempenha um papel importante na construção de uma sociedade mais equânime e inclusiva, ao mesmo tempo em que fortalece a identidade cultural e econômica da população negra
- Afirmação 2- *“O Afroempreendedorismo tem contribuído para a sociedade valorize de maneira mais rápida os aspectos da cultura negra.”* (5,05). Pesquisas do Instituto Feira Preta indicam que iniciativas afroempreendedoras promovem maior visibilidade e aceitação da cultura afro-brasileira através de produtos e serviços que destacam elementos culturais específicos. Esse movimento tem levado a uma apreciação mais rápida e profunda da diversidade cultural no mercado (Feira Preta, 2020). Esta média sugere uma concordância relativamente elevada com a afirmativa, considerando que o Brasil, com suas bases históricas fincadas na escravidão e discriminação da população negra, sempre desvalorizou aspectos dessa cultura. Dessa forma, o Afroempreendedorismo pode ser visto como um possível agente modificador das concepções negativas por uma parte da sociedade, que consideram alguns aspectos culturais, religiosos e identitários da cultura afro-brasileira como negativos. Contudo,

não deve ser desconsiderada também a ação mercadológica que, sem princípios éticos, se apropria dos espaços identitários afros como forma de dominação de mercados.

- Afirmção 8- *A principal dificuldade para o Afroempreendedorismo é ter acesso a conteúdo específicos que levem em consideração o histórico da população negra brasileira.* (4,9). Uma das maiores dificuldades para o Afroempreendedorismo é o acesso a conteúdo específicos que considerem o histórico da população negra brasileira. Pesquisas do Vale do Dendê e do Movimento Black Money destacam a necessidade de programas de capacitação e mentoria que supram essa lacuna e promovam o desenvolvimento sustentável do Afroempreendedorismo (Vale do Dendê, 2019; Movimento Black Money, 2019) . Embora o acesso de conteúdos importantes que levem em considerações os aspectos históricos de luta e resistência da população negra, a afirmativa recebeu apenas “concordância moderada” como dito anteriormente nos aspectos metodológicos, médias que fossem menores que a média geral das dimensões seriam classificadas como tal denominação. O conceito de epistemicídio ajuda a entender essa dimensão tão complexa e profunda.

Sueli Carneiro (2005) define o epistemicídio como um processo de produção de indigência cultural, caracterizado pela negação do acesso à educação de qualidade, o que gera sentimento de inferiorização intelectual por parte dos povos subjugados. Assim, a condição primordial para alcançar o conhecimento legítimo ou legitimado é renunciar à própria capacidade racional e introjetar o conhecimento “legítimo” produzido e disseminados pelos povos dominantes. Dessa forma, o epistemicídio se perpetua, pois reforça a ideia de que o conhecimento válido é aquele produzido e legitimado pelos grupos hegemônicos.

Portanto, embora a valorização dos aspectos históricos de luta, resistência e conhecimento da população negra deva ser levado em consideração para criar conteúdo específicos, assim a maior dificuldade dos Afroempreendedores(as) é superar diversos âmbitos epistêmicos que afetam os diversos aspectos da vida da população negra.

- Afirmativa 4 – *“O Afroempreendedorismo deve ser realizado apenas por pessoas negras.”* (4,87). A própria concepção da palavra presume a realização do Afroempreendedorismo seja realizado por pessoas negras, promovendo essas

lideranças negras para combater o racismo estrutural e fortalecer a comunidade. Percebe-se que não houve uma concordância geral com essa afirmação, indicando uma abertura para colaborações e participação de pessoas não negras no desenvolvimento do Afroempreendedorismo. Assim, para os respondentes, é possível que pessoas não negras desenvolvam atividades ligadas ao Afroempreendedorismo, o que pode proporcionar cooperação entre diversos grupos, novas ideias, inovação e apoio mútuo. Entretanto, isso não deve comprometer a centralidade e a liderança da população negra no desenvolvimento do Afroempreendedorismo.

- Afirmação 03- “*Os produtos e serviços oferecidos pelo Afroempreendedorismo devem ser pensado para a população negra*” (4,65). Frequentemente, esses produtos e são desenvolvidos com foco nas necessidades da população negra, promovendo inclusão e representatividade. Conforme relatado pelo movimento Movimento Black Money, essas iniciativas buscam atender demandas específicas e fortalecer a identidade cultural das(os) consumidoras(es) negras(os) (Movimento Black Money, 2019). Embora haja uma “Concordância Moderada” em relação a essa afirmativa, parece existir uma visão mais ampla e diversificada sobre o direcionamento dos públicos-alvo das ofertas do Afroempreendedorismo. Isso sugere que, além de atender à população negra, esses empreendimentos podem também alcançar um público mais amplo, promovendo a diversidade cultural e a inclusão em um contexto mais geral. Contudo, é essencial que a centralidade da população negra como principal beneficiária e líder dessas iniciativas seja mantida para garantir que os objetivos de representatividade e fortalecimento cultural sejam plenamente atingidos. Portanto, os produtos e serviços do afroempreendedorismo devem priorizar as necessidades da população negra enquanto também se abrem para promover uma sociedade mais inclusiva e diversa.

É possível observar que nas percepções ocorre uma tensão entre a ideia de que os produtos e serviços do Afroempreendedorismo devem ser pensados para a população negra (afirmação 3) e a necessidade de não limitar o público-alvo para maximizar o impacto econômico e a aceitação de produtos e serviços da cultura afrobrasileira pela sociedade como um todo. Outra contradição ou observação importante é entre as afirmativas 7 e 8. Embora o racismo no acesso ao crédito tenha recebido a maior média de aceitação (7), a menor média em relação a conteúdos específicos (8) sugere que a discriminação financeira é mais crítica do

que a falta de conteúdos específicos que abordem e considerem os aspectos históricos da população negra.

Portanto, a análise revela que o Afroempreendedorismo é percebido como uma maneira positiva de ascensão financeira e valorização da cultura afrobrasileira para os entrevistados. No entanto, foi percebido algumas contradições presente na percepção das pessoas entrevistadas no que diz respeito ao público-alvo e a exclusividade no direcionamento dos produtos e serviços do Afroempreendedorismo. Além disso, é perceptível uma clara hierarquização das necessidades e dificuldades enfrentadas por esses empreendedores(as). Logo, é de fundamental importância que se formulem políticas e iniciativas que abordem e proponha resoluções dos entraves que permeiam essa ação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar este trabalho com a Teoria da Representação Social, buscou-se compreender e fundamentar a relação do conceito e representação do Afroempreendedorismo entre as(os) empreendedoras(es) negras(os) de Salvador. Assim, foi possível, através das falas dos sujeitos da pesquisa, conceituar e ressignificar, bem como acumular conhecimento acerca dos aspectos que representam essa prática na cidade.

A pesquisa buscou identificar as representações sociais do Afroempreendedorismo junto as(os) empreendedoras(es) negras(os) de Salvador, no intuito de verificar suas percepções e como esses sujeitos haviam se apropriado do conhecimento da atividade desenvolvida. Esta pesquisa levantou como questão inicial se o uso do termo Afroempreendedorismo poderia contribuir para a conscientização das referências da população negra em relação às suas heranças culturais, e se o surgimento de produtos e negócios contribuiria para a valorização da comunidade negra, bem como a apropriação de uma estética positiva negra.

Importante destacar a resposta encontrada na tentativa de responder ao problema de pesquisa. Assim, destacam-se “Ancestralidade” e “Resistência” como as principais categorias identificadas no núcleo central da Representação Social. Tal resultado mostra que existe um conjunto de percepções entre as(os) empreendedoras(es) negras(os) que consideram o Afroempreendedorismo um movimento com pilares alicerçados no resgate da ancestralidade, que traz consigo a conscientização cultural e valorização da cultura afro-brasileira, sendo uma forma de resistência no universo do empreendedorismo, destacando a comunidade negra e ressignificando aspectos que eram tidos como negativos.

As Representações Sociais, sendo um conjunto de opiniões, condutas e crenças que os indivíduos compartilham, dão sentido ao seu entorno. A dimensão positiva dos aspectos que orientam as ações relacionadas ao Afroempreendedorismo pôde ser captada nos discursos dos sujeitos, bem como na representação do núcleo central, como ideias mais cristalizadas e nos sistemas periféricos. No entanto, a presença de algumas categorias no sistema periférico pode representar uma insegurança ou expectativa perante a ação de empreender, levando em consideração todos os aspectos da representação.

Essa estruturação da representação social do termo Afroempreendedorismo, com seu núcleo central nas categorias ancestralidade e resistência e no sistema periférico as categorias dinheiro, oportunidade, empoderamento e resiliência, reflete uma abordagem complexa e múltipla dessa prática perante os respondentes da pesquisa. Ela representa a busca das(os) empreendedoras(es) negras(os) pelo entrelaçamento entre os aspectos de valorização dos

referenciais da cultura afro e a necessidade gerada dentro de uma sociedade hierarquizada racial e economicamente, tornando necessária a busca por estratégias e formas para superar essas hierarquizações.

A ação empreendedora na comunidade negra é ancorada em valores culturais e históricos da sociedade afro-brasileira, enquanto se adapta às realidades econômicas, percebendo as oportunidades de mercado que promovem o empoderamento e valorização da cultura afro. Essa estrutura não apenas fortalece a identidade cultural, mas também pode ser vista como um aspecto importante na promoção da sustentabilidade econômica, política e social da população negra.

A pesquisa confirmou a questão levantada inicialmente de que a utilização do termo “Afroempreendedorismo” corrobora para a conscientização das referências das comunidades negras em relação às suas heranças culturais e que o surgimento de produtos e negócios contribui para a valorização da comunidade negra, bem como a apropriação de uma estética positiva negra.

No entanto, é necessário refletir sobre o que Haider define como “armadilha da identidade”. Nesse sentido, é preciso fazer do Afroempreendedorismo um articulador de identidades em torno de uma agenda coletiva. Isso passa pela integração de projetos que não se alinhem à lógica individualista, buscando superar as barreiras “invisíveis” em prol de uma Identidade realmente coletiva. Assim, essa abordagem poderá evitar que os desejos individuais sejam colocados à frente do coletivo, sendo de fundamental importância para o progresso do Afroempreendedorismo como agente modificador de contextos.

O objetivo principal do trabalho foi identificar como o Afroempreendedorismo é representado socialmente pelas(os) empreendedora(es) negras(os), evidenciando narrativas e significados atribuídos à realização dessa prática, confirmando a importância da identidade e da cultura negra no desenvolvimento dessa atividade.

Em relação ao perfil dos participantes do estudo, as empreendedoras negras apresentaram uma média de idade superior à dos empreendedores negros. Destaca-se também a predominância da presença feminina na pesquisa. É relevante destacar que a formação superior é mais expressiva entre as participantes, indicando um maior engajamento educacional por parte delas.

Esses panoramas fortalecem as tendências do cenário atual, onde as mulheres detêm um nível de conclusão do ensino superior mais elevado que os homens, além de uma participação significativa no mercado de trabalho, inclusive no setor autônomo. No entanto,

observa-se que, embora as participantes apresentassem um nível educacional mais alto, elas representaram a maior parte dos respondentes da pesquisa. Isso pode sugerir que as oportunidades formais de emprego não são igualmente acessíveis para ambos os sexos. Investigar mais a fundo essa questão pode indicar um caminho para a equalização da relação entre nível educacional e oportunidade de emprego.

A pesquisa corrobora a importância do Afroempreendedorismo como um meio de valorização da identidade negra. Autores como Munanga (2019) e Ferreira Franklin (2000) enfatizam a relevância da identidade étnica na construção social e pessoal dos indivíduos. Evidenciou-se que o Afroempreendedorismo se alinha a essa perspectiva, quando tem como suas principais representações a ancestralidade e resistência, funcionando como um mecanismo de fortalecimento identitário para os empreendedores negros entrevistados.

Os dados do estudo evidenciaram que, apesar do potencial transformador do Afroempreendedorismo, as barreiras estruturais e históricas ainda são desafios significativos para esses empreendedores. As políticas identitárias podem ser um fator desagregador do coletivo em prol do individual, como salientado por Haider (2019).

A análise crítica do Afroempreendedorismo revela que essa prática não pode ser dissociada dos fatores históricos, sociais e econômicos que a permeiam. É fundamental discutir as contradições e desafios enfrentados pelas(os) empreendedoras(es) negras(os) e como esses aspectos se refletem em suas práticas, tanto coletivas quanto individuais.

Embora o Afroempreendedorismo seja frequentemente apresentado como uma solução para a emancipação econômica e social da população negra, ele está imerso em um contexto neoliberal, que privilegia o sucesso individual e a meritocracia, o que pode enfraquecer o movimento de mobilização social por justiça racial e econômica. Isso fragmenta a essência coletiva do Afroempreendedorismo, que busca resgatar o passado e superar desigualdades de forma coletiva.

As barreiras enfrentadas pelas(os) empreendedoras(es) negras(os), como a falta de acesso a financiamento, redes de apoio e oportunidades de mercado, são manifestações do racismo estrutural na sociedade brasileira. Promover o Afroempreendedorismo sem enfrentar essas barreiras é criar apenas uma falsa sensação de inclusão para alguns indivíduos que alcançam uma condição financeira melhor. Além disso, é alimentar o discurso hegemônico da meritocracia, enfatizando que esses indivíduos “conseguiram vencer por mérito e esforço”, mascarando as dificuldades reais enfrentadas pelas(os) empreendedoras(es) negras(os) e desvirtuando a essência do Movimento Afroempreendedor. Isso pode ser lido como o que

Cida Bento conceitua como “Pacto narcísico da branquitude”. Para que o Afroempreendedorismo realmente sirva como uma ferramenta de emancipação econômica e social, é crucial abordar os desafios estruturais que persistem.

Pesquisas futuras mais aprofundadas e críticas sobre o Afroempreendedorismo podem revelar ainda mais a complexidade de desafios e contradições que rodeiam essa atividade, demonstrando seu potencial de servir como uma ferramenta de emancipação econômica e social para a população negra, ou apenas como uma alternativa ao desemprego e às adversidades da sociedade. A integração de estratégias coletivas, de políticas públicas eficazes e uma abordagem crítica das estruturas de poder existentes são essenciais para que o movimento de empreender realizado por pessoas negras seja uma opção e não uma necessidade ou a única possibilidade.

Considerando os conceitos construídos a partir deste trabalho, o Afroempreendedorismo pode ser denominado como: prática de empreender que transcende a simples comercialização de produtos, resgatando, preservando e promovendo a cultura e a história afro-brasileira. Caracteriza-se pelo viés político e identitário, utilizando o conhecimento ancestral e a criatividade como ferramentas para a valorização e autoafirmação das pessoas negras, enquanto desafia estruturas racistas e discriminatórias, criando espaços de poder e autonomia econômica. Essa prática fortalece a autoestima, promove o empoderamento da população negra e constrói uma rede de apoio e solidariedade entre as comunidades negras, contribuindo para a superação de barreiras socioeconômicas e a sustentabilidade das comunidades afro-brasileiras.

REFERÊNCIAS

ABRIC, J. C. A abordagem estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A.S.P.; OLIVEIRA, D.C. de. (Org.). **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: AB, 1998, p.27-38.

ABRIC, J. C. O estudo experimental das representações sociais. In: JODELET, J. (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001. p. 155-171.

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

ALMEIDA, A.M. de O; SANTOS, M. de F.S. A Teoria das Representações Sociais. In: TORRES, Cláudio Vaz; NEIVA, Elaine Rabelo (Org.). **Psicologia Social: principais temas e vertentes**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

ALMEIDA, E. Lopes de; DIAS, P. K.; SANTOS, E. C. dos. Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: Um olhar interseccional. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 15, n. 1, Recife, 2021. Disponível em:< <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/47233/29412> > Acesso em: 13 jun. 2024.

AMARTINE, D. N. DE; QUEIROZ, M. V. L. Discutindo o afroempreendedorismo: reflexões sobre o conceito a partir dos casos brasileiro e colombiano. **Revista Direito GV**, v. 18, n. 2, 2022. Disponível: < <https://www.scielo.br/j/rdgv/a/HhT54GYkGxRN9TG55mKf4GH/>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

ANDRADE, M. M de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. ISSN 2359-3539. Disponível em:< <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612/522> >. Acesso em: 14 jun. 2024.

BARROS, D. F., Costa, A. M. da; Carvalho, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, 15(2), 179-197, mar./abr. 2011. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/1398/a-dimensao-historica-dos-discursos-acerca-do-em--->. Acesso em: 14 jun. 2024.

BENTO, M.A.S. Branqueamento e Branquitude no Brasil. In: CARONE, I; BENTO, M.A.S. **Psicologia Social do Racismo: Estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. 6 ed. – Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p.25-57.

BERTH, J. **Empoderamento**. São Paulo: Sueli Carneiro. Ed. Polen, 2019.

BIZERRA, C.C. Tendências e formas de enfrentamento da formação continuada como profissionalização professor: um estudo em Representações Sociais. In: Cristina Novikoff (Org.). **Teoria das representações sociais: caminhos metodológicos em pesquisa na/ para formação de professores**. São Paulo: Editora Pontocom, 2016, p.149-167. Disponível em:< http://www.editorapontocom.com.br/livro/46/teoria-das-representaes-sociais_46_57d8044f42dc6.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2024.

BOAVA, D. L. T. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo**. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2006. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp000857.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

BORGES, P. D. V. R. História e Literatura: Algumas Considerações. **Revista de Teoria da História**, Goiânia, v. 3, n. 1, p. 94–109, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/teoria/article/view/28658>. Acesso em: 14 jun. 2024.

BRAGA, J. N. de P e. **O empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento**. O programa IES/SOFTEX. 2003. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade do Estado Da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/9514>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

BRASIL AFROEMPREENDEDOR. **Projeto Brasil Afroempreendedor**: relatório final. Disponível em: <https://www.brasilafroempreendedor.org.br/relatorio-final>. Acesso em: 2 jul. 2024.

CARDOSO, M. A. **O movimento negro em Belo Horizonte: 1978-1998**. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

CARNEIRO, A. S. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. 2005. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Acesso em: 14 jun. 2024.

CARONE, I. Breve histórico de uma pesquisa psicossocial sobre a questão racial brasileira. In: CARONE, I; BENTO, M.A.S. **Psicologia Social do Racismo**: Estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil. 6 ed. – Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p.13-24.

CASTRO, R. V. de. Prefácio. In: ALMEIDA, A. M. de O; SANTOS, M; de F. de S; TRINDADE, Z. A. (Org.). **Teoria das representações sociais**: 50 anos. 2 ed. - Brasília: Technopolitik, 2011. Disponível: <<http://www.technopolitik.com.br/downloads/files/TRS50anos2aEdRevDez19r.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2024

CASTRO, Yeda Pessoa de. **MARCAS DE AFRICANIA NO PORTUGUÊS DO BRASIL: O LEGADO NEGROAFRICANO NAS AMÉRICAS**. **Interdisciplinar - Revista de Estudos em Língua e Literatura**, São Cristóvão-SE, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/interdisciplinar/article/view/5398>. Acesso em: 14 jun. 2024.

CONCEIÇÃO, E. B. da. A Negação da Raça nos Estudos Organizacionais. **XXXIII EnANPAD**, São Paulo, p.1-16, set. 2009. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1426>>. Acesso em: 21 jun. 2023.

DESLANDES. S. F. A construção do projeto de pesquisa. In: Minayo, M.C (org.). **Pesquisa social**: Teoria, Método e Criatividade. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002. p.31-50.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

FEIRA PRETA. **Relatório de impacto socioeconômico**. São Paulo: Feira Preta, 2020. Disponível em: <https://www.feirapreta.com.br/relatorio-2020>. Acesso em: 2 jul. 2024.

FERNANDES, F, 1920-1995. **O negro no mundo dos brancos**; apresentação de Lilia Moritz Schwarcz. 2 ed. São Paulo: Global, 2007.

FERNANDES, F, 1920-1995. **A integração do negro na sociedade de classes**: o legado da “raça branca”, Volume 1. 5 ed. São Paulo: Global, 2008.

FERNANDES, F. **Significado do protesto negro**. 1.ed. São Paulo: Expressão Popular coedição Editora da Fundação Perseu Abramo, 2017.

FERREIRA, R. F. **Afro-descendente**: identidade em construção. São Paulo: EDUC; Rio de Janeiro: Pallas, 2000.

FERRETTI, A. Z.; SOUZA, E. M. DE. RESISTIR PARA RE-EXISTIR: Compreensão dos discursos sobre gênero e empreendedorismo a partir de uma perspectiva crítica e interseccional. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 7, p. 6–38, 19 maio 2022. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/613/679>. Acesso em: 14 jun. 2024.

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

FREITAS, D. **O escravismo brasileiro**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 3ª Ed., 1991

GIL, A. C. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 2 jul. 2024.

GLOBO. Mulheres já chefiam mais de metade dos lares brasileiros. **Valor Investe**, 08 maio 2023. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2023/05/08/mulheres-ja-chefiam-mais-de-metade-dos-lares-brasileiros.ghtml>. Acesso em: 14 jun. 2024.

GOLÇALVES, A.M. **Um defeito de cor**. Rio de Janeiro: Record, 2019.

GOLDENBERG, M. A arte de pesquisar: **Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 2. Ed. – Rio de Janeiro: Record, 1998.

GOMES, N. L. **O movimento negro educador**. Saberes construídos na luta por emancipação. Petrópolis, RJ: vozes, 2017.

HAIDER, A. **A armadilha da identidade**: raça e classe nos dias de hoje. São Paulo: Veneta, 2019.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro – 12 ed. – Rio de Janeiro; Lamparina, 2020.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Desigualdades Sociais por Cor Raça no Brasil**, Rio de Janeiro, 2019. Estudos e Pesquisas: Informação Demográfica e Socioeconômica n.41. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf>. Acesso em: 14 de jun. 2024.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2022. Disponível em:< Mulheres pretas ou pardas gastam mais tempo em tarefas domésticas, participam menos do mercado de trabalho e são mais afetadas pela pobreza | Agência de Notícias (ibge.gov.br)>. Acesso em: 02 de jul. 2024.

INSTITUTO ADOLPHO BAUER. **Acesso ao crédito para empreendedores negros: desafios e perspectivas**. Curitiba: Instituto Adolpho Bauer, 2017. Disponível em: <https://www.institutoadolphobauer.org.br/acesso-ao-credito>. Acesso em: 2 jul. 2024.

JODELET, D. Representações Sociais: Um domínio em expansão. In: JODELET, J. (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001. p. 17-44.

LAHLOU, S. Difusão das Representações Sociais e Inteligência Coletiva Distribuída In: ALMEIDA, A.M de O; SANTOS, M. de F. de S; TRINDADE, Z. A (org). **Teoria das representações sociais: 50 anos**. 2 ed. - Brasília: Tecknopolitik, 2011. Disponível: < <http://www.technopolitik.com.br/downloads/files/TRS50anos2aEdRevDez19r.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2024

LEITE, A., & OLIVEIRA, F. Empreendedorismo e Novas Tendências. **Estudo EDIT VALUE Empresa Junior**, Braga, n. 5, p. 1-35, abr. 2007. Disponível em:< <https://docplayer.com.br/4021580-Empreendedorismo-e-novas-tendencias.html>> Acesso em: 13 jun. 2024.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5. ed. S. Paulo: Atlas, 2002.

MARIUZZO, P. Atlas do comércio transatlântico de escravos. **Ciência e Cultura**. São Paulo, v. 63, n. 1, p. 59-61, jan. 2011. Disponível em: < https://www.researchgate.net/publication/315343876_Atlas_do_comercio_transatlantico_de_escravos > Acesso em: 08 jun. 2024.

MOVIMENTO BLACK MONEY. **Afroempreendedorismo e inovação**. São Paulo: Movimento Black Money, 2019. Disponível em: <https://www.movimentoblackmoney.com.br/afroempreendedorismo>. Acesso em: 2 jul. 2024.

MUNANGA, K. As ambiguidades do racismo à braileira. In: KON, N.M.; ABUD, C.C.; SILVA, M.L da. (Org). 1 ed. **O Racismo e o Negro no Brasil: Questões para a psicanálise**, São Paulo: Perspectiva, 2017. p.33-44.

MUNANGA, K; GOMES, N. L. **O negro no Brasil de Hoje**. São Paulo: Global, 2016.

MUNANGA, K. **Negritude: usos e sentidos**. 4 ed. -Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

MUNANGA, K. Prefácio. In: CARONE, I; BENTO, M.A.S. **Psicologia Social do Racismo: Estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. 6 ed. – Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p.9-11.

MINAYO, M.C. de S. **A pesquisa-social, teoria, método e criatividade**. 28 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MOREIRA, J. **Fundo Baobá Divulga a avaliação do Programa de recuperação econômica de pequenos negócios de empreendedores(as)(as)**. Baobá – Fundo para Equidade Racial, 2022. Disponível em: [https://baoba.org.br/fundo-baoba-divulga-a-avaliacao-do-programa-de-recuperacao-economica-de-pequenos-negocios-de-empreendedores\(as\)as-negros\(as\)as/](https://baoba.org.br/fundo-baoba-divulga-a-avaliacao-do-programa-de-recuperacao-economica-de-pequenos-negocios-de-empreendedores(as)as-negros(as)as/)> Acesso em: 03 jun. 2024.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social** / Serge Moscovici: editado em inglês por Gerald Duveen: traduzido do inglês por Pedrinho A.Guareschi. 5 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/25698906/MOSCOVICI_S_Representa%C3%A7%C3%B5es_Sociais> Acesso em: 13 abril 2024.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Tradução de Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOURA, C. **Dialética radical do negro**. 2. ed. São Paulo: Fundação Maurício Grabois: Anita Garibaldi, 2014.

NASCIMENTO, A. **O GENOCÍDIO DO NEGRO BRASILEIRO: Processo de um racismo mascarado**. 1ªed. São Paulo: Perspectiva, 2017.

NÓBREGA, S. M; COUTINHO, M. P. L. O Teste de Associação Livre de Palavras. In: COUTINHO, M. P. L. (Org.). **Representações sociais: Abordagem Interdisciplinar**. João Pessoa: Editora Universitária, 2003.

OLIVEIRA, E. D. de. A epistemologia da ancestralidade. Revista Entrelugares – **Revista de Sociopoética e abordagens afins**, ISSN 1984-1787, 2009–Disponível: <http://www.entrelugares.ufc.br/phocadownload/eduardo-resumo.pdf>, acesso em: 20 jun. 2024.

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

<[http://www.spell.org.br/documentos/ver/25506/empreendedorismo--cultura-e-diversidade--a-participacao-dos-empresarios\(as\)-negros\(as\)-nas-atividades-empresarias-no-brasil-no-periodo-de-1990-a-2008/i/pt-br](http://www.spell.org.br/documentos/ver/25506/empreendedorismo--cultura-e-diversidade--a-participacao-dos-empresarios(as)-negros(as)-nas-atividades-empresarias-no-brasil-no-periodo-de-1990-a-2008/i/pt-br)>. Acesso em: 14 jun. 2024.

REIS, J. J. A greve negra de 1857 na Bahia. **Revista USP**, São Paulo, Brasil, n. 18, p. 6–29, 1993. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i18p6-29. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/25988>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

REIS, J.J. De escravo a rico liberto: A trajetória do Africano Manoel Joaquim Ricardo na Bahia Oitocentista. **Revista História**. São Paulo, n. 174, p. 15-68, jan-jun 2016. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/317527857>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

REIS, J.J. De olho no canto: Trabalho de rua na Bahia na véspera da abolição. **Revista Afro-Ásia**, Salvador, v.24, p. 199-242, 2000. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/afroasia/article/view/21000/13600>>. Acesso em: 13 jun. de 2024.

REIS, J. J. **GANHADORES: A greve negra de 1857 na Bahia**. 1ªed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

REIS, J.J.; GOMES, F.S (Org.). **Liberdade por um fio: história dos quilombos no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

RIBEIRO, D. **O Povo Brasileiro: A formação e o sentido do Brasil**. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SANTOS, M.A. **O lado negro do empreendedorismo: afroempreendedorismo e Black Money**. Belo Horizonte: letramento, 2019.

SAY, J. B. **Tratado de Economia Política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SEBRAE. Afroempreendedorismo cresce atuação no Brasil. **Agência Sebrae Notícias**. [S.l]. 20 de novembro de 2020. Disponível em: < Afroempreendedorismo cresce atuação no Brasil | ASN Nacional - Agência Sebrae de Notícias (agenciasebrae.com.br)>. Acesso: em: 13 jun. 2024.

SEBRAE. **Afroempreendedorismo: oportunidades e desafios**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/afroempreendedorismo>. Acesso em: 2 jul. 2024.

SEBRAE. Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020. **Agência Sebrae Notícias**. [S.l]. 10 de junho de 2020. Disponível em: <Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020 | ASN Paraíba - Agência Sebrae de Notícias (agenciasebrae.com.br)>. Acesso em: 08 jun. 2024.

SEBRAE. **Feiras de afroempreendedores: análise de um mercado emergente no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Sebrae, 2017.

SEBRAE. **Os Donos de Negócio no Brasil: análise por raça/cor (2001 a 2014)**. 2016. Disponível: <Donos de negócio_raça_cor_PNAD_2014 (sebrae.com.br)>. Acesso em: 14 jun. de 2024.

SEM AUTOR, **A distância que nos une**. Oxafam.org.br, 2017. Disponível em:<<https://www.oxfam.org.br/um-retrato-das-desigualdades-brasileiras/a-distancia-que-nos-une/>>. Acesso em: 14 de jun. 2024.

SILVA, E.A da. Curtograma educacional: das ciências da saúde às humanas. In: Cristina Novikoff (Org.). **Teoria das representações sociais: caminhos metodológicos em pesquisa na/ para formação de professores**. São Paulo: Editora Pontocom, 2016, p.67-96. Disponível em: <Teoria das representações sociais (editorapontocom.com.br)>. Acesso em: 13 de jun. 2024.

SIMPLÍCIO, P. R. G; SANTOS, A. C. dos. Ensino de Ciências delineado por Representações Sociais. **Debates em Educação**, [S. l.], v. 12, n. 26, p. 562–581, 2020. DOI: 10.28998/2175-6600.2020v12n26p562-581. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/debateseducacao/article/view/8385>. Acesso em: 14 jun. 2024.

SOARES, M. C. As Ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador no século XIX. **Revista Afro-Ásia**, Salvador, v. 17, p. 57-71, 1996. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/afroasia/article/view/20856>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

SODRÉ, M. **Claros e escuros: identidade, povo, mídia e cotas no Brasil**. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

VALA, J., CASTRO, P. Pensamento Social e Representações Sociais. In: VALA, J., MONTEIRO, M.B. (Org). **Psicologia Social**. 9.ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013. p.569-602.

VALA, J. Racismos: Representações sociais, preconceito racial e pressões normativas. In: JESUÍNO, J.C.; MENDES, F.R.P; LOPES. M. J.(Org.). **As representações sociais nas sociedades em mudança**. Rio de Janeiro: Vozes, 2015. p.153-183.

VALE DO DENDÊ. **Capacitação e mentoria para afroempreendedores**. Salvador: Vale do Dendê, 2019. Disponível em: <https://www.valedodende.org.br/capacitacao-mentoria>. Acesso em: 2 jul. 2024.

VALE, G. M. V. Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874-891, 11, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/315921694_Empreendedor_Origens_Concepcoes_Teóricas_Dispersao_e_Integracao >. Acesso em: 12 de junho de 2024.

VILLAVERDE, A. Afroempreendedorismo, um projeto revolucionário. **Sul21**. [S.l.]. 25 de abril de 2014. Disponível em:<<https://sul21.com.br/colunasadao->

villaverde/2014/04/afroempreendedorismo-um-projeto-revolucionario/>. Acesso em: 14 jun. 2024.

WACHELKE, J. F. R; CAMARGO, B. V. Representações sociais, representações individuais e comportamento. **Interam. j. psychol.** Porto Alegre, v. 41, n. 3, p. 379-390, 2007. Disponível em:< http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0034-96902007000300013&script=sci_abstract>. Acesso em: 14 jun. 2024.

WILLIAMS, E. **Capitalismo e escravidão**. Tradução Denise Bottmann. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

ZARPELLON, S. C. O empreendedorismo e a teoria econômica institucional - Pág 47 a 55: O empreendedorismo e a teoria econômica institucional - Pág 47 a 55. **REVISTA IBEROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMÍA**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2017. DOI: 10.1234/ricee.v1.n1.1. Disponível em: <http://35.198.61.198/index.php/ricee/article/view/1>. Acesso em: 14 jun. 2024.